

Vysoká škola ekonomická v Praze

Diplomová práce

2013

Bc. Radka Váchová

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta podnikohospodářská

Studijní obor: Arts management



Název diplomové práce:

**Role zahraničních filmových produkcí
při propagaci českého filmového
průmyslu a ČR**

Autor diplomové práce: Bc. Radka Váchová

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D.

P r o h l á š e n í

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma
*„Role zahraničních filmových produkcí při propagaci českého filmového
průmyslu a ČR“*
vypracovala samostatně s využitím literatury a informací,
na něž odkazuji.

V Praze dne

Podpis

P o d ě k o v á n í

Touto cestou bych ráda poděkovala Mgr. Janu Hanzlíkovi, Ph.D. za
vstřícnost, připomínky a cenné rady při vedení této práce.

Dále děkuji Karle Stojákové za ochotu poskytnout informace a předat
zkušenosti pro účely této práce.

Název diplomové práce:

Role zahraničních filmových produkcí při propagaci českého filmového průmyslu a ČR

Abstrakt:

Cílem práce je popsat a zhodnotit roli příchozích zahraničních produkcí v rámci českého filmového průmyslu po roce 1989. Zahraniční filmová výroba na našem území má tendenci ovlivňovat filmovou kulturu v širším kontextu. Konkrétně dochází ke změnám legislativním, mění se způsob podpory jak české, tak zahraniční produkce ze strany státu. Zostřující podmínky na světových trzích se nevyhýbají ani filmovému průmyslu. V posledních letech tak dochází ke zvyšování konkurence ve smyslu nalákání zahraničních produkcí na domácí lokace formou fiskálních stimulů. V souvislosti s příchozími produkcemi pak práce nastiňuje, do jaké míry jsou pro stát přínosné jakožto i možný nástroj propagace ČR v zahraničí.

Klíčová slova:

Zahraniční produkce, filmové pobídky, filmová lokace, Státní fond kinematografie, Česká filmová komise, regionální filmové kanceláře

Title of the Master's Thesis:

Role of foreign film productions in promoting the Czech film industry and the Czech Republic

Abstract:

The aim of this master thesis is to describe and evaluate the role of incoming foreign productions entering the Czech film industry after 1989. The foreign film productions tend to affect the Czech film culture in a broader context. Specifically, changes occurred in governmental support of both Czech and foreign production. The film industry is not kept away from the intensifying conditions on world markets. In the recent years, this factor is leading to a greater competition in terms of attracting foreign productions to domestic locations by the system of fiscal incentives. Having these in mind, this thesis outlines until which range are the foreign productions beneficial for the state, as well as it proposes the possible manner of the Czech republic promotion abroad.

Key words:

Foreign production, film incentives, film location, National Film Fund, Czech Film Commission, regional film offices

Obsah

1	Úvod.....	3
2	Filmové prostředí po roce 1989	6
2.1	Struktura filmové produkce v českém prostředí	7
2.2	Vývoj české kinematografie.....	8
2.2.1	Filmové festivaly	10
2.3	Filmová produkce z uměleckého hlediska	11
2.4	Filmová produkce z ekonomického hlediska	15
3	Podpora filmové kultury	22
3.1	Podpora Ministerstva kultury ČR.....	22
3.2	Nový zákon o audiovizi	24
3.2.1	Vývoj filmových pobídek v ČR.....	26
3.2.2	Státní fond kinematografie.....	29
3.2.3	České filmové centrum	33
3.2.4	Česká filmová komise.....	34
3.3	Mezinárodní organizace	36
3.3.1	Program MEDIA.....	36
3.3.2	Fond Eurimages	38
4	Uplatnění filmových pobídek v ČR.....	40
4.1	PPFP dle nového zákona o audiovizi	40
4.1.1	Kulturní test	43
4.2	Odhad výnosů pro veřejné rozpočty na příkladu zahraniční produkce.....	45
4.2.1	Metodologie modelu	46
4.2.2	Přínosy z natáčení filmu <i>Rockstar</i>	48
4.2.3	Rozpočet filmu.....	50

4.2.4	Odhad výnosů pro veřejné rozpočty	50
4.3	Srovnání pobídek s vybranými evropskými zeměmi	52
4.3.1	Maďarsko	55
4.3.2	Irsko	56
4.4	Současné trendy	57
4.4.1	Koprodukce jako řešení	58
5	Propagace filmové destinace na příkladu Ostravy.....	60
5.1	Výstavba filmového prostředí	61
5.1.1	Filmová studia.....	63
5.1.2	Destinační management.....	65
5.1.3	Působení filmových kanceláří.....	66
5.2	Ostrava jako film friendly lokace.....	68
5.2.1	Působení filmové kanceláře Film Ostrava!!!	70
5.3	Realizovaný film <i>International market</i>	70
5.3.1	Zhodnocení projektu	71
5.3.2	Odhadovaný přínos pro region	76
6	Závěr	77
7	Použité zdroje	80
	Literatura.....	80
	Internetové zdroje	80
	Jiné zdroje	86
8	Seznam tabulek, grafů a obrázků	87
9	Seznam citovaných filmů.....	88
10	Seznam příloh	89
	Dotazník.....	89

1 Úvod

Cílem mé diplomové práce na téma „Role zahraničních filmových produkcí při propagaci českého filmového průmyslu a ČR“ je popsat vývoj českého filmového prostředí po roce 1989 s ohledem na příchozí zahraniční filmové produkce a zhodnotit jejich vliv na domácí filmovou kulturu a její ohlas ve světě. Konkrétně jsem se zaměřila na vývoj podpory filmového průmyslu, která je na základě nového legislativního rámce předmětem intenzivnější pozornosti. Mimo jiné dochází k efektivnější podpoře příchozích filmových produkcí ze zahraničí, než tomu v minulosti doposud bylo. V rámci problematiky tedy vyvstává otázka, zda jsou příchozí zahraniční filmové projekty prokazatelným jak ekonomickým, tak společensko-kulturním přínosem na celostátní i regionální úrovni a jaký konkrétní vliv mohou mít na místo, kde filmový projekt vzniká.

Filmový průmysl v českém prostředí má mezi ostatními hospodářskými odvětvími svoje významné postavení zejména díky jeho historii a tradici. I za dob minulého režimu vznikala významná kinematografická díla a česká filmová produkce se těšila úspěchu na mezinárodní filmové scéně. V průběhu let zde vznikla fungující a efektivní filmová infrastruktura, která je jak českými, tak zahraničními producenty dodnes plně využívána k realizaci tvůrčích záměrů. Po uvolnění hranic směrem na západ se příliv zahraničních produkcí zintenzivnil, přičemž česká kinematografie se v důsledku změny hospodářského prostředí začala zmítat v nesnázích a finančních obtížích. Postupem let se však vytvořil legislativní rámec pro efektivní podporu filmového průmyslu, zejména toho českého. Přestože byla Česká republika vedle mnoha jiných zemí vždy považována za vhodnou destinaci filmových tvůrců ze zahraničí, nebyl zde až do nedávné doby zaveden žádný systém finančních podpor na realizaci jejich projektů. Teprve v roce 2010 byl Ministerstvem kultury ČR spuštěn Program na podporu filmového průmyslu, jehož cílem bylo mimo jiné zvýšení konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu v evropském a světovém měřítku zavedením tzv. filmových pobídek. Tato forma podpory zvýhodňuje zahraniční produkce, které projevíly zájem natáčet na území ČR. Zprostředkovaně tedy došlo k navýšení objemu realizovaných zahraničních projektů. Na základě zkušeností

dalších evropských států, které zavedly filmové pobídky dříve, začala i Česká republika vykazovat zvýšený objem příjmů do veřejných rozpočtů právě díky hostujícím filmařům.

Jelikož je výroba audiovizuálního díla složitý proces, při kterém dochází k zapojení mnoha zdánlivě nesouvisejících oborů a k vzájemné kooperaci lidí, společností či organizací nejrůznějších zaměření, přispívá filmový průmysl k rozvoji nejen kariérních zkušeností, know-how a kreativity, ale zprostředkovaně i k ekonomickému rozvoji daných lokací, potažmo regionů, kde filmové dílo vzniká.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř kapitol, kdy první kapitola plní funkci jakéhosi úvodníku do oboru filmového průmyslu z historického hlediska. V rámci tématu považuji za nezbytné popsat vývoj české a zahraniční filmové produkce, realizované na našem území, alespoň v hrubých obrysech. Záměrně byl i kladen důraz na rozlišení kulturních (uměleckých) a ekonomických aspektů filmové kultury.

Druhá kapitola je věnována podpoře filmové kultury, která zahrnuje oblast jak české, tak zahraniční kinematografie. Domnívám se, že je nasnadě tuto oblast poněkud lépe vylíčit, protože je téma nanejvýš aktuální zejména z důvodu, že byl v letošním roce přijat nový zákon o audiovizi¹. Tato část je věnována nejdůležitějším mezinárodním i českým programům a fondům pro podporu filmového průmyslu.

Mezi filmařskou obcí bývá často diskutováno a i laická veřejnost hovoří o tzv. filmových pobídkách. Značná část populace ovšem není dostatečně informována, co investiční pobídky znamenají, co obnáší a jaký mají přínos pro domácí ekonomiku. Proto je tématu filmových pobídek věnována celá třetí kapitola. Pro lepší pochopení fungování fiskálních stimulů v praxi, je na konkrétním příkladu interpretována úspěšná finanční návratnosti využití filmové pobídky.

Čtvrtá a zároveň poslední kapitola představuje hlubší ponoření do problematiky vlivu příchozích zahraničních produkcí na základě informací získaných výše. Zaměřuji se, jaký vliv mají zahraniční filmoví producenti při realizaci jejich

¹ Úplné znění: Předpis č. 496/2012 Sb. Zákon o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů

filmového projektu na danou lokaci v ČR, konkrétně Ostravy. Aktuálním jevem na regionální úrovni jsou totiž nově vznikající filmové kanceláře, které jsou jakousi reakcí na zvýšený zájem českých filmařů, i filmařů z celého světa. Jednou z nich je i filmová kancelář Film Ostrava!!!, která v nedávné době hostila filmový štáb z Jižní Koreje, jehož českou koprodukční společností byla firma Axman production. Ta byla mnou oslovena za účelem zjištění podrobnějších informací ohledně realizovaného projektu. Dotazník mi dopomohl k celkovému vyhodnocení přínosu zahraničních štábů u nás, jakožto i jisté formulaci určitých doporučení pro další fungování regionálních filmových kanceláří.

2 Filmové prostředí po roce 1989

Aby byla současná situace české kinematografie lépe uchopitelná, je nutné se alespoň ve stručnosti vrátit k charakteristice filmového průmyslu před rokem 1989, aby bylo na úvod zřejmé, v jakém zázemí se česká filmová kultura nacházela. Rok 1989 se stal bezpochyby mezním bodem celého vývoje. Situace za vlády socialismu byla diametrálně odlišná a odvíjela se od dikce socialistické ideologie, zatímco společenským uvolněním počátkem demokracie se český film ocitl ve velké dezorientaci nejen vlivem privatizační vlny, ale rovněž jistou deziluzí nad celkovým smyslem budoucí české produkce a navíc pod velkým tlakem vyspělých kapitalistických zemí, jejichž ekonomická i tvůrčí úroveň filmové produkce byla v tento okamžik „nedostižně“ vysoko. To se stalo pro stav české kinematografie jakousi výzvou, protože se rovněž otevřel prostor pro natáčení zahraničních filmů u nás, což umožnilo podnětnou konfrontaci se zahraničními režiséry.

Dovoz filmové produkce západní provenience byl do roku 1989 značně míry omezen, tato situace se však s otevřením hranic zcela změnila a do popředí se dostává zájem českého filmového průmyslu o spolupráci se zahraničními filmaři. Díky nízkým nákladům, bohatého filmového zázemí a rozvinuté infrastruktury se Česká republika stala častou cílovou destinací cizích, zejména hollywoodských filmových produkcí.

Obecně lze filmovou produkci chápat jako filmovou tvorbu a filmový průmysl, přičemž tvorbou se rozumí vývoj – tedy vznik scénáře, příprava natáčení a výroba kinematografických děl, a průmyslem celé personální a technické výrobní zázemí, tj. veškerá infrastruktura potřebná k výrobě kinematografických a audiovizuálních děl, jako jsou např. televizní pořady, reklamní spoty apod. Jedná se o organizační, kreativní a technické složky filmového štábu, filmové ateliéry, technické provozovny, dílny, střižny, laboratoře, půjčovny kostýmů a rekvizit, kamerové a osvětlovací

techniky, zvuková a obrazová postprodukční zařízení, nahrávací studia, atp. Filmová tvorba je tímto neoddělitelně navázána na infrastrukturu filmového průmyslu.²

2.1 Struktura filmové produkce v českém prostředí

V předlistopadovém období byla česká kinematografie financována centralizovanou tzv. výrobně hospodářskou jednotkou Československý film (dále jen ČSF), kterou reprezentoval monopol Ústřední půjčovny filmů, jež měl funkci distribuce, ovšem ne ve smyslu současném – výběr, nákup filmů včetně marketingu, ale v zajištění prostřední fáze přípravy filmů k uvedení. Výběr filmů zajišťovala tzv. výběrová komise, ale zásadní role v celém procesu distribuce byla v rukou Ústředního ředitelství ČSF, jež mělo schvalovací oprávnění. V konečné fázi distribuce byl pověřen Československý Filmexport, který připravil film k obchodu do zahraničí nebo k uvedení do československých kin. Filmy vznikající v domácích podmínkách se přebíraly od filmových studií, které byly tři: Filmové Studio Barrandov, Filmové Studio Gottwaldow a Krátký Film. Na Slovensku existoval podnik Slovenská filmová tvorba, známý jako studio Koliba.³ Zvláště významnou úlohu v dějinách české kinematografie mělo Filmové Studio Barrandov, jež bylo před rokem 1989 výrazně produktivnější díky státnímu financování. Barrandov začal již v průběhu 80. let získávat nabídky k natáčení ze zahraničí. Mezi díla, která sklídila světové uznání, je možno zmínit filmový muzikál *Jentl* (1983) Barbary Streissandové a o rok později *Amadeus* Miloše Formana, čímž pražské ateliéry nabývaly mezinárodního uznání.

Politický a společenský převrat po roce 1989 vnesl do filmového průmyslu nový rozměr, přičemž konec státní správy znamenal totální restrukturalizaci. Filmové společnosti se tak musely přetransformovat na tržní prostředí a nezřídka kdy bojovaly o ekonomické přežití. V případě barrandovských ateliérů pod vedením Václava

² Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

³ DANIELIS, A. *Česká filmová distribuce po roce 1989*. Praha: Iluminace, Ročník 19, 2007, č. 1 (65). Str. 54.

Marhoula proběhla přeměna tak drasticky, že k zajištění budoucího provozu bylo nutné zredukovat celkovou produkci na třetinu, což znamenalo pronajímání ateliérových kapacit soukromým subjektům. Poté následovaly četné spory mezi vlastníky akcií a v konečné roztržité fázi se z Barrandova jakožto filmového producenta stala servisní organizace, která poskytuje filmově-výrobní zázemí.

V letech 1992 a 1993 vznikly dva důležité právní dokumenty ovlivňující filmovou produkci na dalších 20 let. Zákon o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie a Zákon o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl. Legislativnímu rámci českého filmového průmyslu je věnována pozornost podrobněji v dalších kapitolách.

2.2 Vývoj české kinematografie

Zásadní vliv na vznikající filmy po roce 1945 měla činnost Ústředního výboru ČSF, jež řídil schvalovací proces, který byl mnohdy komplikovaný a musel podléhat ideologickým autoritám. Například celá řada velmi kvalitních filmů, byla stažena z distribuce kvůli nežádoucím morálním aspektům, jež by „negativně“ působily na diváka a celou společnost. Takovým filmům se dostalo označení „trezorový film“, jež se týkal vynikajících českých režisérů, jako např. Jiřího Menzela *Skřivánci na niti*, Věry Chytilové *Sedmikrásky*, Karla Kachyni *Ucho*, Juraje Herze *Spalovač mrtvol* nebo nápaditého Pavla Juráčka *Případ pro začínajícího kata*. Na straně druhé vznikala díla schválená sloužící propagandě socialistickému režimu, která zrovna neoplývala uměleckými hodnotami, avšak současně vedle těchto filmů byla produkována díla mimořádné kvality. Vzpomeňme jen na několik málo filmů, jež se zapsalo do dějin nejen české kinematografie, ale i celosvětové. Film *Ostře sledované vlaky* (1966) od Jiřího Menzela získal Oscara za cizojazyčný film. Do historie české kinematografie se zapsala éra režiséra Františka Vlácil s filmy *Ďáblova past* (1961), *Markéta Lazarová* (1967), *Údolí včel* (1967), *Adelheid* (1969) nebo komedie šedesátých let Miloše Formana – *Černý Petr* (1963), *Lásky jedné plavovlásky* (1965), *Hoří, má panenko* (1967).

Období konce 80. let a začátek 90. nikterak hodnotných filmů nepřineslo, přestože u diváků sklidily značný úspěch. Žánrově to byly převážně komedie, jako např. trilogie *Slunce, Seno* od Zdeňka Trošky, či filmy, jež se jistým způsobem satiricky vyrovnávaly se socialistickou minulostí jako *Tankový prapor* (1991), *Černí Baroni* (1992). Ostatně tento fenomén hlubokých ran vrytých v identitě našeho národa způsobeny socialistickou minulostí, je častým námětem pro scénáře filmů i v současnosti.

Přelomem 90. let se objevila nová nadějná generace filmařů, jež se stabilně drží na vrcholu české kinematografie dodnes. Jedním z nejschopnějších je jistě Jan Svěrák, který ještě ve studentských letech počal svou režisérskou kariéru krátkometrážním filmem *Ropáci* (1988), oceněný studentským Oscarem Americké filmové akademie. Následující celovečerní filmy jako *Obecná škola* (1991), *Jízda* (1994) zřejmě první česká road movie a mysteriózní komedie *Akumulátor 1* (1994) předcházely nejslavnějšímu českému filmu *Kolja* (1996), který v zahraničí získal Oscara a Zlatý globus. Nákladný historicko výpravný film *Tmavomodrý svět* (2001) a komedie *Vratné lahve* (2006) sice nepřesáhly úspěch *Kolji*, avšak diváci i odborná kritika přijala tyto filmy velmi pozitivně. Nutno ještě zmínit významnou roli otce Zdeňka Svěráka, který se podílel vynikajícími scénáři a hereckými výkony na většině filmů Svěráka ml. Do stejné generace patří i režisér Jan Hřebejk, který se do českého povědomí zapsal filmy – *Šakalí léta* (1993), *Pelišky* (1999), *Musíme si pomáhat* (2000), *Pupendo* (2003). Scénárista a režisér David Ondříček oslovil zejména mladou generaci s kultovními filmy *Samotáři* (2000) a *Jedna ruka netleská* (2003).

Je nasnadě pro účely této práce vymezit, co je chápáno pod slovním spojením filmová kultura. Paušálně jde o celou řadu činností spjatých s filmem. Film se za roky svého technologického vývoje stal jedním z nejvlivnějších masových médií současnosti. Artové, experimentální, animované, historické, výpravné filmy či dokumenty, ale především dlouhometrážní zábavní snímky needukativního typu a v neposlední řadě audiovizuální výstupy s čistě reklamním sdělením se šíří nejen prostřednictvím kin, nýbrž se do běžného života dostávají skrze televizní kanály a internet. Filmová kultura zahrnuje vývoj, samotnou tvorbu, postprodukci, distribuci a propagaci výsledného filmu, s kterým souvisí i podpora filmových festivalů a

přehlídek jak českých, tak mezinárodních. S filmovou kulturou souvisí i návštěvnost kin, technická podpora kin, či vzdělávání se v oblasti filmové teorie a praxe.

2.2.1 Filmové festivaly

Tzv. jednorázové akce, jejichž význam může mít přesahující parametry v intenci reprezentace a srovnání se zahraniční scénou, jsou součástí české filmové kultury. Bezesporu nejslavnějším festivalem s tradicí již od roku 1946 je Karlovarský filmový festival. Z historie je třeba zmínit rok 1956, ve kterém byl festival zařazen organizací FIAPF do kategorie A, kde jsou na seznamu festivaly jako Cannes, Berlin či Venezia.⁴ Po revoluci festival procházel velkými obtížemi z hlediska financování, koncepce atd., až v roce 1994 se ujali řízení Jiří Bartoška a Eva Zaoralová, kteří získali zpět ztracenou slávu a dokázali festival učinit nejslavnějším z celého východoevropského bloku. Vedle karlovarského festivalu prosperují řady dalších festivalů. Je nutné zmínit se o Zlínském mezinárodním festivalu, který je pořádán rovněž od roku 1994, dále pražský FebioFest, který má největší oblibu v Praze, přes přehlídku filmů – Dny evropského filmu, tradiční Letní filmová škola v Uherském Hradišti, jenž se pyšní velkým zájmem studentů a v neposlední řadě festival dokumentárního filmu v Jihlavě, který se zrodil z nenápadné studentské akce, až přesáhl mezinárodní měřítko. Zájem o dokumentární filmy je patrný také z festivalu Jeden Svět fungující od roku 1999. Samozřejmě v současné době existuje celá řada dalších malých jednorázových přehlídek či festivalů, jež nemají takový věhlas, nicméně se mohou soustředit na projekce alternativního obsahu.

⁴ DANIELIS, A. *Česká filmová distribuce po roce 1989*. Praha: Iluminace, Ročník 19, 2007, č. 1 (65). Str. 71

2.3 Filmová produkce z uměleckého hlediska

Českou kinematografii odlišuje mimo jiné i průmyslový charakter filmové výroby a v současné době těsné propojení s novými médii. Dřívější konflikt mezi svobodným uměleckým sebevyjádřením a ideologickou kontrolou byl po zapojení českého filmu do globálního systému audiovizuálního byznysu nyní nahrazen střetem kulturního a obchodního zájmu. Film, záznam zvuku a video měly nemalý vliv na vývoj dalších oblastí staršího umění a naopak jím byly do zásadní míry ovlivněny. Filmy, desky, pásky i fotografie jsou tzv. kanály komunikace. Film užívá uměleckých postupů, je ovšem rovněž vědeckým nástrojem, který otevřel nové oblasti poznání. Jak je napsáno v předmluvě ke knize *Dějiny světového filmu* z roku 1963 od Georgese Sadoula: „Neboť umění se mohlo zrodit před našima očima jen proto, že nepovstalo na panenské půdě bez kultury, nýbrž rychle načerpalo prvky ze všech oblastí lidského vědění. Kinematografie je úhrnem, syntézou mnoha jiných umění; to také tvoří její velikost.“⁵

Do uměleckého hlediska spadá nepopiratelný vliv filmového ztvárnění na kulturu a vice versa. Film je vytvářen filmovým štábem pro publikum, tedy lidmi pro lidi. Ve filmu by měl být patrný autorův/režisérův rukopis, kterým promlouvá k divákovi. Používá u toho specifických narativních postupů a mluví jazykem, který je zároveň i naším jazykem a hodnoty, které ve filmu zprostředkovává, se většinou shodují i s hodnotami daného kulturního a společenského prostředí ve kterém vznikl. Preambule Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016 hovoří o tom, že kinematografie je nejenom kulturní hodnotou, ale i zdrojem historických a současných informací o naší společnosti, která poskytuje komplexní svědectví historické a sociologické, též svědectví o kulturní identitě státu a rozmanitosti jeho obyvatel. Je významným prostředkem umožňující poznávat

⁵ SADOUL, G., *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. Orbis: Praha, 1963. Str 5.

minulost i současnost a vzdělávací formou výchovně působit nejen na mladou generaci.⁶

Lidé se na filmy dívají, aby utekli z reálného života, nebo aby se o té či oné skutečnosti co nejvíce dozvěděli. Film dokáže zrcadlit sny, noční můry i nejhorší lidské obavy stejnou měrou jako malé romantické touhy či obyčejnou všednodennost. Filmy propagují, ale i vysvětlují, většinou však nás chtějí „jen“ bavit.⁷

Návštěva kina či filmového festivalu za konkrétním účelem je bezesporu věc kulturní. Člověk má tendenci se kulturně vzdělávat a film je unikátní zprostředkovatel informací jak pro masové publikum, tak pro náročného diváka. Kinematografie reflektuje dění na poli společenském, politickém, historickém aj., proto postupem času mění svoji podobu stejně tak jako kultura a umění obecně. Co bylo dříve považováno za vrchol umění, se může dnes zdát plytké a naopak. Rovněž i film má svůj vrchol atraktivity v době, kdy při prvním uvedení osloví co nejširší publikum a poté postupně upadá v zapomnění, čímž vykazuje klasické rysy spotřebního zboží. Přesto se starší filmy vracejí zpět do kinodistribuce a těší se velké návštěvnosti zejména ve filmových klubech artových kin, na filmových festivalech a přehlídkách.

Česká filmová produkce se udržuje od konce osmdesátých let minulého století na poměrně stabilní výši okolo 20 – 30 premiér ročně⁸, přičemž od roku 2008 se každoročně uvedlo více jak 38 filmů ročně (v roce 2012 to bylo dokonce 49 českých premiér).⁹ Jev naprosto ojedinělý v historii české kinematografie, který se stal v roce 1990, kdy počet premiér uvedených v kinech stoupl až na magické číslo 84, je snadno vysvětlitelný tím, že Unie filmových distributorů (dále jen UFD) uvolnila do kin tzv.

⁶ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 3 [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

⁷ Gronemeyer, A., *Malá encyklopedie filmu*. 2004, Computer Press: Brno. ISBN 80-251-0209-2. Str. 7.

⁸ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 6 [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

⁹ *Tradice domácí tvorby*. Czech film comission. 2013. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/natacení-ceska-republika/tradice-domaci-tvorby/lg/cs>

trezorové filmy z předešlého politického režimu.¹⁰ Zvýšila se tím nejen celková návštěvnost, ale i podíl diváků českých filmů. Hlavní výhodou českých filmů je vytrvalý zájem domácího publika. Podíl českých filmů na celkové návštěvnosti všech distribuovaných filmů v ČR se většinou pohybuje v rozmezí 25 – 30 %, což je v evropském kontextu zcela ojedinělé.¹¹ Tvrzení, zda jsou Češi nejvíce loajálními národními diváky v porovnání s dalšími evropskými či jinými obyvateli, je ovšem poněkud problematické.

Jak ukazuje následující tabulka č. 1., ze zahraničních filmů jsou v ČR nejvíce navštěvované americké. Například v roce 2011 přišlo na českou kinematografii něco málo přes 3 mil. diváků, zatímco návštěvnost filmů z USA, je více než dvojnásobná. Procentuálně vyjádřeno, 63,8 % z celkového počtu návštěvníků za rok 2011 přišlo na americké filmy, na české už jen 28,5 % a na snímky ostatních národních kinematografií pouze 7,7 %. V roce předchozím, tedy 2010, byl podíl českých filmů na celkové návštěvnosti, i co do počtu uvedených českých představení, o několik procent vyšší. Souvisí to zejména s tím, že bylo uvedeno 446 českých filmů (z toho 39 premiér), což bylo více než v roce předešlém a následujícím. Přiznaná podpora Státního fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie (dále jen SFPRČK) v roce 2010 činila 224,8 mil Kč, což bylo o 55 mil méně než v roce předešlém, zato v roce 2011 podpora tvořila už jen 212,6 mil Kč.¹²

¹⁰ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 6 [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

¹¹ Tamtéž.

¹² Zpráva o české kinematografii. 2011, 2010, 2009. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

Tabulka č. 1. Vybrané ukazatele kinematografie v ČR

Vybrané ukazatele kinematografie v ČR			
	2011	2010	2009
České filmy			
Návštěvnost	3 077 585	4 704 369	3 186 087
Počet představení	87 307	99 580	91 260
Počet filmů	408 (47pr.)	446 (39pr.)	416 (47pr.)
Americké filmy			
Návštěvnost	6 879 245	7 689 311	8 100 977
Počet představení	286 639	249 158	262 140
Počet filmů	355 (114pr.)	351 (108pr.)	359 (109pr.)
Podíl českých filmů na návštěvnosti	28,50%	34,80%	25,60%
Podíl českých filmů na počtu představení	21,40%	25%	22,60%
Podíl amerických filmů na návštěvnosti	63,80%	56,80%	64,90%
Podíl amerických filmů na počtu představení	70,10%	62,40%	65%
Podíl ostatních filmů na návštěvnosti	7,70%	8,40%	9,50%
Podíl ostatních filmů na počtu představení	8,50%	12,6%	12,40%

Zdroj: Zpráva o české kinematografii 2011. MKČR.

V otázkách národní kultury se každý stát více či méně odlišuje. Tyto rozdíly spatřujeme ve stylu humoru, obsahu filmového vyprávění a způsobu, jakým je film natáčen. Česká republika je členem EU, a ta má zájem o udržení kulturní rozmanitosti společnosti, snaží se jednotlivé tradice a zvyklosti nejen udržovat, ale i finančně podporovat. Proto vznik mezinárodních filmů je subvencován programem na podporu filmové koprodukce, jehož cílem je zachování daných národních uměleckých hodnot ve filmu. O mezinárodních programech a koprodukcích je podrobněji pojednáváno v kapitole 3.3.

Kinematografie jako taková, a to zejména ta „nehollywoodská“, by měla být v první řadě vnímána jako filmové umění a až druhotně by se měla řadit mezi odvětví obchodu – tedy do filmového průmyslu. Ten už je vnímán jako standardní obchodní odvětví, do kterého spadá provoz a pronájem filmových ateliérů, laboratoří a studií, pořádání mezinárodních filmových přehlídek atd. Sem je nutno i zahrnout kina – zejména multikina – která využívají média filmu pouze ke svým ekonomickým zájmům (tedy zisku), avšak samotné filmy a tvůrce, kteří stojí za ním, přímo nepodporují. Stejně tak jako každé jiné průmyslové odvětví, je i filmový průmysl

založen na tržní poptávce a nabídce. Proto z ekonomického hlediska by filmové odvětví mělo být soběstačné a životaschopné i bez jakékoli formy státní finanční podpory. To se ovšem ve skutečnosti neděje a často je filmový průmysl s filmovým uměním propojen tak markantně, že je i nepřímo v rámci podpory filmové tvorby podporován i filmový průmysl.

Výroba českého filmu stojí průměrně okolo 20 – 25 mil. Kč. Musí na něj do kina přijít zhruba milion diváků, aby se producentům návratnost vložených prostředků vyplatila, což v posledních letech dokázalo jen málo filmů. Proto je státní intervence formou podpory zcela nevyhnutelná. Film může být financován jak vládními prostředky, tak i ze soukromých zdrojů. Jaká je konkrétní podoba veřejné i soukromé podpory filmové tvorby je konkrétněji pojednáváno ve třetí kapitole.

2.4 Filmová produkce z ekonomického hlediska

V kinematografii obecně bohužel neplatí pravidlo, že čím více filmů se vyrobí, tím více kvalitních filmů bude v kinech promítáno, tím častěji a podrobněji bude ve filmu pojednáváno o současných i minulých tématech a o to více film přispěje k všeobecné informovanosti a vzdělanosti. Nejnavštěvovanější filmy jsou tzv. blockbustery, které si udržely širokou popularitu a dosáhly enormních tržeb. Jsou to snímky, které mají za úkol zaujmout co nejširší spektrum diváků nenáročným tématem – většinou takovým, který jen pobaví, odreaguje, ale neskýtá výraznější uměleckou hodnotu. Jedná se o filmy, které pocházejí ve většině případů z americké produkce, i když českému filmu se tento vliv komercializace také nevyhýbá. Takovéto filmy se zpravidla neřadí do kategorie vyššího umění a po jejich zhlédnutí ve většině případů upadají v zapomnění. Proto podpora těchto filmů bývá mezi filmařskou obcí příčinou neshod.

„Filmoví tvůrci se nemusejí pouštět do ambiciózních, dražších počinů (jako bylo například natáčení filmu *Ve stínu* režiséra Davida Ondříčka¹³, jehož rozpočet přesáhl dvojnásobek oproti běžnému rozpočtu), ani jich nemusejí natáčet více, nýbrž by se měli snažit o to, aby se filmy staly nezávislými na trhu. To znamená, aby zobrazovaly skutečnost originálním, autorským způsobem a nezahrnovaly komerční prvky. Dnešním filmařům však nezbývá nic jiného, než sáhnout po marketingových nástrojích a protkat film product placementem a reklamou, aby si filmy samy na sebe „vydělal“, jelikož státní podpora české kinematografie je nedostatečná“, řekl Jan Svěrák, režisér a šéf Asociace producentů v audiovizí v jednom z rozhovorů pro Českou televizi (dále jen ČT).¹⁴ Komise Evropské unie ve svém Sdělení o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl podotýká, že audiovizuální díla jsou jak hospodářské statky, které nabízejí důležité příležitosti k tvorbě bohatství a pracovních míst, tak statky kulturní, které zobrazují a utvářejí naši společnost.¹⁵

Vládne všeobecné přesvědčení, že pro uchování evropské audiovizuální tvorby je podpora nezbytná. Pro producenty je obtížné získat dostatečnou předběžnou komerční podporu, která by jim zajistila finanční prostředky na uskutečnění produkčních projektů. Vysoká rizikovost podnikání v tomto odvětví je spolu se zjevně nedostatečnou ziskovostí příčinou jeho závislosti na státní podpoře. Kdyby byly ponechány pouze působení trhu, mnoho z těchto filmů by kvůli vysokým investicím a omezenému publiku evropských audiovizuálních děl vůbec nevzniklo.¹⁶

Proto kinematografie a filmový průmysl nespadá do klasického sektoru kultury ani není standardním odvětvím průmyslu. Národní kinematografické produkce jsou kulturně specifickým produktem země se společenským a tvůrčím přínosem pro jejich

¹³ Film *Ve stínu* dostal devět ocenění Českého lva, mimo jiné za nejlepší film, režii, scénář, hlavní mužský herecký výkon. Rozpočet projektu byl 70 mil. Kč financován z domácích i zahraničních zdrojů. Film vznikl v česko-slovensko-polské koprodukci. *Nový film Davida Ondříčka vznikne ve stínu 50. let.* ČTK, 28.2.2011. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/116744-novy-film-davida-ondricka-vznikne-ve-stinu-50-let/>

¹⁴ SVĚRÁK, J. *Otázky Václava Moravce. Budoucnost české kinematografie.* 15.7.2012. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/212411030510701-otazky-vaclava-moravce-2-cast/video/209602>

¹⁵ Úřední věstník Evropské Komise C 332/1. *Sdělení Komise o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl.* 15.11.2013. Čl. 1, odst. 1. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:CS:PDF>

¹⁶ Tamtéž. Čl. 1, odst. 4

občany. S využitím globálního trhu, v jehož rámci filmový průmysl funguje, a za účelem ochrany kontinuální produkce domácích filmů, podporují prakticky všechny země s vyspělým filmovým průmyslem svůj sektor národního filmu. Evropská unie je ve světovém filmovém průmyslu silný hráč. Vzniká zde každoročně asi 1300 filmů, což je více než v USA, kde vyrobí přibližně osm set filmových děl. To, že se jedná o silné odvětví průmyslu, dokazuje fakt, že v Evropě dává práci zhruba milionu lidí. V zemích Evropské unie vynakládají vládní instituce na podporu filmu přibližně 3 mld. eur ročně (přes 80 mld. Kč) a další miliardu eur (přes 27 mld. Kč) ve formě daňových pobídek.¹⁷ Jedinými výjimkami jsou dvě země, v nichž je příslušný domácí trh dostatečně velký, aby udržel filmařskou aktivitu bez větší intervence veřejného sektoru, USA (Hollywood) a Indie (Bollywood).¹⁸

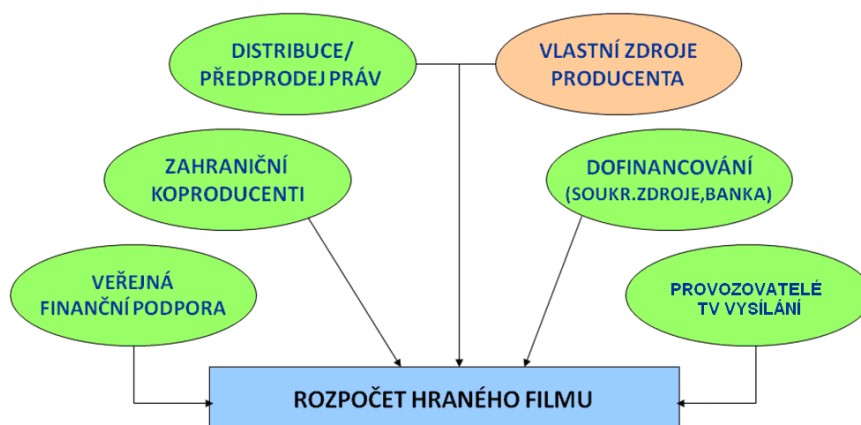
Sektor kinematografie vykazuje velmi specifické ekonomické rysy. Na straně nabídky, tedy výrobce/filmové produkční společnosti, jsou vysoké výrobní náklady, které existují bez ohledu na objem tržeb. Z účetního hlediska představují výrobní náklady tzv. utopené náklady, tzn., že předměty a služby související s výrobou daného filmu není možné opětovně použít. Z pohledu diváka, tedy poptávky, je film spotřební zboží, a jakmile se spotřebuje, nelze očekávat dodatečný zisk. Každé kinematografické dílo je originální prototyp a není možné tudíž stanovit věrohodný vzorec spotřeby.¹⁹ Filmy mají omezenou životnost a z historického hlediska můžeme pozorovat, že často filmy vzbudí velký divácký zájem a vykážou neočekávané tržby či naopak jsou nezřídka kdy výrazně ztrátové.

¹⁷ ČTK. *Brusel mění pravidla podpory filmu. Koprodukcím možná svítá na lepší časy...* Patria online. 14.11.2013. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.patria.cz/zpravodajstvi/2492064/brusel-meni-pravidla-podpory-filmu-koprodukcim-mozna-svita-na-lepsi-casy.html>

¹⁸ MK. Příloha 3.3 Koncepce české kinematografie: *Ekonomické aspekty české kinematografie*. ProCulture. 2010. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.proculture.cz/cultureinfo/kulturni-politika-v-cr/koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-a-filmoveho-prumyslu-2010-2016-2423.html>

¹⁹ Tamtéž. Str. 2

Obrázek 1. Schéma financování kinematografického díla



Zdroj: Příloha 3.3 Koncepce české kinematografie. Ekonomické aspekty české kinematografie.

Ke schématu rozpočtu hraného filmu je nutno dodat, že typický rozpočet evropského filmu se skládá přibližně z 60 % z veřejných zdrojů a zbytek finančních prostředků pochází ze zdrojů soukromých, jako je předprodej, dofinancování bankou nebo koprodukce formou vložení filmových služeb a zařízení.²⁰ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016 (dále jen Koncepce) předpokládá, že z každých deseti vyrobených celovečerních filmů bude sedm ztrátových, dva skončí v bilanční rovnováze a jeden bude natolik úspěšný, že zaplatí ty ostatní. Pakliže chce výrobce film prodat se ziskem, což znamená pokrýt výrobní náklady, investice soukromých subjektů, zahraničních koproducentů a další finanční stimuly státních a mezinárodních podpůrných programů, musí strategicky určit, které cílové skupině je film určen. Výsledkem často bývá nízkorozpočtová komedie určena nejširšímu spektru diváků.²¹ Cílové skupiny diváků lze rozdělit do souboru dle kritérií: pohlaví, věk, dosažené vzdělání, region, příjem, rodinný stav apod. Lze tedy předpokládat, že rodinná komedie pro cílovou skupinu 15 – 60 let s největší pravděpodobností výrobní náklady filmu pokryje. Naopak jiný žánr, cílený na náročné evropské publikum, již nikoli.

²⁰ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str 24. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

²¹ Tamtéž.

Vybrané úspěšné české filmy natočené po roce 2001 *Vratné láhve* (2007), *Ženy v pokušení* (2010), *Muži v naději* (2011), *Líbáš jako bůh* (2009), *Bathory* (2008), *Tmavomodrý svět* (2001) a *Pupendo* (2003) se těšily velké divácké návštěvnosti i tržeb. Například film *Vratné láhve* od Jana Svěráka vykázal rekordní ukazatele. Rozpočet činil 34 mil. Kč, přišlo na něj 1,2 mil. diváků a tržby činily 124,6 mil. Kč.²² Komedialní duo Jiřího Vejdělka *Ženy v pokušení* a *Muži v naději* bylo rovněž komerčně velmi úspěšné. První z nich, jehož rozpočet byl 25 mil. Kč²³, v českých kinech utržil 124 mil. Kč za prodané lístky²⁴, zatímco druhý při rozpočtu 25 mil. Kč vydělal 94,3 mil. Kč.²⁵ Film Marie Poledňákové *Líbáš jako bůh*, jehož rozpočet se pohyboval okolo 40 mil. Kč, přilákal do českých kin přes 900 tisíc diváků a utržil tím přes 90 mil. Kč²⁶, jak je uvedeno v následující tabulce č. 2.

Tabulka 2. Rozpočet, návštěvnost a tržby vybraných filmů (řazeno dle tržeb)

Film	Premiéra	Rozpočet (mil. Kč)	Návštěvnost (v tisících)	Tržby (mil. Kč)
Vratné lahve	8. 3. 2007	34	1 260	124,6
Ženy v pokušení	18. 3. 2010	25	1 237	124,0
Muži v naději	25. 8. 2011	25	852	94, 3
Líbáš jako bůh	12. 2. 2009	40	900	90,0

Zdroj: vlastní zpracování, Zpráva o české kinematografii 2011. MKČR.

²² Zpráva o české kinematografii. 2011. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

²³ Jiří Vejdělek dotočil nový film, komedii o ženách. iHNED.cz, 22. 10. 2009. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z <http://art.ihned.cz/c1-38749210-jiri-vejdelek-dotocil-novy-film-komedii-o-zenach>

²⁴ Zpráva o české kinematografii 2011. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

²⁵ BORO VAN, A. *Vejdělek si připiše na „konto“ dalších 100 milionů*. 11.11.2011. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/vejdelek-si-pripise-na-konto-dalsich-100-milionu-716442>

²⁶ BORO VAN, A. *Motor na peníze Marie Poledňákové zpomaluje*. 13.6.2012. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/motor-na-penize-marie-polednakova-zpomaluje-773536>

Zmíněné filmy, řazené sestupně podle objemu tržeb, dokazují, že nejúspěšnějším žánrem v novodobé historii české kinematografie se stala nenáročná komedie rodinného či romantického typu. Tržby sto milionů korun neznamenají ještě čisté výnosy pro producenty. Z prodeje lístků si více než 50 % vezmou majitelé a provozovatelé kin, 15 až 20 procent filmoví distributoři. Producentům tak po odečtení několika položek zůstává v průměru 30 % tržeb, jak dokládá i modelový příklad řešený níže.

Tabulka č. 3 zobrazuje modelový příklad návratnosti výrobních nákladů filmu. Počítáno je s následujícími údaji:

- Rozpočet celovečerního filmu: 30 000 000 Kč
- Průměrná cena vstupenky: 124,- Kč v květnu 2013²⁷
- Návštěvnost: 1 000 000 diváků.

Tabulka 3. Modelový příklad návratnosti výrobních nákladů filmu

1% odvod do Státního fondu kinematografie	1 240 000,-	1% sazba ve prospěch Fondu ²⁸
Hrubé tržby	122 760 000,-	Návštěvnost x cena vstupenky – 1 %
DPH (15 %)²⁹	18 414 000,-	Odvod DPH z hrubých tržeb
Poplatek OSA (0,8 %)	834 768,-	0,8 % z hrubé tržby provozovatele kina po odečtu DPH
Čisté tržby	103 511 232,-	
Kina	59 001 402,-	Kina si nechávají průměrně 57 % tržeb

²⁷ BENEŠ, J. *Do českých kin chodí oproti loňsku méně lidí, cena vstupného roste*. Český Rozhlas. 9.7.2013. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/film/_zprava/1233436

²⁸ Předpis č. 496/2012 Sb. Zákon o audiovizí. Díl 3, Audiovizuální poplatky. §26, odst. 4. Původní zákon z roku 1992 definoval odvod do SFPRČK 1,- Kč z prodané vstupenky.

²⁹ ČR zvýšila na začátku roku 2013 tzv. spodní sazbu daně z přidané hodnoty na 15 %. V roce předešlém Nečasova vláda zvýšila daň z 10 % na 14 %, zatímco v roce 2008 ještě daň tvořila „pouhých“ 5 %.

Odměna distributora (15 %)	8 850 210,-	Distributor si zpravidla nechává 15-20 % z odvodu kina
Distribuční náklady	5 000 000,-	Odhad
Čisté výnosy producenta (+koprod./investoři)	30 659 620,-	

Zdroj: vlastní zpracování, Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK.

Z uvedeného vyplývá, že při průměrných výrobních nákladech 30 mil. Kč a průměrném vstupném v roce 2013 se mohou vložené finanční prostředky vrátit pouze tehdy, navštíví – li film kolem jednoho milionu diváků, což se v realitě podařilo pouze vybraným filmům (viz tabulka č. 2). Zároveň je třeba dodat, že většina českých filmů, které dosáhly hranice jednoho milionu návštěvníků, měla o poznání vyšší rozpočet než průměrných 30 mil. Kč - například již zmiňovaná detektivka na pozadí událostí z 50. let *Ve stínu* měla rozpočet 70 mil. Kč³⁰, historický velkofilm Juraje Jakubiska *Bathory* (320 mil. Kč) se dokonce zařadil k nejnákladnějším filmům ve střední Evropě³¹, Menzelův počin *Obsluhoval jsem anglického krále* podle stejnojmenné knižní předlohy Bohumila Hrabala stál 84 mil. Kč³² a Svěrákův *Tmavomodrý svět* dokonce 260 mil. Kč.³³ V ČR jsou nejčastějšími koproducenty televizní společnosti, jak veřejnoprávní, tak komerční. Investice do filmu formou koprodukce nebo předkupu práv se jim vyplácí, jelikož získávají obsah, který zhodnotí vysíláním v televizních pořadech. Další finanční prostředky dostává producent z distribuce jinými nosiči – např. DVD a Blu-ray. Výnosy z prodeje filmu do zahraničí jsou bohužel zanedbatelné,

³⁰ Nový film Davida Ondříčka vznikne ve stínu 50. Let. ČTK, 28.2.2011. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/116744-novy-film-davida-ondricka-vznikne-ve-stinu-50-let/>

³¹ ČTK. Premiéra *Bathory*: Běžný potlesk. Lidovky.cz. 6.7.2008. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: http://www.lidovky.cz/premiera-bathory-bezny-potlesk-d3l-/kultura.aspx?c=A080706_135953_ln_kultura_mel

³² ČSFD. *Obsluhoval jsem anglického krále*. Česko-Slovenská filmová databáze. 7.10.2008. [online, cit. 17.11.2013] Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/221330-obsluhoval-jsem-anglickeho-krale/>

³³ ČT. *Tmavomodrý svět*. [online, cit. 20. 11. 2013]. Dostupné z : <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1026260725-tmavomodry-svet/20036712018/4873-co-mozna-nevite/>.

protože jen hrstka českých filmů se uplatní v distribuci na Slovensku, o to méně často v jiných evropských zemích.³⁴

3 Podpora filmové kultury

Jakákoli forma podpory jak české kinematografie, tak příchozích zahraničních produkcí a koprodukcí, je zcela nezbytná pro přirozený kulturní vývoj daného národa. Filmový průmysl na rozdíl od jiných oblastí kultury (mj. divadlo, galerie, hudba) spadá do soukromého podnikání a nečerpá tak finance ze státního rozpočtu, jako tomu je například u městských divadel a jiných příspěvkových organizací zřizovaných přímo Ministerstvem kultury ČR (dále jen MK) nebo financovaných z rozpočtu samosprávných celků. Pokud tedy nelze využít vícezdrojového financování, musí se filmoví producenti obracet na programy MK, soukromé subjekty či mezinárodní organizace. Jedná se tedy o nepřímé finanční prostředky ze státního rozpočtu, prostředky Státního fondu kinematografie (dále jen „Fond“) ³⁵ a Evropské unie.

3.1 Podpora Ministerstva kultury ČR

Ministerstvo kultury je zastřešujícím orgánem Státního fondu kinematografie, zřizuje Odbor médií a audiovize (dále jen OMA), který prostřednictvím Programu podpory filmového průmyslu, Kulturní aktivity nebo Programu tvůrčích a studijních příspěvků vypisuje výběrová řízení na podporu českých projektů. OMA plní úkoly ministerstva jako ústředního orgánu státní správy pro oblast audiovize, rozhlasového a

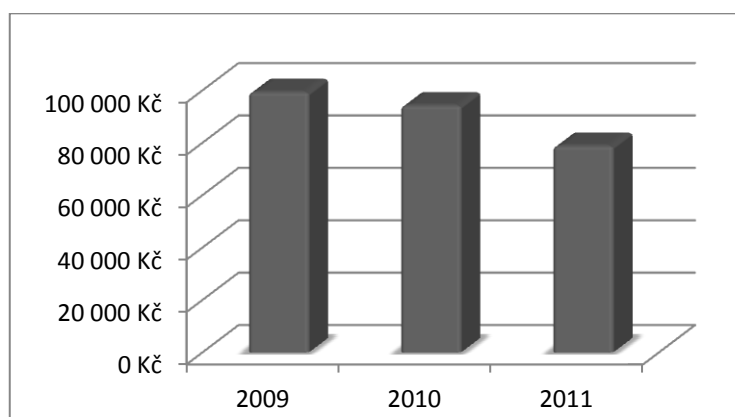
³⁴ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 27. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

³⁵ Fondem se budu podrobněji zabývat v podkapitole 3.2.2, jelikož dne 1. ledna 2013 nabyl účinnosti zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů, který přináší mnoho změn, mj. Fond vznikl jako nový samostatný právní subjekt namísto SFPRČK.

televizního vysílání, tisku a jiných informačních prostředků. Dále MK financuje České filmové centrum (dále jen ČFC), které vzniklo pod Asociací producentů v audiovizi v roce 2007, a z rozpočtu OMA je rovněž transferován příspěvek ČR do mezinárodního fondu Eurimages a Evropské filmové observatoře.³⁶

Následující graf č. 1 ilustruje vývoj celkových finančních prostředků poskytnutých Odborem médií a audiovize MK ze státního rozpočtu do oblasti kinematografie. Jak je patrné, objem finančních prostředků má klesající tendenci, v roce 2009 částka činila více než 99 mil. Kč, zatímco v roce 2011 podpora tvořila 78,8 mil. Kč, tedy o 20 mil. méně. Největší položky ze seznamu žadatelů zpravidla tvoří dotace na Mezinárodní filmový festival v Karlových Varech (10 mil. Kč, 2011), Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně (10 mil. Kč); další prostředky plynou na podporu činnosti České filmové komory, zejména na prezentaci české kinematografie v ČR a zahraničí (6 mil. Kč). Dále se mezi příjemce řadí mezinárodní festival animovaných filmů AniFest (5 mil. Kč), mezinárodní festival Jeden svět (dokumentární festival o lidských právech) a mezinárodní festival dokumentárních filmů Jihlava.³⁷

Graf 1. Dotace udělené OMA MKČR, v tis. Kč.



Zdroj: Zpráva o české kinematografii 2011, 2010, 2009. MKČR.

³⁶ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 7. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

³⁷ Zpráva o české kinematografii 2011. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

3.2 Nový zákon o audiovizi

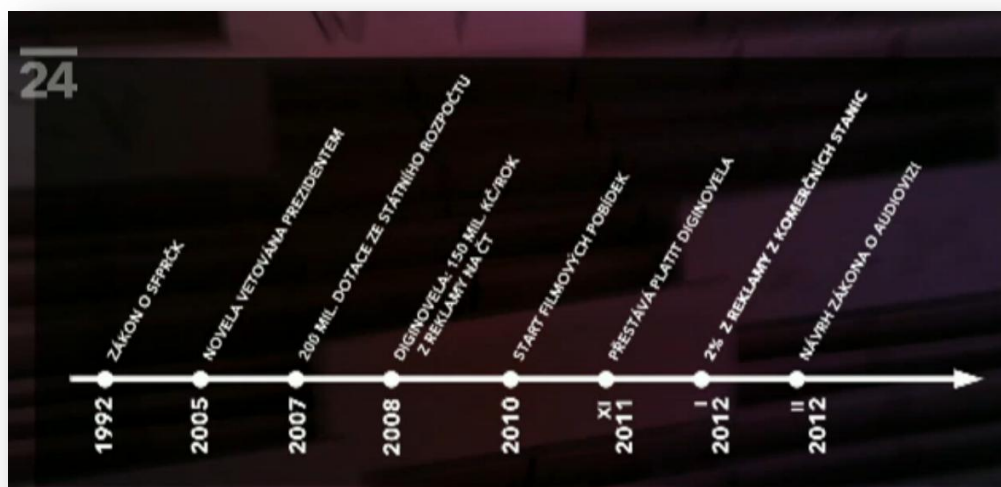
Česká kinematografie se potýkala přes dvacet let, konkrétně od roku 1992, kdy byl založen SFPRČK, s problémy v podobě zastaralé legislativy, která je neslučitelná s principy EU, nestálého systému financování a značně omezenými zdroji dostupných fondů. Na konci roku 2012 Poslanecká sněmovna ČR schválila (i přes veto prezidenta republiky³⁸) nový Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (dále jen „zákon o audiovizi“), který nabyl účinnosti dne 1. ledna 2013. Zákon o audiovizi upravuje povinnosti při výrobě a zpřístupňování kinematografických a jiných audiovizuálních děl, postavení a činnost Národního filmového archivu (dále jen NFA) a postavení a činnost Státního fondu kinematografie, jeho financování, poskytování podpory projektům kinematografie a poskytování pobídek filmovému průmyslu³⁹, o kterém bude podrobněji pojednáváno níže v této práci.

Na časové ose (obrázek č. 2) jsou znázorněny nejdůležitější milníky ve vývoji české kinematografie od založení SFPRČK v roce 1992, přes neúspěšný návrh novely zákona v roce 2005, spuštění systému filmových pobídek, až po přijetí nového zákona o audiovizi v roce 2013.

³⁸ Snaha provést legislativní změny v oblasti podpory české kinematografie a výroby audiovizuálních děl v České republice narazila na veto prezidenta už v roce 2006, kdy byla zamítnuta novela zákona č. 241/1992 Sb., o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, ve znění pozdějších předpisů.

³⁹ ePravo.cz. *Zákon o audiovizi a podpora výroby audiovizuálních děl formou filmových pobídek*. epravo.cz, a.s. 17.7.2013. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.epravo.cz/top/clanky/zakon-o-audiovizi-a-podpora-vyroby-audiovizualnich-del-formou-filmovych-pobidek-91682.html>

Obrázek 2. Cesta k zákonu o audiovizi



Zdroj: Otázky Václava Moravce. 1. 7. 2012. ČT.

Nejvýraznější změnou oproti starému zákonu je vytvořený systém, který umožní lepší plánování, kontrolu a využívání dotací a ve finančních ohledech dá větší prostor efektivitě. Dříve mohli kupříkladu filmaři podávat žádost o podporu kdykoliv a na cokoliv, nyní Rada vyhlašuje alespoň čtyřikrát ročně výzvy a speciální uzávěrky s konkrétním zadáním, v nichž předem uvádí, kolik peněz se na projekt vynaloží a na co půjdou. Žadatelům je tedy dopředu jasné, o kolik peněz se soutěží. Nově jsou rovněž zavedené expertní posudky a analýzy. Uchazeči se vždy podrobně dozví, proč jejich žádost uspěla či neuspěla a proč peníze obdrželi nebo případně nedostali. Podpora tak je daleko transparentnější.⁴⁰ Konkrétním změnám, zejména týkajících se Státního fondu kinematografie, je věnována celá kapitola 3.2.2.

⁴⁰ ČT. *Filmaři se dočkali - po 20 letech nový zákon o audiovizi*. ČT24. 2012. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/208288-filmari-se-dockali-po-20-letech-novy-zakon-o-audiovizi/>

3.2.1 Vývoj filmových pobídek v ČR

Účelem Programu podpory filmového průmyslu (dále jen PPFP) je podpora filmové produkce v České republice a zvýšení konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu v evropském a světovém měřítku⁴¹, který prošel notifikací Evropské komise (dále jen EK) v roce 2010 stejně tak, jako nedávno přijatý nový zákon o audiovizí. EK tímto deklarovala, že Program je slučitelný s vnitřním trhem EU a není tak v rozporu s podporou poskytovanou státem nebo ze státních prostředků, které by narušovaly hospodářskou soutěž a obchod mezi členskými státy.⁴² PPFP má od přijetí nového zákona řádnou legislativní úpravu a je tímto pevně ukotven v zákoně o audiovizí. Program jako takový tedy zaniká a v současné době se mluví „jen“ o filmových pobídkách, nicméně pro současné pochopení daného tématu je nutná aplikace dat z PPFP.

Možnost podpory filmové produkce se tímto programem rozšířila o nepřímou finanční podporu, kdy producenti mohou požadovat navrácení 20 % vynaložených a uznaných prostředků na území ČR.⁴³ Tato podpora byla přijata převážně z důvodu atraktivnosti českého trhu pro zahraniční produkce, ale mohou z něj čerpat i české produkce. Nepřímo je tedy zaměřen na regionální rozvoj a podporu malých a středních podniků, drobných živnostníků a profesí s vysokou přidanou hodnotou. Přispívá k podpoře rozvoje řemesel, zaměstnávání dlouhodobě nezaměstnaných a nepřímo i k propagaci České republiky v zahraničí.⁴⁴

Právě silný odliv zahraničních produkcí v letech 2002 – 2008 z Čech přiměl Ministerstvo kultury zavést tuto formu filmových pobídek pro zahraniční produkce, které projeví zájem natáčet v ČR. V evropském kontextu se rozhodně nejedná o

⁴¹ Program podpory filmového průmyslu. 2010. PPFP. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/program.html>

⁴² Smlouva o fungování evropské unie. Ustanovení čl. 107 odst. 1. Vláda ČR. [online, cit. 20. 4. 2012]. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/cs/FTU_3.3.3.pdf.

⁴³ Program podpory filmového průmyslu. 2010. PPFP. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/program.html>

⁴⁴ MKČR. *Program podpory filmového průmyslu – spuštěn*. ProCulture.cz. 23.06.2010. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.proculture.cz/podpora/granty-dotace-eu-stat-kraje/zahajeni-realizace-programu-podpory-filmoveho-prumyslu-2477.html>

ojedinělou iniciativu. Srovnatelné podmínky již dříve zavedly např. Maďarsko, Francie, Anglie, Německo, Irsko, aj. V roce 2004 v ČR došlo k meziročnímu poklesu objemu zahraničních produkcí o 70 % a celkový objem audiovizuální produkce (zahrnující i české filmy a výrobu reklamních spotů) se v důsledku toho propadl o 47 %. V roce 2008 došlo k dalšímu dramatickému meziročnímu propadu zahraniční filmové výroby o 66 % oproti roku předešlému. Produkce zahraničních filmů se tak poprvé od roku 1992 stala objemově nejmenší složkou celkového ročního obratu audiovizuální produkce v ČR.⁴⁵

Základem pro vyplacení dotace je schválení projektu Programovou Radou, která je poradním orgánem ministra kultury. Všechny filmy musí v souladu s pravidly EK projít kulturním testem, který garantuje, že podpořený film bude mít určité kvality se vztahem k evropské kultuře. Systém pobídek rovněž garantuje, že se podpory do výše 20 % uznatelných nákladů nevyplatí dříve, než investor/producent neproinvestuje své prostředky do českých služeb a následně neprovede audit těchto výdajů. Další výhodou je, že se žádosti o podporu zpracovávají dle data doručení, producenti jsou tedy motivováni podávat žádosti co nejdříve, což ve svém důsledku umožňuje lepší plánování výdajů.

V roce 2010, tedy v témže roce spuštění celého programu, bylo vyplaceno necelých 178 mil. Kč celkem 21 projektům, ze kterých 15 bylo v koprodukcí se zahraničním producentem. Žádostí bylo podáno celkem 38. Mezi vybranými filmy byl podpořen nejvyšší částkou (přes 40 mil. Kč) americký velkofilm *Mission: Impossible – Ghost protocol* (2011), který v ČR prokazatelně utratil více než 200 mil. Kč. Natáčelo se např. na Pražském hradě a na perónu Hlavního nádraží. Z českých filmů obdrželo největší podporu Havlovo *Odcházení* - 7 mil. Kč.⁴⁶

O rok později bylo podpořeno 40 filmů, 22 z nich bylo v zahraniční koprodukcí. Celkem podpora činila přes 260 mil. Kč. V porovnání s rokem 2010 bylo tedy vyplaceno o 82 mil. Kč více, což není zanedbatelné číslo. Za zmínku stojí

⁴⁵ *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu za rok 2010*. PPFP. 2010. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/dokumenty.html>

⁴⁶ *Seznam vyplacených dotací v Programu podpory filmového průmyslu*, 2010. PPFP, 2010. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/seznamy.html>

například americký televizní seriál *Missing*, který byl mimo jiné natáčen v barrandovských studiích, v pražském metru, na novogotickém zámku Sychrov a v severočeském Duchcově. MK v rámci Programu seriálu přispělo dotační částkou 66 mil. Kč, která tvořila v daném roce nejvyšší dotační položku. Z českých filmů figurují například *Hranaři*, film *Ve stínu* v polsko-slovenské koprodukcii, *Poupata*, *Čtyři slunce*, *Alois Nebel* v německo-slovenské koprodukcii a další.⁴⁷

Necelých 340 mil., tedy o výrazných 80 mil. více než rok předtím, bylo poskytnuto 52 žadatelům o podporu v roce 2012. Z této částky byl podpořen například televizní seriál *Borgia* ve francouzsko-německo-české koprodukcii⁴⁸, který byl natáčen mimo jiné v barrandovských ateliérech, kde vznikl seriálový Řím s věrnou kopií Sixtínské kaple. Pro scény v římském chrámu San Giovanni in Laterano posloužil tvůrcům kostel sv. Václava na pražském Smíchově. Natáčelo se i v areálu Sacre Coeur v Holečkově ulici na Praze 5.

Omezený rozpočet podpory filmového průmyslu v ČR neláká tolik zahraničních filmařů jako v jiných zemích. Např. v sousedním Německu, kterým se český systém nechal inspirovat při zavedení PPFP, utratily zahraniční produkce v roce 2011 4,94 mld. Kč. V Maďarsku, které patří k hlavním konkurentům ČR při ucházení o možnost hostit hollywoodské velko filmy, byla útrata 6,49 mld. Kč. V ČR zahraniční filmaři utratili „pouze“ 1,3 mld. Kč.⁴⁹ V ČR plynou do programu peníze ze státního rozpočtu prostřednictvím MK, tudíž je objem prostředků každoročně schvalován vládou ČR. Tato částka se postupně zvyšuje, stejně jako počet žádostí o podporu.

Objem filmových pobídek v minulých letech byl následující:

- 2013: 500 mil. Kč
- 2012: 340 mil. Kč
- 2011: 300 mil. Kč

⁴⁷ Seznam vyplacených dotací v Programu podpory filmového průmyslu, 2010. PPFP 2010. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/seznamy.html>

⁴⁸ Tamtéž.

⁴⁹ Bláhová, J., *Filmaři stojí frontu na Česko. Nejspíš marně*. HN: Praha, 2012. str. 14. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: http://www.scribd.com/doc/87350781/Zpravy-z-%C4%8Deske-kultury-zaposledni-t%C3%BDden-B%C5%99ezen-Duben-2012#outer_page_11.

- 2010: 250 mil. Kč.⁵⁰

Přestože je trend stoupající, prostředků není dle producentů dostatek. Na začátku roku 2012 byl schválen rozpočet ve výši 300 mil. Kč, nicméně byl program okamžitě vyčerpán. Filmaři ve svých žádostech požadovali 900 mil. Kč, kterými ale PPF nedisponoval. V případě, že by dokázal přijmout veškeré žádosti, proinvestovalo by se 4,5 mld. Kč a návratnost by odhadem byla 130 %.⁵¹

Filmový štáb hollywoodského velko filmu *Mission: Impossible – Ghost Protocol* utratil při natáčení v Praze okolo 450 mil. Kč, uznatelné náklady tvořily 200 mil. Kč a vráceno jim bylo 40 mil. Kč. To znamená, že by z rozpočtu 300 mil. Kč mohlo být podpořeno pouze sedm podobně nákladných zahraničních produkcí, což by mělo nemalý vliv na české filmy, na které by z rozpočtu jednoduše nezbyly prostředky.

3.2.2 Státní fond kinematografie

Bezesporu nejdůležitější institucí podporující filmový průmysl u nás je Státní fond kinematografie. Vznikl na základě nově přijatého zákona o audiovizí na konci roku 2012 a nabyl účinnosti 1. ledna 2013. Zanikl tak de facto doposud fungující SFPRČK zřízený zákonem č. 241/1992 Sb., který byl spravován MK. Nynější Fond má svoji vlastní právní subjektivitu, nicméně stále spadá do působnosti MK. Nový Fond převzal veškerou agendu starého Fondu a zároveň od MK převzal správu Programu podpory filmového průmyslu.⁵²

⁵⁰ ČTK. *Producenti kritizují stav fondu kinematografie i filmové pobídky*. České noviny, Praha: 30.06.2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/producenti-kritizuji-stav-fondu-kinematografie-i-filmove-pobidky/957255>

⁵¹ Bláhová, J., *Filmaři stojí frontu na Česko. Nejspíš marně*. HN: Praha, 2012. str. 14. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: http://www.scribd.com/doc/87350781/Zpravy-z-%C4%8Deske-kultury-zaposledni-t%C3%BDden-B%C5%99ezen-Duben-2012#outer_page_11.

⁵² Tisková zpráva MKČR. *Přínosy nového Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie*. MKČR. 2012. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/prinosy-noveho-zakona-o-audiovizualnich-dilech-a-podpore-kinematografie--160668/tmplid-228>

Zákon o audiovizí prošel rovněž notifikací EK, která potvrdila, že jsou dodrženy zásady zakazující diskriminaci na základě národnosti, ustanovující právo na svobodné usazování a zakládání firem, volný pohyb zboží a služeb – zákon o audiovizí tedy nesmí např. omezovat podporu pouze pro příslušníky daného státu; zda je podpora určena kulturnímu produktu, zda podpora nepřiměřeně neomezuje výdaje v jiných členských zemích, zda je výše podpory v souladu s pravidly danými v Cinema Communication nebo zda podpora nepreferuje určitý typ průmyslového odvětví (např. postprodukcí).⁵³

Hlavní úkoly Státního fondu jsou:⁵⁴

- výkon správy audiovizuálních poplatků, poplatků z vysílání reklamy a správních poplatků podle zákona o audiovizí,
- vedení evidence v oblasti audiovize
- poskytování podpory kinematografie,
- výkon majetkových autorských práv a práv výkonných umělců,
- výkon práva výrobce audiovizuálních děl a práva výrobce zvukového záznamu,
- přidělování koprodukčního statutu podle Úmluvy o filmové koprodukcí,
- poskytování filmových pobídek.

Zcela nově jsou zřízeny orgány Fondu – ředitel, Rada a Dozorčí výbor. V čele starého Fondu stál ministr kultury, nyní je ředitelkou Fondu někdejší ředitelka Odboru médií a audiovize Ministerstva kultury ČR – paní Helena Bezděk Fraňková. Do kompetencí ředitele spadá výkon rozhodnutí Rady o podpoře kinematografie, kontrola závěrečného vyúčtování podpory kinematografie, rozhodování o filmových pobídkách, rozhodnutí o udělení koprodukčního statutu aj.

⁵³ Tisková zpráva MKČR. *Přínosy nového Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie*. MKČR. 2012. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/prinosy-noveho-zakona-o-audiovizualnich-dilech-a-podpore-kinematografie--160668/tmplid-228>

⁵⁴ Česká republika. Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizí. Oddíl 2, Činnost Fondu, § 10, Úkoly a činnost Fondu. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/media-a-kinematografie/Zakon-c-496.rtf

Hlavní činností devítičlenného výboru je kontrola, zda jsou finanční prostředky využívány hospodárně a v souladu s účelem, na který byly poskytnuty. V novém procesu rozhodování o projektech hrají nyní významnou roli expertní posudky obsahové a ekonomické pro každý jednotlivý dotační okruh, kterými jsou:⁵⁵

- vývoj českého kinematografického díla,
- výroba,
- distribuce,
- projekt v oblasti technického rozvoje a modernizace,
- propagace díla,
- publikační činnost a činnost v oblasti filmové vědy,
- zachování a zpřístupňování národního filmového dědictví,
- vzdělávání a výchova v oblasti kinematografie,
- filmový festival a přehlídka,
- ochrana práv ke kinematografickým dílům a jejich záznamům.

Podle § 23 zákona 496/2012 Sb. je účelem expertní analýzy vytvoření kvalifikovaného podkladu pro odborné posouzení obsahu a ekonomické stránky projektu, podle kterého se následně rozhodne, zda daný projekt podporu dostane či nikoli.

Hlavní finanční zdroje Státního fondu dle § 24 zákona 496/2012 Sb., které nebyly součástí starého zákona, jsou:⁵⁶

- poplatky z vysílání reklamy,
- audiovizuální poplatky,
- příjem ze sjednaných podílů Fondu na zisku z podpořených projektů,
- příjmy z nakládání s majetkem ČR, se kterými je Fond příslušný hospodařit,
- odvody za porušení rozpočtové kázně včetně penále,

⁵⁵ Státní fond kinematografie. Seznam expertů. 2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.fondkinematografie.cz/o-fondu/experti/>

⁵⁶ Česká republika. § 10, Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizí. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/media-a-.../kinematografie/Zakon-c--496.rtf

- dotace ze státního rozpočtu účelově určená na filmové pobídky.

V tomto bodě je důležité zmínit, že audiovizuálním poplatkem je myšlen jednorázový poplatek z ceny vstupného na filmové představení. Doposud odvod do rozpočtu SFPRČK činil symbolickou jednu korunu z ceny vstupného, jehož výše paradoxně zůstala po dobu dvaceti let nezměněna, přestože se cena vstupného do kina vyšplhala od roku 1992 z 14Kč na dnešních 140Kč.⁵⁷

Přínosem nového Fondu je rovněž lepší plánovatelnost do budoucna, jelikož Rada je povinna stanovit dlouhodobou koncepci své činnosti, vytyčit priority i opatření k jejich dosažení stejně tak i krátkodobou (jednoletou) koncepci, která stanovuje úkoly pro daný kalendářní rok – např. počet tzv. výzev k podání žádostí o podporu na jednotlivé dotační okruhy, jejich výši a předběžné termíny.⁵⁸

Nová pravidla financování českého filmu jsou tedy nejzásadnější změnou, kterou nový zákon přinesl. Státní fond kinematografie, který spravuje veřejné peníze jdoucí do filmového průmyslu v ČR, by měl získávat peníze také od komerčních televizí (jedná se o 2 % z celkových ročních výnosů z reklamy, po roční účetní uzávěrce) a ze zpoplatnění filmů, které spravuje. Dohromady by tedy do fondu mělo jít až 230 mil. ročně.⁵⁹ Je důležité zdůraznit, že Fond není závislý na státním rozpočtu. Vztah rozpočtu Fondu k roku 2013 je napojený pouze dotací na pobídky filmovému průmyslu.⁶⁰ Chod Fondu je tedy hrazen z prostředků, který sám vygeneruje.

⁵⁷ Tiskové zprávy: *Lístek do kina letos podraží o téměř 5 procent*. PWC: Praha. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: http://www.pwc.com/cz/cs/tiskove-zpravy/2012/listek-do-kina-letos-podrazi-o-temer-5-procent.xml?WT.mc_id=hp-panel-2

⁵⁸ Tisková zpráva MKČR 20. 12. 2012. *Přínosy nového Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie*. ČFK. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/277/lg/cs>

⁵⁹ *Otázky Václava Moravce*. 1. 7. 2012. [Záznam televizního pořadu]. Praha: Česká televize 2012. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/212411030510701-otazky-vaclava-moravce-2-cast/video/209602>

⁶⁰ Státní fond kinematografie. *Schválený rozpočet na rok 2013*. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. <http://www.fondkinematografie.cz/o-fondu/rozpocet-statniho-fondu-kinematografie.html>

3.2.3 České filmové centrum

V roce 2003 byla založena Česká filmová komora (dále jen ČFK), pod jejíž správu spadalo fungování českého zastoupení evropského programu MEDIA a o rok později začala zajišťovat činnost i Českého filmového centra (dále jen ČFC), které do té doby pracovalo pod hlavičkou Asociace producentů v audiovizí. Cílem ČFC je systematicky zviditelňovat současnou českou kinematografii a filmový průmysl za hranicemi státu. Je členem společnosti European Film Promotion, která je zastřešující organizací mezinárodní sítě 35 evropských zemí, jež se specializují na oblast propagace a marketingu vlastních národních kinematografií. ČFC svoji činnost dělí na dva směry - oblast propagace českých filmů v zahraničí (Film Promotion) a servis příchozích zahraničních filmových produkcí (Film Commission).⁶¹

Náplň činností ČFC jsou tyto okruhy:

- informační poradenství – poskytování aktuálních informací o stavu české kinematografie a filmového průmyslu,
- propagační činnost – koordinace propagačních aktivit na mezinárodních festivalech a trzích, organizování propagačních akcí, pořádání přehlídek českých filmů v zahraničí,
- vydavatelská činnost – vydávání ročních katalogů, DVD, publikací,
- networking – navazování a péče o kontakty v rámci mezinárodního filmového průmyslu, zprostředkování kontaktů českým filmařům i zahraničním institucím, organizacím, produkcím, distribučním společenstvem s cílem napojit se na existující i nové struktury.⁶²

Pro účely této práce se k danému tématu váže více činnost ČFK, proto jí je věnována kapitola níže.

⁶¹ APA. *Česká filmová komora*. Asociace producentů v audiovizí. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.asociaceproducentu.cz/apau/cz/home/links/Main/index.jet>

⁶² ČFC. *O nás*. České filmové centrum. Praha, 2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://filmcenter.cz/cz/ceske-filmove-centrum/3>

3.2.4 Česká filmová komise

Czech Film Commission, jak je ČFK v zahraničí označována, je tzv. filmová kancelář, která podporuje a propaguje veškerou audiovizuální tvorbu v ČR a stejně tak poskytuje rady a cenné informace filmovým producentům – jak českým, ale zejména těm zahraničním, pro bezproblémové natáčení filmů na našem území. Je součástí mezinárodní asociace European Film Comissions Network (EUFCN) a Association of Film Commissioners International (AFCI), jejichž cílem je vybudovat mezinárodní síť aktivních evropských filmových komisí, propagovat výměnu informací mezi členy, zajistit udržitelný rozvoj regionů pro příležitosti filmového natáčení a poskytovat odborné a vzdělávací programy v oboru.

Posláním filmových kanceláří je především nalákat filmové štáby a audiovizuální aktivity do svých teritorií a zároveň poskytovat pro producenty komplexní informace. Vzor filmových kanceláří pochází z USA, nicméně dnes jich funguje po celém světě více než tři sta – na národní, regionální i komunální úrovni. ČFK propaguje ČR jako atraktivní filmovou destinaci a funguje jako prostředník mezi lokálními a zahraničními společnostmi či institucemi napojených na filmový průmysl. Zahraniční tvůrci získají tak bezprostřední kontakt na lokální produkční firmy a jiné filmové profese, jsou napojeni na místní infrastrukturu a úřady, kde je nutné zajistit nejrůznější administrativní záležitosti, např. získat povolení k natáčení.

Mezi další služby patří:

- podpora při předběžných obhlídkách natáčecích lokací,
- poradenství o finančních možnostech,
- poradenství při koprodukčních možnostech.⁶³

Mezi nejnovější produkce filmů, jejichž realizace byla umožněna zejména díky působnosti ČFK, patří například francouzský snímek *Angelique* (2013), který byl natáčen v Telči, a jehož premiéra je očekávána v druhé polovině prosince 2013. Za

⁶³ ČFC. *O nás*. České filmové centrum. Praha: 2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://filmcenter.cz/cz/ceske-filmove-centrum/3>

zmínku stojí americký dobrodružný film *Serena* (2013) v české koprodukcí, který vznikl především v exteriérových lokacích mimo Prahu, na kterých vyrostly například dekorace dřevorubeckého tábora, amerického městečka a nádraží. Konkrétně se natáčelo například v Nižboru na Berounsku. Dalším významným počinem byl americký film o válečných pilotech *Red Tails* (2012), který byl produkován společností Lucasfilm.⁶⁴ Producenti využili k natáčení atraktivní místa jako sanatorium v pražských Bohnicích, letiště v Milovicích, železniční stanici Krupá aj.

Jeden z nejocetovanějších filmů, které vznikly s českou koprodukcí *Královská aféra* (2012) se natáčel během roku 2011 na mnoha místech v Čechách. Film byl natočen v koprodukcí se Švédskem a Německem, přičemž český podíl z celkového rozpočtu byl minoritní - činil 10 %. Na produkční činnosti se podílela česká společnost Sirena Film. Hlavní dánská produkční společnost Zentropa si vybrala pro natáčení ČR kvůli předchozí dobré zkušenosti se Sirena Film, ale také díky již fungujícímu systému pobídek. Film se aktuálně pyšní ziskem dvou ocenění z Berlinale a Oscarovou nominací, což je velmi pozitivní pro zahraniční renomé již zmíněné české produkční společnosti. V neposlední řadě může takový film, jehož děj je zasazen do 18. stol., pozvednout turistický ruch v daných oblastech, neboť se natáčelo povětšinou na našich významných historických památkách jako např. hospital Kuks, zámek Český Krumlov, klášter Doksany, Chotěšov, hrad Švihov a řada dalších. Aktuálně bude v příštím roce společnost Sirena Film koprodukovat další dánský filmový projekt historického eposu s názvem *1864*, jenž se bude skládat z jednoho celovečerního filmu určeného do kin a osmidílného televizního seriálu. Celkový rozpočet filmu režiséra Ole Bornedala je plánován na 590 mil. Kč, z čehož předpokládané náklady v ČR budou okolo 218 mil. Kč.⁶⁵

Česká Republika také hostila natáčení filmu v roce 2012 korejského režiséra Joon-ho Bonga s názvem *Snowpiercer* (2013). Tento postapokalyptický sci-fi film s ambicemi vizuálně strhujícího dynamického dramatu se odehrává ve specifickém

⁶⁴ ČFK. *Red Tails filming in the Czech Republic*. Czech Film Commission. Praha: 2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/89>

⁶⁵ ČFK. *Sirena Film koprodukuje další velký dánský projekt*. Czech Film Commission. Praha: 2013. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/296/lg/cs>

vlak, který byl vytvořen v barrandovských ateliérech pod vedením filmového architekta Ondřeje Nekvasila. Korejci se před natáčením rozhodovali, zda film budou realizovat v Čechách nebo v Maďarsku, nakonec si ale právě vybrali Prahu díky dobré pověsti barrandovských ateliérů, což dokládá, že studio nabírá zpět mezinárodní prestiž.

3.3 Mezinárodní organizace

V určitých odvětvích kinematografie poskytují evropské fondy finanční prostředky na realizaci projektů filmového průmyslu. Jedná se o dva mezinárodní programy – EU MEDIA a Eurimages, jejichž rozpočet je složen z příspěvků všech členských států Evropské unie, přičemž schvalovací proces o přidělování dotací udílí odborné autonomní komise, kterým je zaručena určitá anonymita. Čerpání peněz českých žadatelů převážně na koprodukční projekty lze považovat za poměrně úspěšné, důležitá jsou však kritéria, která musí daný kinematografický záměr splňovat.⁶⁶

3.3.1 Program MEDIA

Důvod pro založení fondu MEDIA roku 1991 vznikl z intence zvýšení konkurenceschopnosti a oběhu evropských filmů v rámci mezinárodního audiovizuálního trhu. Koncept fondu je vždy realizován pro časové intervaly pěti až sedmi let - současný program byl zahájen 1. ledna 2007 a potrvá do konce roku 2013 s rozpočtem celkem 755 miliónů EUR. Program finančně zajišťuje provoz nejrůznějších subjektů v audiovizuální kultuře ve fázích přípravy daného projektu a konečnou distribuci spojenou s propagací. Na přímé náklady spojené s výrobou se podpora nevztahuje. Oblasti pokrytí fondu MEDIA se týká producentů ve smyslu podpory

⁶⁶ Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016. MK, str. 16. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

vývoje filmových, televizních a interaktivních projektů, vzdělávacích programů vztahujících se k tématu filmové kultury, dále se týká festivalů, podpory nových technologií, kin a distribucí evropských filmů v kinech.⁶⁷ Kritéria pro získání dotace úzce souvisí s hlavními cíli programu, které jsou vždy představovány před koncem daného období. Žádost je možné podávat jen na základě pravidelně vypisovaných výzev, které jsou uváděny na stránkách MK. Případné konzultace se zájemci provádí v České republice kancelář MEDIA Desk provozovaná Českou filmovou komorou, o. p. s.

Jedná se tedy o posílení evropského kinematografického a audiovizuálního dědictví, podpora tvůrčího procesu a mezikulturního dialogu, rovněž zvýšení sledovanosti evropských audiovizuálních projektů v zemích EU i mimo ni.

Dalšími oblastmi podpory jsou MEDIA International – spolupráce zemí Evropské unie se třetími zeměmi a podpora evropských kin Europa Cinemas. Tato oblast je specifická svou sítí kin, která jsou finančně podporována a zároveň zavázána uvádět určitý počet evropských zahraničních filmů. Jde o snahu prezentovat filmy mimo jejich zemi původu a stimulovat tím kulturní diverzitu. Česká republika je do této sítě také zapojena, a to 22 kiny ve 14 městech.⁶⁸

Tabulka 4. Čerpání podpory českých žadatelů v programu MEDIA (v €)

2009	2010	2011
<i>1 909 102</i>	<i>2 019 015</i>	<i>2 214 605</i>

Zdroj: Zpráva o české kinematografii 2011, 2010, 2009. MKČR.

Tabulka č. 4 znázorňuje vývoj čerpání podpory z programu Media v letech 2009 – 2011. Aktuálnější data bohužel nejsou k dispozici, jelikož MK nevydalo prozatím podrobný report o české kinematografii pro rok 2012. Jak je patrné, výše příspěvků je

⁶⁷ MKČR: *Program Media*. [online, cit. 19.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/eurimages-program-media/default.htm>

⁶⁸ Tamtéž.

stoupající, proto můžeme předpokládat, že v roce 2012 byla podpora ještě vyšší. Výše transferu poskytnutého MK v rámci komunitárních programů pro MEDIA Desk kancelář v ČR dosahovala v roce 2009 2,5 mil. Kč. Předpokládá se, že výše příspěvků je do současnosti na stejné úrovni. Při kurzu 25CZK/EUR bylo z rozpočtu OMA odvedeno do programu MEDIA v roce 2009 2,5 mil. Kč a zároveň čerpáno chvályhodných 47,7 mil. Kč. Podpořeno v tomto roce bylo 39 projektů, např. na distribuci vynikajícího francouzského filmu *Prorok* (Un Prophète, 2009) dostal Aerofilms 10 000EUR.⁶⁹

3.3.2 Fond Eurimages

Eurimages je v současnosti jediným nadnárodním fondem zaštiťující evropské koprodukční projekty, jenž vznikl už v roce 1989 a od té doby podpořil více než 1300 filmů, z nichž celá řada se úspěšně prezentovala na mezinárodních festivalech a přehlídkách. Podpora se vztahuje na hrané, animované, dokumentární filmy s minimální délkou 70 minut určené k distribuci do kin. Nutnou podmínkou je spolupráce při výrobě alespoň dvou členských států EU, jakožto záruky vzájemné mezinárodní konfrontace a dialogu. Program Eurimages podporuje také distribuci filmů, které se prezentují v mezinárodním kontextu a rovněž rozvoj kin. To však neplatí pro členy programu MEDIA. Pro Českou Republiku je tedy možné čerpat finanční prostředky z fondu pouze týkajících se koprodukční výroby filmu.

Na výrobě filmů se musejí tedy podílet minimálně dva různé státy, které jsou členem Eurimages. Pokud je více koproducentů, pak se musí dodržet následující podmínky:

- hlavní (většinový) koproducent nesmí mít vyšší podíl než 70 % celkového rozpočtu,
- menšinový koproducent nesmí mít nižší podíl než 10 %.

Dvoustranné koprodukce musí splnit následující:

⁶⁹ Zpráva o české kinematografii. 2009. MKČR. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

- podíl hlavního koproducenta nesmí být vyšší než 80 % celkového rozpočtu a
- podíl menšinového koproducenta nesmí být nižší než 20 %.

U dvoustranných koprodukcí, které mají rozpočet převyšující 5 milionů EUR, existuje výjimka. Tyto projekty povolují podíl hlavního koproducenta až 90 %.⁷⁰

Tabulka 5. Členské příspěvky a výše podpory v rámci fondu Eurimages, 2009 – 2011, v €

	2009	2010	2011
Členské příspěvky ČR do fondu	228 919	247 375	262 144
Podpora od fondu	149 261	770 000	180 000

Zdroj: Zpráva o české kinematografii 2011, 2010, 2009. MKČR.

Každý členský stát platí každoročně příspěvky. V případě ČR je to průměrně 246 tisíc EUR v letech 2009 - 2011. V roce 2009 získal podporu v hodnotě 350 000 EUR film *Alois Nebel* v česko-německo-slovenské koprodukci, přičemž český podíl na filmu tvořil 61 %, proto příspěvek činil „pouze“ necelých 150 000 EUR. V roce 2010 byl členský příspěvek 247 375 EUR a celková podpora projektů s českou účastí činila 770 000 EUR. Z této částky byly podpořeny tři projekty českých režisérů, z nichž nejvíce obdržel David Ondříček 400 000 EUR s filmem *Ve stínu* v polsko-slovenské koprodukci. Značně nižší byla podpora v roce 2011, když příspěvek činil 262 144 EUR, ovšem výše podpory byla přidělena na jediný finský film s česko-norskou koprodukci o částce 180 000 EUR.

⁷⁰ *Pravidla pro poskytování podpory koprodukovaným celovečerním hraným filmům, animovaným filmům a dokumentům.* MKČR. 1989. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/eurimages/01-Pravidla-pro-poskytovani-podpory-koprodukovany-filmum.pdf>

4 Uplatnění filmových pobídek v ČR

Nový zákon o audiovizi rozlišuje dva druhy podpory v oblasti kinematografických a jiných audiovizuálních děl. Jednak je to podpora českého filmu prostřednictvím tzv. podpory kinematografie, dále podpora výroby audiovizuálních děl v České republice a zvýšení konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu prostřednictvím tzv. filmových pobídek. Finanční prostředky na podporu kinematografie poskytuje Fond formou dotace. Filmové pobídky poskytuje také Fond, přičemž podmínky jejich poskytnutí mají svá specifika.

4.1 PPFP dle nového zákona o audiovizi

Program podpory filmového průmyslu byl v současnosti včleněn do zákona o audiovizi, čímž dosáhl řádné legislativní úpravy. Jak již bylo zmíněno, filmovou pobídkou jsou finanční prostředky, které od Fondu může získat žadatel po splnění podmínek stanovených zákonem o audiovizi. Hlavním účelem filmové pobídky je přilákat zahraniční filmové produkce do České republiky, aby zde vytvořily audiovizuální díla, resp. aby využily pracovní sílu a možnosti, které ČR v daném oboru nabízí. V posledních letech byl totiž zaznamenán odliv zahraničních produkcí do destinací, které jsou pro filmaře fiskálně příznivěji nakloněné a tedy i finančně výhodnější, jako třeba Maďarsko. Jakým způsobem Maďarsko přichází filmové produkce podporuje, bude podrobněji zmíněno na závěr této kapitoly.

Filmovou pobídku může Fond poskytnout na realizaci audiovizuálního díla, tj. nikoliv pouze kinematografického díla, ale například i reklamy,⁷¹

- které je alespoň částečně realizováno v České republice,

⁷¹ Česká republika. §42. Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizi. [online, cit. 17. 11. 2013]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/media-a.../kinematografie/Zakon-c--496.rtf

- které splňuje stanovené žánrové a obsahové předpoklady (jedná se o tzv. kulturní test),
- jehož výrobcem nebo koproducentem je osoba, která má místo podnikání, místo trvalého pobytu nebo sídlo na území České republiky a která je v České republice zaregistrovaná u místně příslušného správce daně,
- jehož uznatelné náklady vynaložené v souvislosti s jeho realizací na území České republiky budou v rozmezí 3 - 15 mil Kč, výše závisí zejména na žánru a délce díla, přičemž uznatelnými náklady se v zásadě rozumí úhrady za služby a dodávku zboží českými výrobci a poskytovateli služeb a úhrady odměn cizím hercům a členům filmového štábu, kteří mají místo podnikání, trvalý pobyt nebo sídlo mimo naše území.

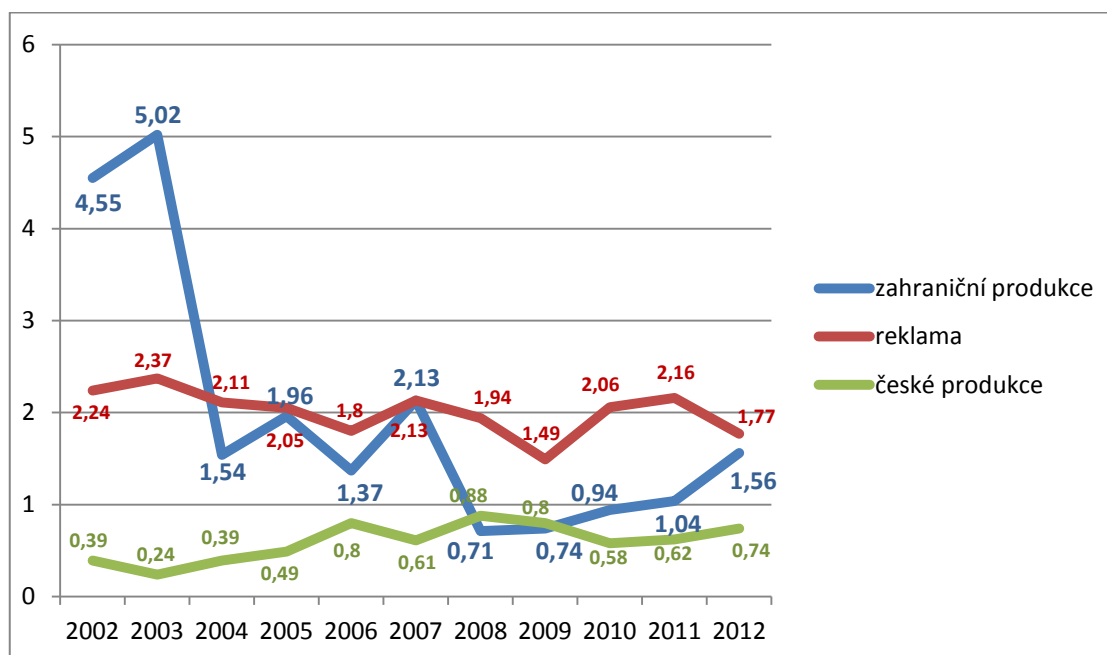
Úspěšný žadatel o filmovou pobídku získá finanční prostředky od Fondu až po realizaci a to ve formě proplacení 20 %, respektive dalších 10 % uznatelných nákladů. Uznatelnými náklady je možno chápat úhrady za služby a dodávku zboží českými výrobci a poskytovateli služeb, respektive náklady v podobě úhrady odměn cizím hercům a členům filmového štábu. Až následné proplacení nákladů se zdá být pro ČR výhodné, jelikož veřejné prostředky takto vyplacené nepodléhají riziku, že budou „utopeny“ v projektu, který nakonec nebude realizován.⁷²

V případě, že producent zahájí výrobu filmu v ČR, realizuje další kroky tím, že si najme výrobní štáb, postaví dekorace, pronajme techniku, lokace a další služby spojené s českým filmovým průmyslem. U pobídek pro filmový průmysl se nejedná o podporu pouze jednoho odvětví. Jen 30 % rozpočtu výroby celého kinematografického díla se týká přímo filmového štábu a služeb. Zbýlých 70 % jde na pronájem lokací, telekomunikačních služeb, energie, dopravy, stavebních služeb, ubytování aj., které jsou logicky využívány přímo v lokalitě, kde filmový materiál vzniká. Filmový průmysl na rozdíl od jiných „pobízených“ odvětví nemá potřebu budování infrastruktury ani nepotřebuje investovat do drahých marketingových kampaní. Poptávka po českých filmových službách již existuje, jelikož ČR disponuje již zavedenou kvalitní filmovou infrastrukturou, profesionálními filmovými štáby,

⁷² Tamtéž.

různorodými lokacemi a především tradicí vybudovanou za slavné éry barrandovských studií v minulém režimu. To potvrzuje fakt, že mezi lety 2000 – 2005 tvořil objem finančních prostředků ve filmovém průmyslu 8 mld. Kč, zatímco mezi lety 2006 – 2010, do vytvoření PPFP, klesl objem na 780 mil. Kč⁷³, jelikož Česká republika začala ztrácet svoji pozici vedoucího dodavatele filmových služeb a začala tak ztrácet zakázky ve prospěch jiných zemí, které rychleji pochopily ekonomický a marketingový přínos filmového průmyslu a zavedly na něj pobídky. Vývoj objemu produkce audiovizuálních děl v ČR v průběhu let 2002 – 2012 vidíme v následujícím grafu č. 2. Zejména na přelomu let 2004 a 2005 došlo v důsledku nedostatečné legislativy k rapidnímu poklesu zahraniční produkce u nás - z celkového objemu 5,02 na 1,54 mld. Kč, tzn. 70% propad.

Graf 2. Objem filmové produkce v ČR- zahraniční filmy, české filmy a reklama v mld. Kč



Zdroj: Vlastní zpracování, na základě dat APA.

⁷³ ČFK. *Filmové pobídky. Animace*. Czech film commission. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/doc/Pobidky.pdf>

Zde je výčet prokázaných přínosů zavedení filmových pobídek v ČR:⁷⁴

- ✓ dodatečné příjmy pro veřejné finance a pozitivní dopad na HDP,
- ✓ zajištění konkurenceschopnosti tradičního odvětví na globálním trhu,
- ✓ prorůstové a proexportní opatření (export služeb s vysokou přidanou hodnotou),
- ✓ podpora zaměstnanosti a zvyšování kvalifikace lidských zdrojů,
- ✓ pozitivní dopady v regionech a podpora regionálního rozvoje,
- ✓ posilování značky České republiky a propagace země v zahraničí,
- ✓ pozitivní synergické efekty s aktivitami směřovanými na marketing destinace v oblasti cestovního ruchu,
- ✓ podpora kinematografie a jiných kulturních odvětví,
- ✓ žádné negativní externality, které by v budoucnu stát musel hradit z veřejných zdrojů (ekologické zátěže nebo složité infrastruktury náročné na údržbu),
- ✓ vysoce transparentní systém s pozitivním cash-flow,
- ✓ přímá návratnost vyplacené pobídky dle analýz Ministerstva kultury ČR 118 %

4.1.1 Kulturní test

Projekt musí před úspěšným získáním vratky, neboli rabatu, projít tzv. kulturním testem. Systém kulturního testu má garantovat, že film bude mít určitý vztah k české či evropské kultuře, buď z kreativní, nebo výrobní stránky. Projekt musí získat alespoň 4 body v rámci kulturních kritérií a celkem 23 bodů ze 46 možných bodů celého testu.⁷⁵

Mezi kulturní kritéria patří:⁷⁶

- Příběh / scénář / ústřední téma filmu je založeno na události, která je součástí české nebo evropské kultury / historie / mytologie / náboženství.

⁷⁴ ČFK. *Filmové pobídky*. Czech film commission. [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/nataceni-ceska-republika/filmove-pobidky/lg/cs>

⁷⁵ *Kulturní test - shrnutí*. Czech Film Commission [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/doc/Kulturni-test-shrnuti.pdf>

⁷⁶ Tamtéž.

- Film se zakládá na postavě / osobnosti patřící do české / evropské kultury / historie / společnosti / náboženství.
- Příběh filmu souvisí s evropským prostředím / místem / lokalitou / architektonickým nebo kulturním prostředím.
- Příběh / scénář / ústřední téma filmu je založen na literárním díle nebo adaptaci dalších uměleckých odvětví (výtvarného umění, hudby apod.) s kulturní hodnotou.
- Příběh / scénář / ústřední téma filmu je zaměřeno na aktuální kulturní / sociologické / politické téma české nebo evropské společnosti.
- Film reflektuje významnou českou nebo evropskou hodnotu, jako je kulturní rozmanitost / solidarita / rovnost / ochrana menšin nebo lidských práv / tolerance / ochrana životního prostředí / respektování tradic kultury nebo rodiny.
- Film je zaměřen na českou / evropskou kulturu / identitu nebo české / evropské zvyky a tradice.
- Příběh / scénář / ústřední téma filmu je založeno na aktuálních nebo historických světových událostech s dopadem na evropskou / českou společnost.

Výrobní kritéria zní:⁷⁷

- Film je kinematografické dílo, které přispívá k rozvoji daného žánru, např. nejde po určitých stereotypech daného žánru, ale pracuje s ním novátorským způsobem a dále jej rozvíjí.
- Tvůrci filmu jsou občané ČR nebo občané členských států EHP.
- Finální verze filmu je v jazyku členského státu EHP.
- Alespoň 51 % členů štábu jsou občané zemí Evropského hospodářského prostoru.
- Natáčení na lokacích nebo ve studiích v ČR co do počtu natáčecích dní obdrží adekvátní počet bodů.

⁷⁷ ČFK. *Kulturní test*. Czech Film Commission [online, cit. 17.11.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/doc/Kulturni-test-shrnuti.pdf>

- Využití českého poskytovatele služeb na území ČR. Toto kritérium se týká pouze předprodukce.
- Využití postprodukce (zahrnuje zvukovou a obrazovou postprodukci, laboratoře, nahrávku filmové hudby apod.) v ČR.

4.2 Odhad výnosů pro veřejné rozpočty na příkladu zahraniční produkce

Společnost EEIP, která se zabývá zpracováním finančně-ekonomických analýz a hodnocením dopadů regulace (RIA) pro veřejné i soukromé subjekty, zpracovala pro Ministerstvo kultury evaluaci přínosů a nákladů Programu podpory filmového průmyslu. Hodnocení bylo provedeno na základě vybraných rozpočtů podpořených filmů ve druhém pololetí roku 2010. Evaluace byla schválena vládou ČR.⁷⁸

V rámci zpracování dokumentu „Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu za rok 2010“ byla provedena evaluace ekonomických přínosů a nákladů spojených s touto podporou. Cílem je vyhodnotit, do jaké míry naplnil během prvního půl roku fungování PPFPP očekávání MK – respektive zda se potvrzuje předpoklad o pozitivních dopadech podpory na české veřejné rozpočty a obecně na českou ekonomiku. Hodnocené body byly zejména následující:

- zvýšení zájmu zahraničních produkcí o natáčení v České republice,
- pozitivní čisté přínosy pro veřejné rozpočty,
- přínosy pro propagaci České republiky,
- vliv exportu služeb v oblasti filmového průmyslu na konkurenceschopnost.

Výpočet se soustředí především na pozitivní čisté přínosy pro veřejné rozpočty, které plynou z útraty produkcí na území České republiky. K ohodnocení

⁷⁸ CHVALKOVSKÁ, J. *Program podpory filmového průmyslu*. EEIP. 2010. [online, cit. 2.12.2012]. Dostupné z: <http://www.eeip.cz/cs/hodnoceni-dopadu-regulace/klicove-transakce/program-podpory-filmoveho-prumyslu/>

těchto příjmů byl vytvořen model odhadu odvodů do veřejných rozpočtů založený na platbě daně z přidané hodnoty (dále jen DPH), povinných odvodů daně z příjmu, spotřební daně, cla a místních poplatků a zaměstnanosti.⁷⁹

Dále byly vzaty v úvahu i další prokazatelné přínosy státu, které spočívají např. v propagaci ČR v zahraničí a s tím související nárůst turismu, jakož i zlepšování pozice ČR v oblasti exportu služeb s vysokou přidanou hodnotou do států EU i mimo ni.

4.2.1 Metodologie modelu

V rámci studie byl pro hodnocení přínosů vybrán vzorek čtyř audiovizuálních děl, nicméně zde bude detailně rozebrán pouze jeden, jakožto dostačující zdroj pro potvrzení stanovené hypotézy. Model odhadu přínosů jednotlivých audiovizuálních děl vyplývá z rozpočtů předaných produkčními společnostmi Ministerstvu kultury. Rozpočet kinematografického díla byl rozdělen na náklady na:

- a) osoby samostatně výdělečně činné (dále jen OSVČ),
- b) společnosti,
- c) diety, strava hrazená přímo zahraniční produkcí, paliva, místní poplatky aj.,
- d) úspory na dávkách v nezaměstnanosti.

Úsporami na dávkách v nezaměstnanosti jsou považovány sociální dávky, které by jinak byly vypláceny v případě nezaměstnání českých filmových pracovníků. U těchto kategorií (a-d) byly rozpoznány následující finanční toky do veřejných rozpočtů:⁸⁰

- Pojistné na sociální zabezpečení a příspěvek na státní politiku zaměstnanosti, zdravotní pojištění, daň z příjmů, DPH ze spotřeby,

⁷⁹ PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

⁸⁰ PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. Str. 11. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

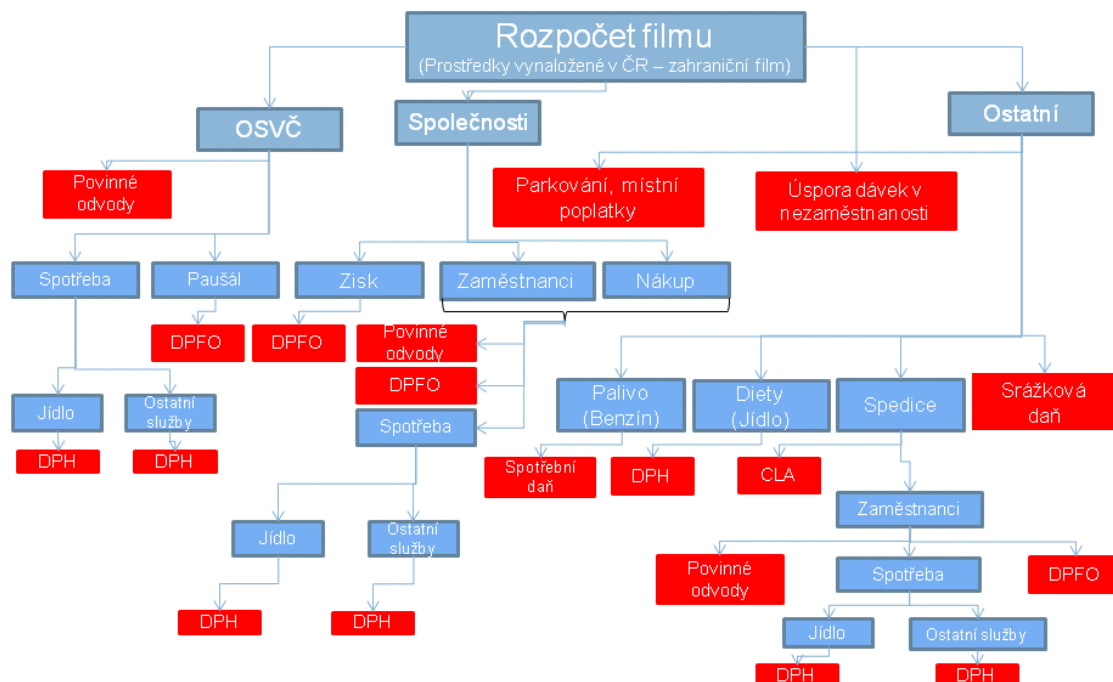
- DPH českých společností, daň z příjmů právnických osob, DPH ze spotřeby zaměstnanců a jejich daň z příjmů a povinné odvody,
- diety a strava hrazená přímo zahraniční produkcí, paliva, místní poplatky, cla.

Model zohledňuje *první stupně multiplikačních efektů* v ekonomice v případě prostředků vynaložených v rámci produkce na nákup služeb právnických osob (neboť operuje i s povinnými odvody, daní z příjmů a DPH ze spotřeby jejich zaměstnanců a zaměstnanců jejich subdodavatelů). U OSVČ byla předpokládána DPFO s 50% paušálem. U zaměstnanců bylo uvažováno efektivní zdanění příjmů ve výši 10 % (odhad příjmů, počtu dětí aj.), spotřeba jednotlivých zaměstnanců (jak zboží, tak služeb) je uvažována ve výši 60 % z disponibilních prostředků a předpokládá se její rovnoměrné využití na nákup zboží a služeb v normální a snížené sazbě DPH.⁸¹

Následující schéma popisuje detailně strukturu celého modelu. Rozpočet zahraniční produkce, která přijela vyrábět kinematografické dílo do ČR, je rozdělen do třech hlavních složek – OSVČ, právnické osoby a položka ostatní.

⁸¹ PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. Str. 11. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

Obrázek 3. Prostředky vynaložené v ČR – zahraniční filmová produkce



Zdroj: Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu. MKČR.

4.2.2 Přínosy z natáčení filmu *Rockstar*

V roce 2010 hostila Česká republika filmovou produkci z Indie, která zde realizovala film *Rockstar* bollywoodské provenience. Projekt, za jehož produkci stojí jedna z nejznámějších indických společností Shree Ashtavinayak Cine Vision Ltd., bylo doposud nejrozsáhlejší natáčení indického filmu na území ČR. Indie jakožto filmařská velmoc hraje při filmové expanzi na západ důležitou roli pro propagaci ČR jako turistické destinace. Je jedna ze zemí, kde se vztah filmový průmysl – propagace země nejvýrazněji projevuje. Indický filmový průmysl je obecně považován za jeden z hlavních pilířů mediální propagace země vzhledem jak k jeho popularitě, tak dostupnosti pro širokou veřejnost. V případě filmu *Rockstar*, který byl i součástí programu Festivalu bollywoodského filmu v Praze, se natáčelo pod dobu 31 natáčecích dní (což odpovídá zhruba třetině celkového počtu natáčecích dní) v pražských lokacích - Maltézské náměstí, Karlův most, Vrtbovská zahrada, Nové zámecké schody, interiér Státní opery, v Liberci, na Sychrově, Karlštejně nebo

v Ostrém u Úštěka. Indický štáb čítající 70 lidí doplňovalo na 60 českých filmových profesionálů a stovky místních komparzistů.⁸² Film přináší jedinečné záběry z nejatraktivnějších turistických míst nejen v Praze a natočení právě takovýchto scén pro reklamní kampaň a následné odvysílání v médiích by ČR vyšlo na několik milionů korun.

Film se v Indii v roce 2011 stal předpokládaným hitem a zajistil tak Praze a ČR zvýšený zájem filmařů nejen z Indie, jak potvrzuje i zrealizovaná prezentace zahraničního zastoupení kanceláře CzechTourism ve spolupráci s Českou filmovou komisí v Indii v témže roce. Prezentace, jejímž cílem bylo navázat dialog s indickým filmovým průmyslem, představit lokace, filmovou infrastrukturu, systém pobídek a dalších možných incentív pro natáčení v ČR, se zdá být pro zviditelnění naší země a její rozvinuté filmové praxe velmi prospěšná, jelikož pro rok 2014 a 2015 má ČR již potvrzený zájem pěti velkých filmových produkcí z Bollywoodu, který je podmíněn zejména dostupností investičních pobídek.

Propagace ČR jakožto vhodná destinace v mezinárodním kontextu pro filmový průmysl je rovněž záměrem diplomatických cest ministerstva zahraničí. Prohlubování mezistátního dialogu ve věci filmového průmyslu je tak nanejvýš aktuální. Nedávno se realizovala návštěva vládní delegace ministra zahraničí a ministra kultury ČR v centru indického filmového průmyslu v Bombaji, jejímž cílem bylo pokračování diskuze s indickým filmovým průmyslem o možnostech a výhodách natáčení v ČR. Indie je považována za zemi, která filmovou produkcí nejintenzivněji propaguje danou zemi ve smyslu turistickém. Vzorový příklad najdeme ve Švýcarsku, kde Bollywood natočí každý rok kolem 25 filmů, tudíž značný růst turistického ruchu je s tím úzce spojený.⁸³

⁸² PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. Str. 13. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

⁸³ ČFK. *Bollywood potvrdil zájem o natáčení v České republice*. APA. 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/350>

4.2.3 Rozpočet filmu

Tabulka 6. Rozpočet a výdaje produkce Rockstar v ČR, 2010

Celkový rozpočet	33 784 648,-	100 %
OSVČ	15 139 664,-	45 %
Firmy	16 429 216,-	49 %
Ostatní výdaje	2 215 768,-	6 %
Dávky v nezaměstnanosti	740 000,-	

Zdroj: Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu. MKČR.

Rozpočet indické filmové produkce realizované v ČR činil celkem přes 33 mil. Kč. Z tohoto objemu finančních prostředků tvořily výdaje OSVČ 45 % rozpočtu, tedy více než 15 mil. Kč, zatímco výdaje firem tvořily 49 %, což bylo necelých 16,5 mil. Kč. 740 000 Kč tvořily ušetřené dávky v nezaměstnanosti, kdy na základě reálné situace byl stanoven předpoklad, že část pracovníků, zejména štábových profesí, by byla jinak nezaměstnaná. Náklady veřejných rozpočtů na jednoho nezaměstnaného byly vypočteny na základě údajů Ministerstva práce a sociálních věcí⁸⁴ a předpokládány ve výši 160 000 Kč za rok (úspory nákladů na nezaměstnané jsou uvažovány v poměrné výši k délce prací na natáčení příslušného filmu).⁸⁵

4.2.4 Odhad výnosů pro veřejné rozpočty

⁸⁴ ČTK. MPSV vyplatilo na dávkách v pololetí o 1,4% víc než před rokem. MPSV. 2010. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/9329>

⁸⁵ PPFP. Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu. MKČR. 2010. Str. 11. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

Tabulka 7. Odhady výnosů pro veřejné rozpočty (v Kč)

Subjekt	Výnosy	Podíl
OSVČ	6 237 540,-	69,6 %
Firmy	2 401 290,-	26,8 %
Ostatní výnosy	324 122,-	3,6 %
CELKEM	8 962 952,-	26,5 % z rozpočtu
Uznatelné náklady	32 123 838,-	
Podpora 20%	6 424 800,-	

Zdroj: Vlastní zpracování. Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu. MKČR.

Výnosy OSVČ pro stát o velikosti 6,2 mil. Kč tvoří z celkového objemu výnosů téměř 70 %. Největší položkou pro veřejné rozpočty jsou povinné odvody OSVČ o velikosti 30 % a daň z příjmu fyzických osob. Mezi OSVČ můžeme zahrnout práce produkčního, osvětlovačů, zvukařů, kostymérů, maskérů, kaskadérů aj. Výnos z útrat společností činil necelých 2,5 mil. Kč, kam je možno zahrnout povinné odvody za zaměstnance, daň z příjmu právnických osob, DPFO a DPH. Firmy spolupracující na zahraniční produkci byly např. česká produkční firma, cestovní agentura, ubytovací zařízení, telekomunikační společnost, bezpečnostní agentura, dopravci atd.

Z modelu, kterým byly vyhodnoceny přímé výnosy pro veřejné rozpočty z výroby filmu Rockstar a nepřímé výnosy, vyplývá tedy následující:

- Celkové procento výnosů veřejných rozpočtů z celkového rozpočtu Rockstar je necelých 9 mil. Kč (26,5 %).
- Úspora nákladů veřejných rozpočtů na nezaměstnané odpovídá cca 740 000 Kč.
- Po vyplacení podpory ve výši 6 426 800 Kč činí čistý celkový výnos veřejných rozpočtů **2 536 152 Kč**. O tuto částku by ČR přišla, pokud by se indiští filmaři rozhodli natáčet v jiné zemi. Návratnost vložených finančních prostředků je tedy potvrzena, konkrétně se jedná o 139% v případě filmu Rockstar.

4.3 Srovnání pobídek s vybranými evropskými zeměmi

Je přirozené a pochopitelné, že jednotlivé filmově vyspělé státy se v současnosti předhánějí ve snaze přilákat nákladné produkce ze zahraničí a udržet si zároveň domácí produkci. Poté, co Maďarsko v roce 2004 zavedlo systém fiskálních stimulů, objem celkových nákladů zahraničních filmových produkcí vynaložených v ČR klesl v témže o 70 %⁸⁶, jak je znázorněno v následující tabulce č. 8.

Tabulka 8. Objem nákladů filmových produkcí vynaložených v ČR, 2002 – 2009, v mil. Kč.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
České filmy	390	243	386	487	795	613	880	800
Zahraniční filmy	4 545	5 024	1 542	1 961	1 371	2 133	705	744
Reklamy	2 237	2 371	2 107	2 048	1 804	2 132	1 937	1 489
Objem produkce celkem	7 172	7 638	4 035	4 496	3 970	4 878	3 522	3 033

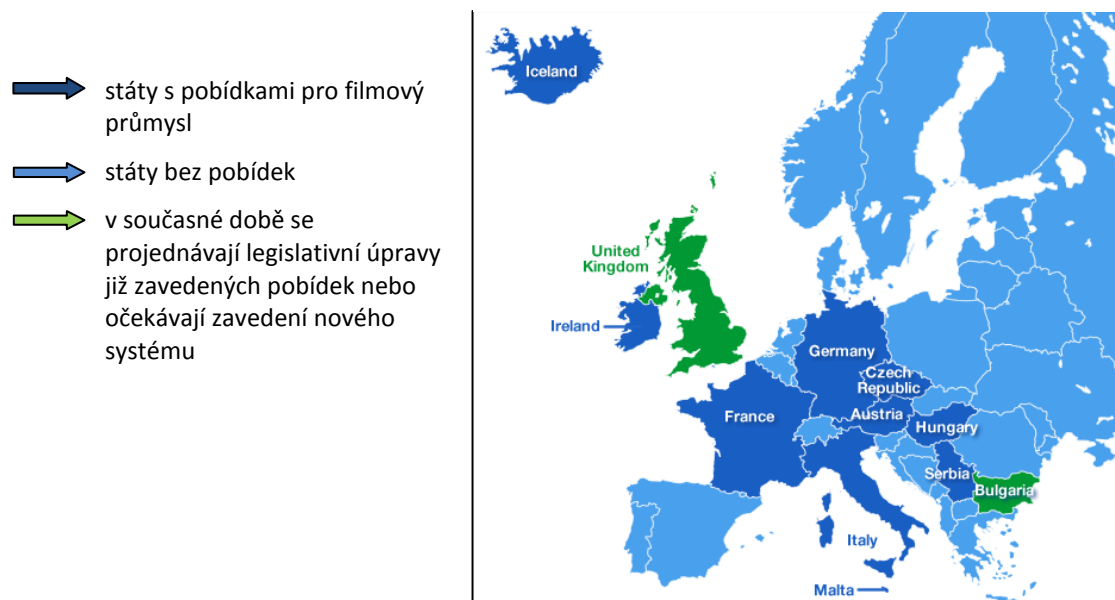
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat APA.

Navzdory ekonomické krizi, nebo spíše právě kvůli ní, nabízí další evropské země některou z forem filmových incentív či daňových úlev. Jsou to země jako Německo, Británie, Irsko či Francie, nově Srbsko a Chorvatsko, jež láká filmaře

⁸⁶ PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. Str. 11. [online, cit. 2.12.2013]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc

sloganem: „*Deštné pralesy u nás nenajdete, ale můžete Chorvatsko proměnit v cokoliv*“.⁸⁷

Obrázek 4. Pobídky v Evropě, 2013.



Zdroj: EP financial solutions.

Obecně můžeme rozeznávat mezi těmito podobami „pobídkových balíčků“, které jsou celosvětově používány jako nástroj na prosazení národního filmového průmyslu v mezinárodní konkurenci.⁸⁸

1. Finanční sleva

Pod pojmem finanční sleva můžeme chápat určitý finanční obnos, který je vyplacen kvalifikované produkční společnosti na základě prokazatelně vynaložených nákladů nebo na skutečně nově vytvořených pracovních míst. Tato finanční podpora nepodléhá zdanění a bývá většinou spravována místní filmovou kanceláří, ministerstvem průmyslu a obchodu, či příslušným úřadem pro místní rozvoj. Dohodnutá finanční částka je

⁸⁷ BLÁHOVÁ, J. *Pobízej, nebo zhyň? Boj o zahraniční štáby sílí, nastupuje Asie*. HN: Praha. 2. 4. 2013. ISSN: 0862-9587.

⁸⁸ HONTHANER, E. L., *The Complete Film Production Handbook*. 4th ed., Focal Press: MA, 2010, 524 p., ISBN: 978-0-240-81150-5

vyplacena až po skončení natáčení a po doložení potřebných dokumentů – většinou ve formě auditu, jehož vypracování trvá průměrně 30 až 60 dní.

2. Daňové úlevy

Daňové úlevy mohou být buď vratné nebo nevratné, přenosné či nepřenosné, a bývají spravovány místním finančním úřadem. Přestože jsou spravovány různě, vratná daňová úleva funguje stejným způsobem jako sleva na dani, ale lze ji uplatnit pouze podáním daňového přiznání. Úleva se vztahuje k dani z příjmu a odečítá se proto ve většině případů od základu daně. Některé banky, pokud se rozhodnou poskytnout filmovému producentovi úvěr, proplácejí tuto vratnou daňovou úlevu společně s úvěrem. Producent tak dostane finanční prostředky ještě před samým natáčením.

Produkční společnosti jsou oprávněné vybrat si způsob přenesení daňové povinnosti na jiný subjekt. Převoditelné daňové úlevy jsou nevratné, takže pokud daňová povinnost produkční společnosti není dostatečně vysoká, nebo producenti nejsou ochotni čekat až na závěrečný audit, mohou požádat jinou společnost (která je místním daňovým poplatníkem), aby na ni byl ten závazek postoupen. Převod může být zajištěn přímo produkční společností nebo nepřímo pomocí zprostředkovatele za úplatu. Záleží rovněž na místních zákonech a konkrétním řešení převodu daňové povinnosti - zda povoluje více transferů či jenom jeden.

3. „Up-Front“ nebo „Back-End“ financování

Tyto finanční prostředky jsou poskytovány předem nebo zpětně. Jedná se prostředky, které byly poskytnuty místními investory nebo daňovými poplatníky výměnou za zvýhodněný místní daňový režim. Jsou však poskytovány pouze věrohodným produkčním společnostem.

4.3.1 Maďarsko

Maďarsko, které je naším hlavním konkurentem v oblasti přichozích zahraničních filmových produkcí ve východní Evropě, zavedlo již v roce 2004 systém daňových úlev, který z něj udělal finančně velmi atraktivní filmařskou destinaci. Filmoví tvůrci v této lokaci začali natáčet výrazně levněji, přestože Maďarsko nenabízí dostatečně kvalifikovanou úroveň pracovní síly ve filmovém oboru, ani infrastrukturu v porovnání s ČR. Postupem času se však díky nárůstu zakázek přesunulo do Budapešti i mnoho českých produkčních společností a v současnosti se o Maďarsku hovoří jako o novém „Hollywoodu východní Evropy“.⁸⁹

V případě maďarských filmových pobídek hovoříme o daňových příspěvcích ve výši 20 % uznatelných nákladů na území státu, resp. maximálně do výše 25 % nákladů na území státu i mimo něj. Filmový projekt musí rovněž, podobně jako u nás, projít kulturním testem, kde musí získat 16 z 32 bodů, z toho 2 body z kulturních kritérií. Oprávněným subjektem, který o podporu může zažádat, je jakákoli maďarská produkční společnost,⁹⁰ která daný projekt zaregistruje a nechá projít schvalovacím řízením u Národní filmové kanceláře (National Film Office, NFO). Podpora se vztahuje na celovečerní hrané filmy, krátkometrážní filmy, dokumenty, vědecko-přírodní dokumenty, animované filmy, televizní snímky a seriály, ovšem ne na audiovizuální díla komerčního, erotického či násilného obsahu, reality show a takové pořady, které nevykazují žádnou kulturní hodnotu. V případě, že má producent v plánu natáčet v Maďarsku pouze několik málo scén z celku, podpora se vztahuje na výdaje vynaložené na území a výdaje mimo stát pouze na takové, které přímo souvisí s daným projektem (například letenky). Co se týče rozpočtu, není určen žádný finanční limit, který by musel být prokazatelně vynaložen v rámci daného projektu, nicméně musí projít tzv. produkčním testem, který zajistí určitý podíl místních pracovníků z celého filmového štábu. Kulturní test na druhou stranu zabezpečí, že

⁸⁹ NADLER, J. *Is Hungary the New Hollywood of Europe?* The Time: Budapest. 2010. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,2003733,00.html>

⁹⁰ Entertainment Partners. *Production Incentives Hungary*. EP financial solutions. 2012. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://www.entertainmentpartners.com/production_incentives_results/?id=144&HUNGARY

lokace bude ve filmu hrát sebe samu; v případě že nikoli, tak alespoň jiný evropský region.⁹¹

Po stanovení celkového rozpočtu, produkční firma na základě nákladových položek připraví výkaz o výši daňové úlevy, který bude později posouzen NFO, jehož další kompetencí je zhodnotit daný scénář. Registrace musí být podána nejpozději 30 dní před začátkem natáčení. Na rozdíl od ČR, v Maďarsku mají větší pravomoc při udělování podpor samotné produkční společnosti. Ty musejí být zaregistrovány u NFO, který na základě podání výkazu z účetnictví maďarskou produkční společností udělí tzv. daňový certifikát, jemuž předcházela detailní kontrola přímých nákladů produkce. Za normálních okolností společnosti podléhající daňové povinnosti vyplácejí podporu až po doložení daňového certifikátu, nicméně maďarský systém nezakazuje poskytování podpor formou sponzoringu v předstihu (sponzor ovšem nese celé riziko).⁹²

4.3.2 Irsko

Vláda v Irsku považuje pobídky na kreativní průmysl za politicky i ekonomicky atraktivní nástroj, jelikož se domnívá, že z hlediska poměru náklady – přínosy je kultura obecně pravděpodobně nejefektivnější exportní artikl. Finanční krizí zasažené Irsko se staví k pobídkám velice pozitivně, protože návratnost vynaložených prostředků je zde obrovská. Kinematografie přispěla v roce 2011 do irské ekonomiky 200 mil. dolarů.⁹³

Severní Irsko zaznamenává v posledních letech jak příliv zahraničních produkcí, tak celkové oživení ekonomiky. Děje se tomu tak zejména díky seriálu Hra o trůny (2010 – 2013) v produkci kabelové televize HBO. Ta si lokaci vybrala kvůli úchvatným scénériím, daňovým úlevám a dokům v Belfastu, kde díky obrovské vládní

⁹¹ Progressive Production. *Tax Incentives for Film Productions in Hungary*. PP, 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://progressiveproductions.hu/tax-incentives-hungary>

⁹² National Office of cultural heritage. *National Film Office*. 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://www.kordafilmstudio.hu/pub/National_Film_Office%20info.pdf

⁹³ BLÁHOVÁ, J. *Pobízej, nebo zhyň? Boj o zahraniční štáby sílí, nastupuje Asie*. HN: Praha. 2. 4. 2013. ISSN: 0862-9587

investici vznikly dvě filmová studia. Kromě finančních benefitů, vytvořil projekt seriálu stovky pracovních míst, vychoval novou kvalifikovanou pracovní sílu, atp.

V Irsku funguje systém předem vyplacené finanční podpory ve výši až 28 % skutečně vynaložených výdajů na území, kdy kritériem je, že částka vynaložená uvnitř státu na produkci musí přinejmenším odpovídat investici náležící daňové úlevě. Oprávněným subjektem je registrovaná irská produkční společnost.⁹⁴

4.4 Současné trendy

Obecně by se mělo konstatovat, že současný stav evropského trhu s filmovými pobídkami je charakterizován vyhrcoanou soutěživostí. Jednotlivé státy, kde filmový průmysl má svoji vybudovanou nebo jen krátkou tradici, se v současnosti předbíhají, kdo nabídne lepší systém fiskálních stimulů zejména pro americké hollywoodské vysokorozpočtové velkofilmy. Zástupci filmařů v zemích, které se ještě nestihly přizpůsobit rychlým globálním trendům, volají po jejich zavedení a konkurence roste. Negativní efekt přehnané soutěživosti může být charakterizován tím, že by jednotlivé státy začaly více trazit než získávat, pokud by nenabízely jen to, co je pro ně a jejich průmysl nejvýhodnější. Z mezinárodního pole by se hráči vyfaulovaly navzájem v důsledku udržení náskoku před konkurencí za každou cenu.

I Evropská unie upozorňuje, že mezinárodní pobídky mají negativní vliv na národní kinematografie. Místní filmová kultura se v důsledku nemá tendenci rozvíjet tak, jak by přirozeně měla – tedy zejména prostřednictvím nízkorozpočtových národních filmů, které by měly být předmětem podpory na prvním místě. V některých zemích mají producenti dokonce nárok na pobídku až od určité výše vynaložených prostředků, na které nízkorozpočtové filmy nedosáhnou. Mimo USA, Evropy, Kanady, Austrálie či Kanady, zavedly nově pobídky země na Blízkém východě nebo

⁹⁴ Entertainment Partners. *Production Incentives Ireland*. EP financial solutions. 2012. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://www.entertainmentpartners.com/production_incentives_results/?jid=142&IRELAND

v Asii.⁹⁵ Díky jednoduché dostupnosti těchto exotických trhů můžeme dnes hovořit o plně globální konkurenci, proto se nezávislí evropští filmaři snaží orientovat více na domácí nabídku. Budoucností by tak mohly být evropské koprodukce, které by ulevily jednotlivým filmovým průmyslům od závislosti na vnějších, zejména amerických investicích.

4.4.1 Koprodukce jako řešení

V případě filmové koprodukce se jedná o bilaterální či multilaterální vztah mezi subjekty (producenty), které se společnými finančními i jinými prostředky snaží vytvořit kinematografické dílo. Je nutné zdůraznit, že se může jednat o vztah ryze tuzemský, anebo o vztah tuzemského producenta se zahraničním partnerem/ partnery. V této souvislosti bude uvažováno pouze nad zahraničním koprodukčním vztahem. Do koprodukčního vztahu vstupují subjekty buď z důvodů ekonomických (finanční spoluúčast na daném projektu), nebo za účelem využití například filmové techniky, účasti filmových tvůrců na výrobě, využití vhodných lokací pro natáčení apod.

V současnosti význam mezinárodních koprodukcí stále roste, jelikož se jedná o jeden ze způsobů financování menších nezávislých i studiových filmů. Producent tímto způsobem dosáhne na veřejné finance dvou či více zemí zároveň. Evropská koprodukce se projevila jako výhodná pro malé otevřené ekonomiky, kde filmový průmysl má již svoji tradici, ale kde jsou finanční zdroje omezené. Producentům je tak poskytnut větší prostor na projekty s vyšším rozpočtem, které mohou využít více komerčních prvků a mají šanci se uplatnit na více trzích. Větší objem finančních prostředků znamená i větší prostor pro filmové umělecké vyjádření, za použití kvalitnějšího technického vybavení, většího prostoru pro dialog mezi tvůrci a v neposlední řadě šanci i na širší distribuci výsledného díla minimálně v rámci zúčastněných států.

⁹⁵ BLÁHOVÁ, J. *Pobízej, nebo zhyň? Boj o zahraniční štáby sílí, nastupuje Asie*. HN: Praha. 2. 4. 2013. ISSN: 0862-9587

Evropské koprodukce se řídí Evropskou úmluvou o filmové koprodukci (dále jen EUFK), která stanovuje umělecký, tvůrčí a technický příspěvek každého z koprodukčních partnerů. Dále stanovuje rámcový systém v oblasti finančních příspěvků, využití technických zařízení, autorských práv a zahrnuje bodovací systém stanovující, jaké typy filmů se kvalifikují jako evropské.⁹⁶ Dále mohou evropské koprodukce využívat fond Rady Evropy Eurimages (viz kapitola 3.3.2).

Základem EUFK je spolupráce alespoň tří koprodukčních zemí, které mohou následně požadovat podporu. Příspěvky poskytne každému koproducentu smluvní stát, v němž má koproducent sídlo. Díky společné koprodukci může vzniknout tzv. evropské filmové dílo. Za takové se považuje dílo, které získá alespoň 15 z 19 možných bodů v hodnocení tvůrců filmu. Podporovány jsou všechny druhy filmu, přičemž na délce stopáže nezáleží, musí však být určeny pro distribuci v kinech.⁹⁷

Evropská komise v listopadu 2013 přijala přepracovaná kritéria, na jejichž základě se v rámci pravidel EU o státní podpoře posuzují vnitrostátní podpory filmového a audiovizuálního průmyslu, která mimo jiné zavádí možnost poskytnout vyšší podporu přeshraniční produkci. Pravidla nadále počítají s maximální možnou státní pomocí ve výši 50 % rozpočtu filmu, vztahují se momentálně ale na veškeré fáze tvorby filmu – od vzniku scénáře až po modernizaci kinosálů. Důležitým aspektem je, že byla zvýšena veřejná podpora koprodukce – filmy vzniklé v koprodukci alespoň dvou států Evropské unie mohou nyní dosáhnout až na 60 % jejich rozpočtu.⁹⁸

Tímto EU deklaruje, že evropská mezinárodní filmová díla, jež zdůrazňují panevropský aspekt, by měly mít větší šanci prosadit se ve světě a konkurovat tak zejména americké produkci. V roce 2013 bylo z fondu Eurimages podpořeno celkem

⁹⁶ *Studie ekonomického vlivu filmového průmyslu v České republice*. Olsberg | SPI: Londýn, 2006. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z:

http://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/FAV181/Olsberg_Studie_ekonomickeho_vlivu_filmoveho_prumysl_u_v_Ceske_republice.pdf

⁹⁷ *Evropská úmluva o filmové koprodukci*. In: 26/2000 Sb. m. s., Štrasburk: 1992. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=248>

⁹⁸ Úřední věstník Evropské Komise, C 332/1. *Sdělení Komise o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl*. 15.11.2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:CS:PDF>

54 filmů – z toho 42 hraných, 7 dokumentárních a 5 animovaných. Jediný český film, který získal podporu v tomto roce, je animovaný snímek Jana Baleje *Malá Z Rybárny*. Jeho koproducenty jsou Filmpark production (SK) a Les trois ours (FR). Výše podpory činila 130 tisíc eur.⁹⁹

5 Propagace filmové destinace na příkladu Ostravy

Propagaci možných destinací k filmovému natáčení v České Republice zajišťuje kancelář Česká filmová komise, která je mimo jiné součástí Asociace producentů v audiovizi, sdružující producenty a produkční společnosti. APA byla jedním z iniciátorů vzniku obecně prospěšné společnosti - České filmové komory, jejímiž dalšími zakladateli jsou Unie filmových distributorů a Asociace provozovatelů kin. Neméně důležité jsou mezinárodní kontakty APA na prestižní producentskou organizaci FIAPF, kde se sdružují asociace filmových producentů 30 členů z 27 zemí světa.

Přímé spojení s filmovými destinacemi lze tedy navázat prostřednictvím ČFK, pod kterou jsou vedeny jednotlivé kanceláře zastupující konkrétní regiony v kategorii nazvané Film friendly region. Fenomén filmových kanceláří v ČR je poměrně mladý a inspiruje se již zavedenými kanceláři na západě a USA. Pro potřeby stále se zvyšující migrace mediální (zejména té filmové) výroby je zavedení lokálních „film office“, filmových studií či ateliérů téměř nezbytností. Zavedená filmová infrastruktura tak může lépe reagovat na případnou zahraniční poptávku.

⁹⁹ Co-production support – Year 2013. EURIMAGES - European Cinema Support Fund. COE: 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://www.coe.int/T/DG4/Eurimages/History/Coproduction/2013coproductions_EN.asp

Organizace Independent Film and Television Alliance and Compliance Consulting zdůrazňuje¹⁰⁰, že vybudování přátelského prostředí k filmové výrobě představuje základní požadavek pro pravidelnou produkci. Záleží ovšem na přístupu místní komunity. Producenti posuzují vstřícnost prostředí ve vztahu k filmu podle rozsahu dostupných finančních stimulů a snadnosti přístupu k lokacím, částečně na základě širší dovedností, portfolio a cen místních firem a dostupných místních filmových profesí. Realizace konkrétního filmového příběhu je navíc zastřešujícím prvkem.

5.1 Výstavba filmového prostředí

Současným trendem ve filmovém průmyslu z celosvětového pohledu je tzv. migrující mediální výroba. Je úzce spjatá s termínem „runaway production“, doslovně přeloženo jako „uprchlá produkce“, který definuje fenomén natáčení filmových produkcí na jiných než domácích lokacích. Filmová výroba, která migruje, čili kočuje po světě, vyžaduje v tomto kontextu výstavbu nebo rozšíření infrastruktury nejen pro vlastní výrobu filmů, ale i možnost výhodného vynaložení svých finančních prostředků na vzdálených trzích. Producenti se při volbě vhodné lokality pro natáčení neohlíží pouze po místních filmových studiích či ateliérech, nýbrž berou v potaz i blízké okolí, které by mělo nabízet co největší škálu s filmovým průmyslem spojených služeb pro lepší porovnání výrobních nákladů na různých místech.¹⁰¹ Přičemž v důsledku dochází k vyostření mezinárodní konkurence, kdy se jednotliví aktéři – nová či etablovaná, renomovaná filmová studia – předhánějí, kdo lépe vyjde vstříc představám zahraničního investora – v tomto případě producenta.

Jak konstatuje Ben Goldsmith ve svém pojednání o transformačních účincích migrující výroby, filmová výroba se neobejde bez filmového studia, jehož

¹⁰⁰ IFTA. *The rules of attraction. Creating a production-friendly community*. IFTA: 2006. [online, cit. 14.12.2013]. Dostupné z: <http://www.afma.com/sites/default/files/36.pdf>

¹⁰¹ GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, str. 28. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/FAV181/Goldsmith_Kdyz_ho_postavis.pdf

provozovatelé mají zájem spravovat nejen samotné studio, ale také celé jeho bezprostřední okolí, které je na filmovou výrobu úzce napojeno jakožto potenciální filmová lokace. Vzniká tak na daném místě všeobecný zájem (provozovatelů, developerů, komerčních organizací, vládních agentur, občanských sdružení i neziskového sektoru) na propagaci a dobrou reputaci místa ve snaze přilákat do něj filmovou výrobu. V případě, že se aktéři lokálního zájmu dostanou do povědomí producentů prostřednictvím obchodních konferencí, mezinárodních výstav a veletrhů, cestují dané lokace s nimi a stávají se tak flexibilním zbožím připraveným podrobit se představám budoucího zájemce. Filmové lokace nejlépe reprezentují samy sebe, protože míra autentičnosti je tak nejvíce zachována, ale zrovna tak mohou „hrát“ jiné místo, čímž se vědomě odděluje dějiště (prostor příběhu) od lokace (místo, kde se dílo vyrábí).¹⁰² Toto je případ mnoha zahraničních natáčení v ČR, zejména v Praze, která, díky své reputaci jakožto prvotřídní výrobní lokality, má schopnost věrohodně reprezentovat jiná evropská města. Je tedy nasnadě zdůraznit, že některá místa jsou schopná se aktivně transformovat na místa jiná a vytvořit tak umělou, avšak „autentičtější“ atmosféru než originální prostředí. Právě autenticita místa je hlavním lákadlem a klíčovým aspektem pro filmové komise a filmové kanceláře v regionech ve snaze prosadit dané místo v konkurenčním boji. Menší výrobní lokace (jako je například Ostrava, která bude zmíněna dále), se vystavují riziku mnohem více, protože musí být schopné pružně reagovat na aktuální potřeby filmového trhu a musí navázat synergickou spolupráci s jinými ekonomickými sektory, jako je využití finančních pobídek, místní pracovní síly a další souvisejících oblastí pro uspokojení potřeb migrující výroby.

Pokud dané místo / lokace / region vědomě vstoupí do globální konkurence filmové výroby (ať už na základě dobrého ohlasu realizovaného filmového projektu, nového vybudování filmových ateliérů, nebo jejich renovace), musí si být místní aktéři vědomi toho, že se vystavují nekonečnému procesu transformace. Přírodní a fyzické prostředí bývá kontinuálně přetvářeno; pokud bude mít výroba rostoucí

¹⁰² GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, str. 28.

tendenci, poroste kapacita, portfolio i reputace zapojených jedinců, společností a institucí. Legislativní rámec je rovněž vystavován neustálým změnám.¹⁰³

Výstavbu filmové infrastruktury může podnítit propagátor turismu, developer, producent nebo místní politik, aby uskutečnil svoji politickou vizi, podnikatelský záměr, posílil nárůst produkce, oživil ekonomicky i společensky danou lokalitu, nebo aby dosáhl jiných vizí a cílů. Proto, aby se místo stalo regulérní výrobní lokací, potřebuje mít vybudovanou rozsáhlou infrastrukturu a filmová studia ve světě již tuto možnost nabízí. Je samozřejmé, že filmové produkce je možné hostit i bez ateliérových hal a dalších zařízení (jak je tomu ostatně i na Ostravsku, které přesto zažívá rostoucí zájem filmařů), četnost využívání dané lokace bude ale pravděpodobně menší a nestálá.

5.1.1 Filmová studia

Vybudování filmového studia je nákladná záležitost jak pro soukromé investory, tak pro místní daňové poplatníky, a nemusí vždy splnit slibná očekávání. To do jisté míry záleží na předchozí filmové výrobní tradici státu. Studia jsou často závislá na nepřímých vládních podporách, pokud nejsou přímo vlastněny státem a financovány ze státního rozpočtu, jak tomu bylo například u barrandovských studií za minulého režimu. Musí být rovněž podporována širokou místní veřejností, která se bude dobrovolně angažovat v audiovizuální produkci, jelikož samotné výnosy z pronájmu prostor filmovým produkcím bývají zanedbatelné, stejně tak zájem zahraničních filmařů může fluktuovat a příjmy budou nestálé.

V Maďarsku v blízkosti Budapešti vzniklo v posledních letech filmové studio z bývalých vojenských kasáren – tedy na místě bez předchozí filmové tradice a vybudované infrastruktury. V těchto případech došlo k jakési revitalizaci daného prostoru, který by jinak ležel ladem. Pro srovnání - region Ostravska je z historického hlediska čistě průmyslovým regionem, jehož specifikem je zejména industriální ráz daného prostředí. Je tedy otázkou, která bude předmětem zkoumání dále, jakým

¹⁰³ Tamtéž. Str. 30

způsobem by se s místem mělo nakládat. Podobně z bývalých center těžkého nebo dopravního průmyslu - Central City Studios v Melbourne a Film Port v Torontu nebo z odpadních skládek, jak se stalo v San Diegu - vyrostli další konkurenti filmového průmyslu. Ti ale vznikli v oblastech s již zavedenou filmovou výrobou a historií s cílem zvýšit kapacitu a konkurenceschopnost. Mezi studia, která prošla renovací, můžeme řadit Pinewood ve Velké Británii, Cinecittà v Itálii, Barrandov a Warner Roadshow Movie World v Austrálii.¹⁰⁴

V souvislosti se vznikem filmových studií vyvstává i otázka, kolik nově vzniklých pracovních příležitostí má reálnou šanci na udržení v dlouhodobém horizontu. V rámci ekonomických studií je možné zhodnotit krátkodobý vliv na zaměstnanost daného regionu v prvních fázích výstavby studia. Výrobní práce v zavedeném studiu jsou pak projektově orientované a využívají síť dalších firem a subdodavatelů. Práce je proto řízena jedinci s dobrými kontakty. Konkurence je zde vysoká a jen vybraná studia se pak pravidelně mohou účastnit na vysokorozpočtových prestižních projektech.¹⁰⁵ Proto je zde účinnější porovnávat přínosy na zaměstnanost každého projektu samostatně, jak bylo ukázáno na příkladě indického velkořetězce *Rockstar*, kdy ušetřené náklady na dávky v nezaměstnanosti tvořily cca. 740 000 Kč (viz 4.2.3).

Řada studií orientovaných na migrující producenty ve snaze zajistit dlouhodobou zaměstnanost tak iniciovala vznik filmových škol či vzdělávacích institucí v oboru audiovizuální tvorby v bezprostřední blízkosti či přímo v areálu studia. Např. národní Filmová, televizní a rozhlasová škola se v roce 2008 přestěhovala přímo do budovy studia Fox v Sydney.¹⁰⁶ Univerzita zajistí příliv specializovaného „know-how“, zvýší se kvalifikace pracovní síly, studenti mohou využívat prostor ateliérů přímo k realizaci vlastních projektů a v neposlední řadě dojde k navázání kontaktu s dalšími filmovými školami, kdy prostřednictvím výměnných rezidenčních pobytů vzejde dané místo do povědomí v široké filmařské obci.

¹⁰⁴ GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, str. 33.

¹⁰⁵ JONES, C., *Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry*. Oxford: Oxford University Press 1996, s. 58–75. ISBN: 0195149580.

¹⁰⁶ GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, str. 38.

Jako další opatření, které by zajistilo kontinuální chod filmového studia, může být zajištění podpory domácí produkce. V rámci smlouvy tak může být ujednáno, že kromě mezinárodních filmových produkcí, bude výroba filmových děl z určité části zajištěna místními producenty. Například v Melbourne si vláda s developery studia zajistila, že výroba musí být min. 25 % domácí.¹⁰⁷ V případě českých produkcí jsou k natáčení využívány zejména externí reálie, ale vznikla i spousta scén z interiérů, jako např. *Mazaný Filip* (2003) Václava Marhoulky, který byl kompletně natočen ve filmových ateliérech Barrandov.

5.1.2 Destinační management

Každý realizovaný film rozšiřuje bohatství obrazů, které si publikum spojuje s určitým místem a funguje tak jako „signál odborné způsobilosti“¹⁰⁸ čímž naznačuje producentům, co vše daná lokalita nabízí. Vzniká tak i filmově indukovaný turismus, což je jedna z forem cestovního ruchu, kdy je turista motivován k navštívení dané destinace právě po zhlédnutí určitého filmu či jiného audiovizuálního díla, kde je daná destinace vyobrazena. Destinace jako „produkt cestovního ruchu“¹⁰⁹ se chápe jako systém složený z jednotlivých poskytovatelů služeb ovlivňovanými okolím, ve kterém působí (politické, ekonomické, společenské, environmentální prostředí). Renomované filmové studio jakožto „destinace“ pro migrující produkce může být chápán jako síť organizačních složek, poskytující veškeré služby a infrastrukturu spojených s filmovým průmyslem zasazené do širšího politického kontextu (např. zavedený systém filmových pobídek).

Destinační management lze definovat jako soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci¹¹⁰. Destinace tedy musí být

¹⁰⁷ Tamtéž.

¹⁰⁸ JONES, C., *Signaling Expertise: How Signals Shape Careers in Creative Industries*. Oxford: Oxford University Press, 2002, s. 209 – 28. ISBN-10: 0199248710

¹⁰⁹ PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. MMR: Praha 2002. ISBN 978-80-7201-880-2.

¹¹⁰ Tamtéž.

strategicky řízena za konkrétním účelem. Aktéři lokálního zájmu se proto snaží těžit ze strategického významu své lokality a dále ho upevňují, aby získali práci pro sebe a další, aby v místě vytvořili znalosti, schopnosti a kompetence, aby přetvořili obraz a vnímání místa a posílili jeho prosperitu a aby dali vzniknout unikátnímu filmovému výrobnímu celku schopného aktivní transformace dle potřeb filmařů.

5.1.3 Působení filmových kanceláří

V současnosti spadá pod režii ČFK osm filmových kanceláří – Broumovsko Film Office, Filmová kancelář Český ráj, Jeseníky Film Office, Filmová kancelář jižní Čechy, Film Ostrava, Film Office Zlín Region a Filmová kancelář Východní Čechy. Film „friendly“ region Ostrava bude předmětem případové studie, který bude na základě realizovaného filmového projektu detailně rozebrán v závěrečné kapitole této práce.

Etablované filmové komise fungující v rámci celého státu (či konkrétní filmové kanceláře v rámci regionu) jsou důležitou součástí daného prostředí a lokalita, která má ambice vyšší než hostit jen jednu filmovou produkci, se bez komise neobejde. Poskytují nejrozličnější služby výrobců, zprostředkovávají kontakt mezi přichozími producenty s místními produkčními společnostmi, organizují koopetici¹¹¹ - čili simultánní sloučení spolupráce a soutěže mezi skupinami, které reprezentují lokální zájmy. Filmové komise napomáhají budování důvěry mezi všemi stranami zainteresovanými na výrobě. A pomáhají vybudovat výhody, zákonné rámce, předpisy a dohody nezbytné k přilákání pravidelné výroby na určité místo. Filmové komise představují základní složky nezbytné infrastruktury a prosazují lokální zájem.¹¹²

Vznik filmových kanceláří v České Republice je poměrně novým jevem, protože většina z celkového počtu 7 se zrodila v posledních dvou letech. Nejnovějším přírůstkem je z června 2013 Film Office Zlín Region. Filmové kanceláře daných

¹¹¹ BRANDERBURGER, A., NALEBUFF, B., *Co-opetition*. New York: Doubleday 1996. ISBN: 0385479506.

¹¹² GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, str. 36.

regionů spadají pod Českou filmovou komisi, kde se prezentují základními informacemi o svých službách a popisem atraktivních lokalit v regionu, které lze využít k realizaci filmového záměru. V praxi celý proces funguje tak, že pokud se zahraniční produkční společnost rozhodne natáčet v ČR, navazuje první kontakt s ČFK nebo přímo s českou produkční společností. Oba subjekty dokážou poskytnout rozsáhlé primární informace o možnostech natáčení dle potřeb zahraničního producenta. Ten, pokud již má jasno, v jakých lokalitách bude audiovizuální dílo realizovat, bude prostřednictvím ČFK spojen s filmovou kanceláří, která operuje na daném místě.

Filmové kanceláře fungují zpravidla jako neziskové organizace, které poskytují své služby domácím i zahraničním filmařům zdarma. Mohou fungovat buď jako samostatná obecně prospěšná společnost či sdružení nebo jak je častějším jevem, jsou včleněny do již zavedené instituce místní správy nebo samosprávy, např. turistického informačního centra, magistrátu města apod. Většina zatím vzniklých filmových kanceláří vznikla jako součást již fungující destinační agentury, která propaguje region v rámci destinačního managementu cestovního ruchu. Je tedy možné jednoduché využití již zavedených marketingových strategií a PR v regionu. Filmové kanceláře jsou nositelem pozitivního PR o přínosech audiovizuálního natáčení v regionu, které zaměřují na instituce, obyvatele a podnikatele v regionu, s cílem zajistit jejich vstřícnost a součinnost. Posláním filmových kanceláří je jednoznačně posílení daného regionu v oblasti audiovizuální produkce a její využití ve prospěch regionu – pracovní příležitosti, kvalitní PR, podpora turistického ruchu atd., přičemž kanceláře by měly být finančně podporovány regionálními orgány – jimiž jsou kraje, obce, sponzoring od významných místních soukromých podnikatelských subjektů. Podmínkou pro bezproblémové fungování filmových kanceláří je vynikající znalost místní infrastruktury. Stejně tak by měly být pro filmaře komplexním zdrojem informací – od role jakéhosi zvláštního průvodce po regionu, kdy nabízejí tzv. location tour, až po roli ústředního koordinátora veškerých záležitostí, jež jsou úzce spojené s natáčením – např. zprostředkování nejrůznějších povolení k natáčení u

úřadů, policie, vlastníků atd.¹¹³ Location tour jsou prohlídky lokací určené pro filmové profesionály, producenty, lokační manažery, kteří touto cestou mohou objevit další atraktivní nebo i méně známá zákoutí regionů v ČR.

ČFK se účastní festivalů a trhů v zahraničí a na nich propaguje ČR jako celek, jednotlivé kanceláře tak nemají prozatím šanci se prezentovat samostatně. Teprve v druhém plánu, pokud producenti hledají specifické lokace, doporučuje ČFK jednotlivé regiony.

5.2 Ostrava jako film friendly lokace

Ostrava, která je třetím největším městem v republice, je bezesporu unikátním místem především pro svou průmyslovou minulost, která předznamenala výraznou proměnu města. V polovině 19. století byla v oblasti dnešních Vítkovic zahájena stavba komplexu vysokých pecí na výrobu železa, jež se posléze stala jádrem průmyslového rozmachu na dalších 162 let. V roce 1998 byla výroba železa ukončena.

Ostravský region disponuje velice osobitou architekturou, která je inspirována urbanistickým stylem známým pod pojmem socialistický realismus, tzv. sorela (čtvrť Poruba, Havířov) po vzoru sovětských velkých měst, která ale zároveň v sobě ukrývá prvky antiky, renesance a klasicismu. Ve filmech tak může být Poruba kulisami některého z ruských měst. S narůstajícím počtem zaměstnanců železáren přirozeně vyrostla i specifická sociální zázemí. Vznikly tak kolonie pro úředníky, dělníky, společenský dům, hotel, nemocnice, tržnice, školy, jesle, radnice i kostel. To vše se společným jmenovatelem, kterým je režné neomítané zdivo. Ve filmu mohou Vítkovice sehrát roli dělnické Anglie, Vídně či Holandska. Těžební komplexy jsou dnes technickými památkami, které mapují důlní činnost a výrobu oceli. Hutě patří k

¹¹³ CLAUSOVÁ, L., ŠTĚRBOVÁ, L., Rozhovor pro ČFK. CFC: Praha, 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/327/lg/cs>

největším a nejstarším v Evropě a v roce 2008 byly vyhlášeny Národní kulturní památkou a zpřístupněny veřejnosti.¹¹⁴

Právě industriální stavby bývalých hutí jsou díky své autentické atmosféře a unikátního „genia loci“ cílem pozornosti zdánlivě nesouvisejících oborů. Na první pohled by se mohlo zdát, že jde o dávno vyčerpaný prostor, který by mohl získat svou atraktivitu zpět jediné rozsáhlou asanací a rekultivací. Pro účely filmové výroby jsou tyto objekty ale více než zajímavé. Industriální prostředí ostravského hutního komplexu hostí od roku 2009 filmový festival zaměřený na kameramanskou tvorbu Ostrava Kamera Oko, který promítá české i zahraniční filmy v prostředí dolu Hlubina. Dalšími zajímavými místy s osobitým rázem je kamenouhelný důl Michal, který je zachován ve své původní podobě a kandiduje tak na zapsání do seznamu světového dědictví UNESCO, a hornické muzeum Landek, jehož štola je rovněž zpřístupněna. Tato místa byla vyhlášena národními kulturními či technickými památkami, proto je jejich současná podoba zakonzervována a chráněna. Pod působnost ostravského Magistrátu byla včleněna nedávno otevřená filmová kancelář Film Ostrava!!!, jejímž prvotním zájmem je v kooperaci s kanceláří CzechTourism a Českou filmovou kanceláří nalákat zahraniční filmové producenty do lokality. Jak bylo řečeno výše, právě autenticita industriálního prostředí Ostravska je bezesporu největší konkurenční výhodou lokality. Samotné město, jelikož si je plně vědomo, že po vyčerpání průmyslové výroby a zavření ocelových hutí je celý region ohrožen ekonomickou stagnací, nezaměstnaností, zastaralou infrastrukturou, odlivem pracovní síly a jinými efekty úpadku průmyslového odvětví, se snaží pružně reagovat na měnící se podmínky na mezinárodních trzích a začalo plně investovat do rozvoje služeb, kultury, školství, ochrany životního prostředí, rozvoje turismu a celkové rekultivace prostředí. Ostrava se zaměřila na současný stav a možnosti zlepšení nabídky kulturních služeb, kdy si nechala zejména univerzitami vypracovat nejrůznější ekonomické analýzy subjektů v oblasti kultury, srovnání kulturních politik s jinými statutárními městy v ČR, komparaci systémů podpory ve vybraných evropských zemích a sociologický průzkum problematiky kultury, z jejichž výsledků následně

¹¹⁴ Ostrava a okolí. Film Ostrava!!! 2013. [online, cit. 14.12.2013]. Dostupné z: <http://www.filmostrava.cz/index.php/cz/ostrava-a-okoli>

vytvořila ucelenou koncepci rozvoje a podpory kultury pro další léta. Rovněž je jedním z kandidátů na titul Evropské město kultury 2015. Mezi tyto iniciativy je možné zařadit i cílevědomý proces zájmových aktérů k zpřístupnění lokality filmovému průmyslu – mezinárodnímu, ale i českému.

5.2.1 Působení filmové kanceláře Film Ostrava!!!

Intenzivněji se na propagaci Ostravska směrem k filmovým producentům věnuje filmová kancelář od roku 2012. Byla tak rozšířena působnost oddělení marketingu investičních příležitostí a turismu na magistrátu Ostrava. Přestože se regionální kancelář nachází ve fázi konsolidace, dostala se lokalita Ostravy do povědomí české filmové obce, která sem přišla prozatím s menšími projekty se zahraniční koprodukcí. Byly zde realizovány projekty jako *Yuma* (2012) – akční krimi drama česko-polské koprodukce; trailer pro akční sci-fi film americké produkce *Ghost Recon: Alpha* (2012); akční sci-fi thriller *Babylon A.D.* (2008) v koprodukci USA / FR / GB, který byl natáčen v Porubě v hlavní roli s Vinem Dieslem a české filmy *Mamas&Papás* (2010), *Pouta* (2009), *Sametoví vrazi* (2005), *Non plus ultras* (2004) a *Kouř* (1990). Nejnovějším realizovaným filmovým počinem bylo natáčení korejského filmu *International market* (2013)¹¹⁵, jehož českým koproducentem byla společnost Axman production.

5.3 Realizovaný film *International market*

Jedním z výsledků práce ostravské filmové kanceláře je natáčení jihokorejské produkce, která se uskutečnila v létě roku 2013. Natáčení probíhalo v rámci čtyř dní na lokacích dolu Anselm v Lanek Parku, v dole Michal, v Dolní oblasti Vítkovic a ve cvičné štolě ve Stařicích. Dějištěm příběhu, tedy prostor, který dané lokace zobrazovaly,

¹¹⁵ VÍTKOVÁ, H., Rozhovor pro ČFK. CFC: 2013. [online, cit. 14.12.2013]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/317>.

Vznik a přínos filmu *International market* je předmětem dalšího zkoumání.

byly německé doly zasazené do 60. let 20. století do období po Korejské válce. V té době Jižní Korea zpustošená válkou posílala muže za výdělkem do dolů do Německa, ženy byly vysílány jako ošetřovatelky a zdravotní sestry. Režisérem je Yoon Je-kyoon, jehož komerčně nejúspěšnější film *Tsunami* je filmovými kritiky považován za první jihokorejský katastrofický film. Štáb tvořil okolo 150 členů, z toho 50 jich byli přímo Korejci. Koprodukcí na české straně zastupovala společnost Axman production, která již v minulosti spolupracovala s korejskými filmaři na úspěšném seriálu *Lásky v Praze*, po jehož vysílání údajně vzrostla návštěvnost Korejců Prahy natolik, že byla zavedená přímá letecká linka Praha – Soul.¹¹⁶

Film se bude promítat i v Čechách v rámci festivalu Filmasia, který je pořádán českou koproducentkou firmou Axman Production. Premiéra ovšem zatím nebyla zveřejněna. Výše rozpočtu pro natáčení v ČR (filmová výroba probíhala předtím i v hlavních pražských turistických lokalitách) činila cca. 12 mil. Kč.¹¹⁷ Rozpočet byl v tomto případě rozvrstven do více sfér.

5.3.1 Zhodnocení projektu

Na základě informací, získaných od producentky ze společnosti Axman production¹¹⁸, bylo možné dále zhodnotit realizaci filmového díla na základě několika kritérií:

- 1) Motivy producenta k natáčení v ČR, resp. Ostravě,
- 2) volba lokace,
- 3) „location tour“,
- 4) časová náročnost,
- 5) složení štábu,
- 6) rozpočet, náklady, výnosy,
- 7) využití filmové pobídky,
- 8) role filmové kanceláře Film Ostrava!!!,

¹¹⁶ Film Ostrava!!!. Novinky. Ostrava: 2013. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: <http://www.filmostrava.cz/index.php/cz/novinky?start=4>

¹¹⁷ Data získaná na základě kontaktu s paní Mgr. Janou Hromkovou.

¹¹⁸ Informace získané na základě kontaktu s Karlou Stojákovou, v Praze dne 13. 12. 2013.

- 9) způsob propagace ČR,
- 10) celková spokojenost.

1. Motivy producenta k natáčení v ČR, resp. Ostravě

Jelikož v Praze v roce 2005 realizovali korejští filmaři populární korejský seriál *Lovers in Prague*, byla hlavním hnacím motorem vrátit se zpět do České republiky právě spokojenost filmařů a úspěch seriálu v Koreji, který mimo jiné přilákal do Prahy mnoho korejských turistů. První kontakt byl zprostředkován přes ČFK, protože zde již existovaly kontakty z minulých let. Společnost Axman Production o projektu věděla, byla tedy o natáčení obeznámena nezávisle na ČFK. Neméně důležitým aspektem, který mohl ovlivnit i Korejce v rozhodování, je aktivní spolupráce České filmové komise se zahraniční kanceláří CzechTourism v Soulu. Dalo by se tedy říci, že motiv pro upřednostnění ČR jako vhodné filmové destinace před Německem, kam byl děj filmu reálně zasazen, nebyl ani tak ekonomický (s cílem ušetřit, či využít systému pobídek), ale spíše bylo využito kontaktů z předešlých zkušeností a propagace ČR na korejském trhu prostřednictvím kanceláře CzechTourism. Zde je patrná „síla pozitivní reputace“ a lze tedy předpokládat, že korejští filmaři dají ve volbě lokace přednost zavedeným, odzkoušeným postupům. Míra loajality korejské produkce je vysoká, z čehož lze usuzovat, že se i v budoucnu bude chtít vracet.

2. Volba lokace

To, že korejští filmaři budou chtít natáčet v Praze, bylo již předem jasné. Praha Korejce okouzila. Od roku 2005, kdy vzniklo přímé letecké spojení, navštíví metropoli ročně přes 100 tisíc turistů.¹¹⁹ Lokaci industriálního prostředí v Ostravě měli předem rovněž zmapovanou prostřednictvím internetu. V tomto bodě je důležité konstatovat, že webové stránky filmostrava.cz jsou po necelém roce spuštění jako

¹¹⁹ MZV ČR. *Česká kultura v Korejské republice*. MZV ČR: Praha, 2012. [online, cit. 14.12.2013]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/seoul/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_vztahy_mezi_kr_a_cr/x2011_ceska_kultura_v_korejske_republice.html

nástroj online prezentace lokace velmi důležité. Jsou velice dobře propracované, poskytují mnoho důležitých informací, jsou jasně a logicky strukturované, opticky přehledné a s rozsáhlou, kvalitní a údernou fotodokumentací. Volbu předem vyhládnuté lokace potvrdila realizovaná „location tour“ po ostravských industriálních lokacích.

3. *Location tour*

V rozhodovací fázi výběru lokace proběhly dvě „location tour“ neboli obhlídky po ostravských technických památkách. První obhlídka byla producentská, druhé a rozhodující se účastnil režisér a dalších 10 klíčových členů kreativního týmu a 6 členů české části štábu. Obhlídky byly organizovány regionální kanceláří Film Ostrava!!!, zúčastnili se jí zástupci České filmové komise a v posledních řadě i producentka za společnost Axman production. Rozhodnutí padlo již při druhé obhlídce.

4. *Časová náročnost*

Produkční za korejskou stranu dorazil do ČR cca v polovině července a odjížděl na začátku září 2013. Režisér přijel cca týden před samotným natáčením. ČR byla první lokací, kde se film začal natáčet, hned po skončení odjel štáb do Koreje a pokračoval v natáčení až do konce tohoto roku. Ve srovnání s celkovým pobytem stráveným v ČR, čistých natáčecích dnů bylo pouze osm – čtyři v Praze a čtyři v Ostravě. Práce korejského produkčního vyžadovala tak intenzivní, časově náročnou přípravu, kdy byl v neustálém spojení s ČFK, společností Axman production a v neposlední řadě i s ostravskou kanceláří.

5. *Složení štábu*

Štáb tvořil cca 150 osob, ze kterých 50 bylo přímo z Jižní Koreje, včetně režiséra a členů kreativního týmu. Zbytek, tedy 100 osob tvořili Češi, kteří zastávali pracovní pozice jako produkční týmu, asistent režie, art director, osvětlovači, herci aj. Kancelář Film Ostrava!!! zajistila prostřednictvím castingové agentury Filmová a produkční

s.r.o. nábor komparzistů na jeden natáčecí den pro potřeby několika scén. Komparzistů bylo zhruba 200. Bylo najato cca 50 Asiátů žijících v Čechách a 150 českých mužů ve věku 18 – 60 let, zejména místních obyvatel. Honorář činil 1100,- Kč/den pro Asiáty, zatímco Čechům bylo nabídnuto pouze 800,- Kč/den. Proč byli Asiaté tímto způsobem upřednostněni, mi bohužel není známo. Každopádně ale vznikla velmi vysoká krátkodobá poptávka po pracovní síle.

6. *Rozpočet, náklady, výnosy*

Pro účely této práce kontaktované subjekty nebyly oprávněné poskytnout příslušná data. Zajímala jsem se o celkový rozpočet výrobních nákladů na území ČR, jakým způsobem měli financování zajištěno, kolik tvořily skutečné náklady a jak velký objem příjmů mohla zhruba Ostrava generovat do veřejných rozpočtů. Jediná informace, která mi byla poskytnuta, je, že budget činil 12 mil. Kč.

7. *Využití filmové pobídky*

Korejský producent nevyužil nabídky poskytnutí filmové pobídky ve výši 20% uznatelných nákladů od Státního fondu kinematografie.

8. *Role filmové kanceláře Film Ostrava!!!*

Dle osobních zkušeností české producentky, kancelář Film Ostrava!!! vyšla ve všech požadavcích vstříc a byla ve všech ohledech dostatečně informovaná. Její funkce jako zprostředkovatele kontaktů fungovala bezproblémově. Další nároky produkce jako zajištění příslušných povolení k natáčení, spojení s místními úřady, vyřízení potřebné dokumentace, napojení na ubytovací zařízení, dopravce, stavební firmy, castingovou agenturu, bezpečnostní agenturu, napojení na Policii ČR, realizovala kancelář bez sebemenších obtíží. Kancelář velmi dbala na vstřícnost a péči o zahraniční filmaře, proto jim zajistila hladký průběh po celý čas realizace. Potvrdila skutečně fungující vazby na další poskytovatele služeb a zajistila osoby ke spolupráci v rámci filmového štábu. V její režii byla i organizace náboru komparzistů, realizace

location tour a celková úspěšná spolupráce již v přípravné fázi projektu přispěla k tomu, že natáčení filmu proběhlo právě v Ostravě.

9. *Způsob propagace ČR*

Na dotaz, jakým způsobem budou korejští producenti propagovat ČR a zda bylo smluvně domluveno, že se Česká republika objeví v závěrečných titulcích filmu, bylo odpovězeno, že hlavní a nejdůležitější propagace ČR jakožto filmové destinace je úspěšně realizovaný projekt a spokojení filmový tvůrci, jejichž pozitivní zkušenosti a zážitky budou předmětem účinné propagace za hranicemi země. Česká republika tedy potvrdila svou profesionalitu v poskytování filmových služeb a navázala tak na svoji dobrou pověst, kdy filmový sektor v ČR je jedním z nejúspěšnějších v Evropě.¹²⁰

10. *Celková spokojenost*

Spokojenost na straně korejských filmařů byla slovy producentky velká. Filmaři byli vděční, že v Ostravě našli autenticitu poválečného Německa, které v 60. letech zažívalo svůj „hospodářský zázrak“ a najímalo si levnou pracovní sílu z celého světa. V porovnání s Německem jsme jako stát s nižší cenovou hladinou zajisté lákavým prostředím s minimálně srovnatelnou dostupností průmyslových oblastí pro autentickou rekonstrukci německých dějin. I fakt, že producent kalkuloval s tím, že na Ostravsku nalezne pět desítek asijských mužů do komparzních rolí, muselo bezesporu přispět k celkové spokojenosti. Do budoucna jsou naplánovány další projekty s korejskými produkcemi.

¹²⁰ *Studie ekonomického vlivu filmového průmyslu v České republice*. Olsberg | SPI: Londýn, 2006. [online, cit. 10.12.2013]. Dostupné z: http://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/FAV181/Olsberg_Studie_ekonomickeho_vlivu_filmoveho_prumyslu_v_Ceske_republice.pdf

5.3.2 Odhadovaný přínos pro region

Jednoznačným přínosem pro region je fakt, že filmová kancelář dokázala zajistit bezproblémovou realizaci požadavků a potřeb korejského štábu. Veškeré služby, které kancelář nabízí, byly ověřeny, že skutečně fungují, a že za jednotlivými aktéry stojí opravdu schopní lidé. Bylo tak potvrzeno, že Ostrava aktivně a vědomě pracuje na vytvoření rozsáhlé sítě aktérů lokálního zájmu, kterým je právě nalákání filmařů do regionu. Jsou si vědomi, co ojedinělého region dokáže nabídnout, proto s podporou úřadů, starosty a jiných aktérů místní správy se jali aktivní propagace. Toto je jeden ze způsobů, jak profitovat na neustále se pohybující filmové výrobě, která s sebou přináší nové dovednosti. Dovednosti, které přecházejí jak ze zahraničních filmařů na místní aktéry, ale i v obráceném směru, jsou jakýmsi typem lokalizovaného učení. Přínosy plynoucí z prostorové blízkosti vzájemně interagujících stran jsou analytiky a teoretiky definovány jako „klastrování“.¹²¹

¹²¹ MALMBERG, A., MASKELL, P., Localized Learning Revisited. DRUID Working Paper, č. 05–19, Danish Research Unit for Industrial Dynamics: 2005, s. 4.

6 Závěr

V předcházejících kapitolách byl čtenář v kontextu vývoje a fungování české filmové kultury obeznámen s přístupem k příchozím zahraničním filmovým produkcím ze strany ČR. Přátelské podmínky umožnily opětovný nárůst realizovaných filmových projektů, které do veřejných rozpočtů přinesly nezanedbatelné finanční prostředky. Nejen ekonomické přínosy ve formě prokazatelné návratnosti vložených prostředků, podpory zaměstnanosti a zvyšování konkurenceschopnosti filmového průmyslu na globálním trhu, ale i benefity jako zvyšování kvalifikace zapojených lidských zdrojů, podpora rozvoje regionů a propagace země za jejími hranicemi, jsou bezesporu pozitivní efekty zavedení filmových pobídek u nás.

V souvislosti s politikou podpory filmové výroby vznikly i filmové kanceláře na regionální úrovni. Propagace ČR v zahraničí jakožto vstřícné a tradiční filmové destinace není tedy jen úkolem České filmové komise, ale i již zmíněných regionálních filmových kanceláří. Na základě praktické části, kde jsem pozornost věnovala kanceláři Film Ostrava!!!, jsem dospěla k následujícím poznatkům a doporučením.

Do povědomí producentů se kancelář Film Ostrava!!! dostává velmi pomalu, jelikož vznikla na zelené louce bez téměř jakýchkoli předchozích zkušeností z odvětví filmového průmyslu. Nabízí však stabilní atraktivní lokaci s industriálními kulisami, které byly vybudovány před více jak 170 lety. Ovšem za zcela jiným účelem. Skrytý potenciál je tak objevován postupně. Kancelář bojuje se způsobem, jakým by bylo možné přilákat velké zahraniční produkce s vysokorozpočtovými projekty. Jedna z možností je disponovat extra finančním fondem, ze kterého mohou za splnění určitých podmínek producentovi plynout výhody. Pobídkou by byl určitý objem financí z místního rozpočtu, který by filmaři museli v regionu vynaložit. Jelikož je kancelář neziskovou organizací, nedisponuje sama těmito nadstandardními prostředky. Finanční pomoc je tak vázána na vstřícnost místních politiků, kteří ovšem musí jednat dle regulí v rámci širšího – státního, ale i evropského kontextu.

Druhou možností je intenzivní snaha o vybudování celé sítě místních komerčních organizací, potenciálních provozovatelů filmového studia, vládních agentur, komunitních sdružení i veřejnosti. V rámci této struktury, s cílem společného „lokálního zájmu“, by jednotlivé složky vzájemně kooperovali a propagovali konkrétní lokalitu jako ideální prostředí k realizaci filmové výroby – s cílem zajistit zázemí pro všechny fáze výroby kinematografického díla, od přípravné fáze až po postprodukci, distribuci atd. Aby se však místo stalo „ideálním“, je nutno vyvinout značné úsilí. Při procesu budování značky, která je kombinací všech elementů marketingu a skutečně identifikuje firmy, produkty nebo služby, může dojít ke vzniku „brandu“ (jedinečný způsob fungování značky, zapamatovatelnost), může i místo fungovat podobně jako značka. Tím, že Ostrava má svůj specifický ráz daný minulostí, je schopná reprezentovat samu sebe jaká je: industriální, monumentální, technická, konstruktivistická, zobrazující lidskou schopnost kompletní transformace původní kulturní krajiny na průmyslovou oblast, kde není ani památka po původních přírodních strukturách. Oblast tak už jednou v minulosti prošla zásadní transformací, jejíž důsledky v současnosti není možné vzít zpět. Pro filmový průmysl to znamená, že schopnost místa reprezentovat jiné místo je do jisté míry omezena již existujícími, pevně zabudovanými kulisami. Nicméně pro potřeby filmařů, kteří chtějí svůj příběh zasadit do minulosti, charakteristické např. průmyslovou revolucí, dvěma světovými válkami, včetně zpusťování měst jejich důsledkem, nebo jen chtějí akcelarovat napětí akční scény studeným odrazem kovu a rzi, má toto místo potenciál předčít kdejaká očekávání.

Nemělo by tedy být hlavním cílem lokálních zájmových skupin přetvořit, či transformovat místo, aby bylo „blíže“ filmovým tvůrcům, jejichž nároky nebývají malé, protože ti si mají z čeho vybírat. Konkurence je vysoká, jelikož stále více míst na světě se vydalo cestou nabízet použitelné a dostatečně různorodé lokace filmové či televizní výrobě. Konkurence musí být chápána na globální úrovni v důsledku toho, že mediální, audiovizuální či kinematografická výroba začala díky novým technologickým možnostem a na základě různých jiných motivů (zejména finanční (ne)náročnosti) migrovat stejně tak, jako služby a obchod obecně.

Jedním z účinných nástrojů, jakým nalákat producenty do dané lokality, je vybudování jistého renomé, vřelosti, dobrého jména a odlišit se tak od konkurence. Důležité je v tomto kontextu umět se prosadit na jiných, vzdálených trzích prostřednictvím obchodních konferencí, mezinárodních výstav a veletrhů, filmových festivalů a přehlídek, prodejních stánků. Česká filmová komise se pravidelně účastní mezinárodních filmových festivalů a kancelář Film Ostrava!!! měla jako průkopník mezi českými kancelářemi možnost se prezentovat jako jeden z oficiálních partnerů České filmové komise na trhu European Film Market konaného v Berlíně tohoto roku. Ostravská kancelář tímto sází na osobní přístup a vytvoření jakési databáze kontaktů s osobnostmi přímo z filmového průmyslu.

V případě ostravské filmové kanceláře jde zejména o vytrvalost a trpělivost. Pokud se opravdu chce stát film friendly regionem evropského měřítka, musí kontinuálně pracovat na zvětšení portfolia realizovaných natáčení, aby lokace získala jisté postavení a jméno, které bude známo ve filmovém světě. Platí zde jednoduché osvědčené pravidlo, že čím více projektů bude realizováno, tím více se dané místo na základě získaných zkušeností dokáže přizpůsobit potřebám filmové výroby. Protože zatím nedisponuje žádným multifunkčním filmovým studiem či ateliéry, musí se detailně zaměřit na zpřístupnění bezesporu zajímavých lokací, kterými disponuje, a na rozvoj odvětví, která jsou na filmovou výrobu bezprostředně napojena. Jde o celkovou infrastrukturu služeb, jejichž fungování na sebe musí být navázáno. Bezesporu existuje v regionu mnoho společností, menších podnikatelů, právníků, sdružení, komunit, či neziskových organizací, které spolu však doposud nikdy neměli důvod vzájemně komunikovat ani kooperovat. Potřeby zejména náročné zahraniční filmové výroby by tak mohly být prvním společným pojítkem. Na základě nabytých zkušeností z realizace filmových projektů, kde došlo k vzájemnému přenosu dovedností obousměrně – tedy od filmových tvůrců k místním aktérům a naopak, by tak mělo být úkolem filmové kanceláře propojit jednotlivé místní subjekty ve fungující síť, jejímž výstupem je efektivita, vysoká přidaná hodnota práce, lepší kvalifikace, vstřícnost atd., za kterou obdrží protislužbu ve formě důležitého aktiva: dobré reputace.

7 Použité zdroje

Literatura

- 1 BLÁHOVÁ, J. *Pobízej, nebo zhyň? Boj o zahraniční štáby sílí, nastupuje Asie*. HN: Praha. 2. 4. 2013. ISSN: 0862-9587.
- 2 BRANDERBURGER, A., NALEBUFF, B., *Co-opetition*. New York: Doubleday 1996. ISBN: 0385479506.
- 3 DANIELIS, A. *Česká filmová distribuce po roce 1989*. Praha: Iluminace, Ročník 19, 2007, č. 1 (65).
- 4 GRONEMEYER, A., *Malá encyklopedie filmu*. 2004, Computer Press: Brno. ISBN 80-251-0209-2.
- 5 HONTHANER, E. L., *The Complete Film Production Handbook*. 4th ed., Focal Press: MA, 2010, 524 p., ISBN: 978-0-240-81150-5
- 6 JONES, C., *Careers in Project Networks: The Case of the Film Industry*. Oxford: Oxford University Press 1996, s. 58–75. ISBN: 0195149580.
- 7 MALMBERG, A., MASKELL, P., *Localized Learning Revisited*. DRUID Working Paper, č. 05–19, Danish Research Unit for Industrial Dynamics: 2005
- 8 PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J.: *Výkladový slovník cestovního ruchu*. MMR: Praha 2002. ISBN 978-80-7201-880-2.
- 9 SADOUL, G., *Dějiny světového filmu od Lumiéra až do současné doby*. Orbis: Praha, 1963.

Internetové zdroje

- 1 APA. *Česká filmová komora*. Asociace producentů v audiovizí. [online]. Dostupné z:
<http://www.asociaceproducentu.cz/apau/cz/home/links/Main/index.jet>

- 2 BENEŠ, J. *Do českých kin chodí oproti loňsku méně lidí, cena vstupného roste*. Český Rozhlas: Praha, 9.7.2013. [online]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/film/_zprava/1233436
- 3 BLÁHOVÁ, J., *Filmaři stojí frontu na Česko. Nejspíš marně*. HN: Praha, 2012. [online]. Dostupné z: http://www.scribd.com/doc/87350781/Zpravy-z-%C4%8Deske-kultury-zaposledni-t%C3%BDden-B%C5%99ezen-Duben-2012#outer_page_11.
- 4 BORO VAN, A. *Motor na peníze Marie Poledňákové zpomaluje*. E15: Praha, 13.6.2012. [online]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/motor-na-penize-marie-polednakova-zpomaluje-773536>
- 5 BORO VAN, A. *Vejdělek si připiše na „konto“ dalších 100 miliónů*. E15: Praha, 11.11.2011. [online]. Dostupné z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/technologie-a-media/vejdelek-si-pripise-na-konto-dalsich-100-milionu-716442>
- 6 CLAUSOVÁ, L., ŠTĚRBOVÁ, L., *Rozhovor pro ČFK*. CFC: Praha, 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/327/lg/cs>
- 7 Co-production support – Year 2013. EURIMAGES - European Cinema Support Fund. COE: 2013. [online]. Dostupné z: http://www.coe.int/T/DG4/Eurimages/History/Coproduction/2013coproductions_EN.asp
- 8 ČFC. *O nás*. České filmové centrum. Praha, 2013. [online]. Dostupné z: <http://filmcenter.cz/cz/ceske-filmove-centrum/3>
- 9 ČFK. *Bollywood potvrdil zájem o natáčení v České republice*. APA. 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/350>
- 10 ČFK. *Filmové pobídky. Animace*. Czech film commission. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/doc/Pobidky.pdf>
- 11 ČFK. *Filmové pobídky*. Czech film commission. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/nataceni-ceska-republika/filmove-pobidky/lg/cs>
- 12 ČFK. *Kulturní test*. Czech Film Commission [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/doc/Kulturni-test-shrnuti.pdf>

- 13 ČFK. *Red Tails filming in the Czech Republic*. Czech Film Comission. Praha: 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/89>
- 14 ČFK. *Sirena Film koprodukuje další velký dánský projekt*. Czech Film Comission. Praha: 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/296/lg/cs>
- 15 ČSFD. *Obsluhoval jsem anglického krále*. Česko-Slovenská filmová databáze. 7.10.2008. [online]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/221330-obsluhoval-jsem-anglickeho-krale/>
- 16 ČT. *Filmaři se dočkali - po 20 letech nový zákon o audiovizi*. ČT24: Praha, 2012. [online]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/208288-filmari-se-dockali-po-20-letech-novy-zakon-o-audiovizi/>
- 17 ČT. *Tmavomodrý svět*. 2013, [online]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1026260725-tmavomodry-svet/20036712018/4873-co-mozna-nevite/>.
- 18 ČTK. *Brusel mění pravidla podpory filmu. Koprodukcím možná svítá na lepší časy...* Patria online: Praha, 14.11.2013. [online] Dostupné z: <http://www.patria.cz/zpravodajstvi/2492064/brusel-meni-pravidla-podpory-filmu-koprodukcim-mozna-svita-na-lepsi-casy.html>
- 19 ČTK. *MPSV vyplatilo na dávkách v pololetí o 1,4% víc než před rokem*. MPSV. 2010. [online]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/9329>
- 20 ČTK. *Premiéra Bathory: Běžný potlesk*. Lidovky.cz: Praha, 6.7.2008. [online]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/premiera-bathory-bezny-potlesk-d3l-/kultura.aspx?c=A080706_135953_ln_kultura_mel
- 21 ČTK. *Producenti kritizují stav fondu kinematografie i filmové pobídky*. České noviny, Praha: 30.06.2013. [online]. Dostupné z: <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/producenti-kritizuji-stav-fondu-kinematografie-i-filmove-pobidky/957255>
- 22 Entertainment Partners. *Production Incentives Hungary*. EP financial solutions. 2012. [online]. Dostupné z: http://www.entertainmentpartners.com/production_incentives_results/?jid=144&HUNGARY

- 23 Entertainment Partners. *Production Incentives Ireland*. EP financial solutions. 2012. [online]. Dostupné z:
http://www.entertainmentpartners.com/production_incentives_results/?jid=142&IRELAND
- 24 ePravo.cz. *Zákon o audiovizi a podpora výroby audiovizuálních děl formou filmových pobídek*. epravo.cz, a.s. 17.7.2013. [online]. Dostupné z <http://www.epravo.cz/top/clanky/zakon-o-audiovizi-a-podpora-vyroby-audiovizualnich-del-formou-filmovych-pobidek-91682.html>
- 25 *Evropská úmluva o filmové koprodukcí*. In: 26/2000 Sb. m. s., Štrasburk: 1992. [online]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/scripts/detail.php?id=248>
- 26 Film Ostrava!!!. Novinky. Ostrava: 2013. [online]. Dostupné z:
<http://www.filmostrava.cz/index.php/cz/novinky?start=4>
- 27 GOLDSMITH, B., *Když ho postavíš...* Praha: Iluminace, ročník 22, 2010, [online]. Dostupné z:
http://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/FAV181/Goldsmith_Kdyz_ho_postavis.pdf
- 28 CHVALKOVSKÁ, J. *Program podpory filmového průmyslu*. EEIP. 2010. [online]. Dostupné z: <http://www.eeip.cz/cs/hodnoceni-dopadu-regulace/klicove-transakce/program-podpory-filmoveho-prumyslu/>
- 29 IFTA. *The rules of attraction. Creating a production-friendly community*. IFTA: 2006. [online]. Dostupné z:
<http://www.afma.com/sites/default/files/36.pdf>
- 30 Jiří Vejdělek *dotočil nový film, komedii o ženách*. iHNED.cz: Praha, 22. 10. 2009. [online] Dostupné z <http://art.ihned.cz/c1-38749210-jiri-vejdelek-dotocil-novy-film-komedii-o-zenach>
- 31 MKČR. § 10, Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizi. [online]. Dostupné z:
www.mkcr.cz/assets/media-a-.../kinematografie/Zakon-c--496.rtf
- 32 MKČR. §42. Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizi. [online]. Dostupné z:
www.mkcr.cz/assets/media-a-.../kinematografie/Zakon-c--496.rtf
- 33 MKČR. *Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011 – 2016*. MKČR, [online]. Dostupné z
<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Koncepce-podpory-arozvoje-ceske-kinematografie-2011---2016.pdf>

- 34 MKČR. *Pravidla pro poskytování podpory koprodukovaným celovečerním hraným filmům, animovaným filmům a dokumentům*. MKČR. 1989. [online]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/eurimages/01-Pravidla-pro-poskytovani-podpory-koprodukovany-m-filmum.pdf>
- 35 MKČR. *Program podpory filmového průmyslu – spuštěn*. ProCulture.cz: Praha, 23.06.2010. [online]. Dostupné z: <http://www.proculture.cz/podpora/granty-dotace-eu-stat-kraje/zahajeni-realizace-programu-podpory-filmoveho-prumyslu-2477.html>
- 36 MKČR. Příloha 3.3 Koncepce české kinematografie: *Ekonomické aspekty české kinematografie*. ProCulture. 2010. [online] Dostupné z: <http://www.proculture.cz/cultureinfo/kulturni-politika-v-cr/koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-a-filmoveho-prumyslu-2010-2016-2423.html>
- 37 MKČR. Zákon 496/2012 Sb. Zákon o audiovizi. Oddíl 2, Činnost Fondu, § 10, Úkoly a činnost Fondu. [online]. Dostupné z: www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zakon-c-496.rtf
- 38 MKČR: *Program Media*. [online]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/eurimages-program-media/default.htm>
- 39 MZV ČR. *Česká kultura v Korejské republice*. MZV ČR: Praha, 2012. [online]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/seoul/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_vztahy_mezi_kr_a_cr/x2011_ceska_kultura_v_korejske_republice.html
- 40 NADLER, J. *Is Hungary the New Hollywood of Europe?* The Time: Budapest. 2010. [online]. Dostupné z: <http://content.time.com/time/arts/article/0,8599,2003733,00.html>
- 41 National Office of cultural heritage. *National Film Office*. 2013. [online]. Dostupné z: http://www.kordafilmstudio.hu/pub/National_Film_Office%20info.pdf
- 42 *Nový film Davida Ondříčka vznikne ve stínu 50. let*. ČTK: Praha, 28.2.2011. [online]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/116744-novy-film-davida-ondricka-vznikne-ve-stinu-50-let/>
- 43 Ostrava a okolí. *Film Ostrava!!!* 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmostrava.cz/index.php/cz/ostava-a-okoli>

- 44 PPFP. *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu*. MKČR. 2010. [online]. Dostupné z: www.ppfp.cz/file/189/vyhodnoceni-ppfp.doc
- 45 Program podpory filmového průmyslu. Praha: 2010. PPFP. [online]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/program.html>
- 46 Progressive Production. *Tax Incentives for Film Productions in Hungary*. PP, 2013. [online]. Dostupné z: <http://progressiveproductions.hu/tax-incentives-hungary>
- 47 *Seznam vyplacených dotací v Programu podpory filmového průmyslu*, 2010. PPFP, 2010. [online]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/seznamy.html>
- 48 *Smlouva o fungování evropské unie*. Ustanovení čl. 107 odst. 1. Vláda ČR. [online]. Dostupné z: http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/cs/FTU_3.3.3.pdf.
- 49 Státní fond kinematografie. *Seznam expertů*. 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.fondkinematografie.cz/o-fondu/experti/>
- 50 Státní fond kinematografie. *Schválený rozpočet na rok 2013*. MKČR. [online]. <http://www.fondkinematografie.cz/o-fondu/rozpocet-statniho-fondu-kinematografie.html>
- 51 *Studie ekonomického vlivu filmového průmyslu v České republice*. Olsberg | SPI: Londýn, 2006. [online]. Dostupné z: http://is.muni.cz/el/1421/jaro2011/FAV181/Olsberg_Studie_ekonomickeho_vlivu_filmoveho_prumyslu_v_Ceske_republice.pdf
- 52 SVĚŘÁK, J. *Otázky Václava Moravce. Budoucnost české kinematografie*. 15.7.2012. [online] Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/212411030510701-otazky-vaclava-moravce-2-cast/video/209602>
- 53 Tisková zpráva MKČR 20. 12. 2012. *Přínosy nového Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie*. ČFK. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/277/lg/cs>
- 54 Tisková zpráva MKČR. *Přínosy nového Zákona o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie*. MKČR. 2012. [online]. Dostupné z:

- <http://www.mkcr.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/prinosy-noveho-zakona-o-audiovizualnich-dilech-a-podpore-kinematografie--160668/tmplid-228>
- 55 Tiskové zprávy: *Lístek do kina letos podrazí o téměř 5 procent*. PWC: Praha. [online]. Dostupné z: http://www.pwc.com/cz/cs/tiskove-zpravy/2012/listek-do-kina-letos-podrazi-o-temer-5-procent.xml?WT.mc_id=hp-panel-2
- 56 *Tradice domácí tvorby*. Czech Film Comisson: Praha, 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/nataceni-ceska-republika/tradice-domaci-tvorby/lg/cs>
- 57 Úřední věstník Evropské Komise, C 332/1. *Sdělení Komise o státní podpoře filmů a dalších audiovizuálních děl*. 15.11.2013. [online]. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:CS:PDF>
- 58 VÍTKOVÁ, H., Rozhovor pro ČFK. CFC: 2013. [online]. Dostupné z: <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/317>.
- 59 *Vyhodnocení Programu podpory filmového průmyslu za rok 2010*. PPFP. 2010. [online]. Dostupné z: <http://www.ppfp.cz/clanky/dokumenty.html>
- 60 Zpráva o české kinematografii, 2009, 2010, 2011. MKČR. [online]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/cz/media-a-audiovize/kinematografie/zpravy-o-ceske-kinematografii-101005/>

Jiné zdroje

- 1 Předpis č. 496/2012 Sb. Zákon o audiovizi. Díl 3, Audiovizuální poplatky. §26, odst. 4.
- 2 *Otázky Václava Moravce*. 1. 7. 2012. [Záznam televizního pořadu]. Praha: Česká televize 2012. [online]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1126672097-otazky-vaclava-moravce/212411030510701-otazky-vaclava-moravce-2-cast/video/209602>

8 Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulka 1. Vybrané ukazatele kinematografie v ČR	14
Tabulka 2. Rozpočet, návštěvnost a tržby vybraných filmů (řazeno dle tržeb)	19
Tabulka 3. Modelový příklad návratnosti výrobních nákladů filmu	20
Tabulka 4. Čerpání podpory českých žadatelů v programu MEDIA (v €)	37
Tabulka 5. Členské příspěvky a výše podpory v rámci fondu Eurimages (v €)	39
Tabulka 6. Rozpočet a výdaje produkce Rockstar v ČR, 2010	50
Tabulka 7. Odhady výnosů pro veřejné rozpočty (v Kč)	51
Tabulka 8. Objem nákladů filmových produkcí vynaložených v ČR (v mil. Kč)	52
Graf 1. Dotace udělené OMA MKČR, (v tis. Kč)	23
Graf 2. Objem filmové produkce v ČR- zahraniční filmy, české filmy a reklama (v mld. Kč)	42
Obrázek 1. Schéma financování kinematografického díla	18
Obrázek 2. Cesta k zákonu o audiovizí	25
Obrázek 3. Prostředky vynaložené v ČR – zahraniční filmová produkce	48
Obrázek 4. Pobídky v Evropě, 2013.	53

9 Seznam citovaných filmů

Adelheid (František Vlášil, ČR, 1969); *Akumulátor 1* (Jan Svěrák, ČR, 1994); *Alois Nebel* (Tomáš Luňák, ČR, DE, 2011); *Bathory* (Juraj Jakubisko, SR, ČR, 2008); *Blbý a blbější* (Peter Farrelly, USA, 1994); *Borgia* (FR, DE, ČR, 2011); *Černí Baroni* (Zdeněk Sirový, ČR, 1992); *Černý Petr* (Miloš Forman, ČR, 1963); *Čtyři slunce* (Bohdan Sláma, ČR, 2012); *Ďáblova past* (František Vlášil, ČR, 1961); *Evita* (Alan Parker, USA, 1996); *Ghost Recon: Alpha* (Francois Alaux, USA, GB, 2012); *Hoří, má panenko* (Miloš Forman, ČR, 1967); *Hranaři* (Tomáš Zelenka, ČR, 2011); *International market* (Yoon Je-kyoon, Korea, 2014); *Jedna ruka netleská* (David Ondříček, ČR, 2003); *Jízda* (Jan Svěrák, ČR, 1994); *Kolja* (Jan Svěrák, ČR, GB, 1996); *Kouř* (Tomáš Vorel st, ČR, 1990); *Královská aféra* (Nikolaj Arcel, DK, SE, 2012); *Lásky jedné plavovlásky* (Miloš Forman, ČR, 1965); *Líbáš jako bůh* (Alena Poledňáková, ČR, 2009); *Malá Z Rybárny* (Jan Balej, ČR, 2014); *Mamas&Papas* (Alice Nellis, ČR, 2010); *Markéta Lazarová* (František Vlášil, ČR, 1967); *Mazaný Filip* (Václav Marhoul, ČR, 2003); *Missing* (USA, ČR, 2012); *Mission: Impossible – Ghost protocol* (Brad Bird, USA, 2011); *Musíme si pomáhat* (Jan Hřebejk, ČR, 2000); *Muži v naději* (Jiří Vejdělek, ČR, 2011); *Non plus ultras* (Jakub Sluka, ČR, 2004); *Obecná škola* (Jan Svěrák, ČR, 1991); *Obsluhoval jsem anglického krále* (Jiří Menzel, ČR, SR, DE, HU, 2006); *Odcházení* (Václav Havel, ČR, 2011); *Ostře sledované vlaky* (Jiří Menzel, ČR, 1966); *Pátý Element* (Luc Besson, FR, 1997); *Pelišky* (Jan Hřebejk, ČR, 1999); *Piano* (Jane Campion, AUS, NZ, FR, 1993); *Poupata* (Zdeněk Jiráský, ČR, 2011); *Pouta* (Radim Špaček, ČR, SK, 2009); *Prorok* (Jacques Audiard, FR, IT, 2009); *Případ pro začínajícího kata* (Pavel Juráček, ČR, 1969); *Pupendo* (Jan Hřebejk, ČR, 2003); *Red Tails* (Anthony Hemingway, USA, 2012); *Rockstar* (Imitaz Ali, Indie, 2011); *Ropáci* (Jan Svěrák, ČR, 1988); *Sametoví vrazi* (Jiří Svoboda, ČR, 2005); *Samotáři* (David Ondříček, ČR, SK, 2000); *Sedm* (David Fincher, USA, 1995); *Sedmikrásky* (Věra Chytilová, ČR, 1966); *Serena* (Susan Bier, USA, ČR, 2014); *Skřivanci na niti* (Jiří Menzel, ČR, 1969); *Snowpiercer* (Joon-ho Bong, Korea, USA, FR, 2013); *Spalovač mrtvol* (Juraj Herz, ČR, 1968); *Šakalí léta* (Jan Hřebejk, ČR, 1993); *Tankový prapor* (Vít Olmer, ČR, 1991); *Tmavomodrý svět* (Jan Svěrák, ČR, GB, 2001); *Trainspotting* (Danny Boyle, GB, 1996); *Trilogie Slunce, Seno* (Zdeněk Troška, ČR, 1983 – 1991); *Údolí včel* (František Vlášil, ČR, 1967); *Ucho* (Karel Kachyňa, ČR, 1970); *Ve stínu* (David Ondříček, ČR, SR, 2012); *Vratné lahve* (Jan Svěrák, ČR, 2006); *Yuma* (Piotr Mularuk, PL, ČR, 2012); *Ženy v pokušení* (Jiří Vejdělek, ČR, 2010); *Život je krásný* (Roberto Begnini, IT, 1997)

10 Seznam příloh

Dotazník

V Praze dne 13. 12. 2013

Dobrý den paní Stojáková.

Níže najdete několik dotazů, týkajících se natáčení filmu International market korejské produkce v České republice. Jelikož se v praktické části práci chci zaměřit přímo na tento projekt a jeho přínosy pro rozvoj regionu/ propagace ČR jako filmové destinace/ pozitivní čisté přínosy pro veřejné rozpočty ČR atd., vyhledala jsem si právě Vás, protože věřím, že jste jako česká koproducentka s osobními zkušenostmi v této věci nejlépe informovaná.

Děkuji mnohokrát za Váš věnovaný čas a ochotu dotazy zodpovědět.

Bc. Radka Váchová

- 1. Kdo zprostředkoval první kontakt s korejským filmovým producentem? Byla to Czech Film Commission, společnost Axman Production, spol. s.r.o., filmová kancelář Film Ostrava!!! či se korejští producenti ozvali sami, že mají zájem natáčet v ČR?**
- 2. Hráloli rozhodnutí pro natáčení v ČR již úspěšná realizace korejského seriálu Lovers in Prague z roku 2005, který údajně zvýšil mnohonásobně návštěvnost korejských turistů v ČR s tím, že byla zavedena i přímá letecká linka Praha – Soul?**
- 3. Mimo pražské lokality natáčení probíhalo i v Ostravě. Natáčecích dnů bylo dohromady osm, čtyři v Praze a čtyři v Ostravě. Proběhla před volbou lokace v Ostravě tzv. location tour?**

- 3.1 *Pokud ano, kdo obhlídku realizoval, popř. kdo všechno se jí účastnil? Dopomohla tomuto kroku i nějakým způsobem ostravská filmová kancelář?*
- 3.2 *Které lokace kromě Prahy a Ostravy měli filmaři ještě na seznamu?*
4. *Jak dlouhý čas, kromě čistých natáčecích dní, zde korejští filmaři dohromady trávili?*
5. *Jaké jste měla konkrétní požadavky/ očekávání vůči filmové kanceláři Film Ostrava!!!? Vyšla Vám ve všem vstříc, byla ve všech ohledech dostatečně informovaná? (pozn. Např. zprostředkování kontaktů, povolení, spojení s úřady, dokumentace, napojení na ubytovací zařízení, dopravce, stavební práce, castingy na komparzisty, najmutí bezpečnostní agentury, napojení na Policii ČR, atd.)*
6. *Jaký měli korejští filmaři budget pro natáčení v ČR? Jaký podíl tvořil z celkového? (pokud máte tato data; stačí odhad)*
7. *Štáb prý tvořil 150 osob z filmového průmyslu, z toho 50 z nich přímo Jihokorejci. Zbytek štábu tvořili tedy Češi? Jaké hlavní pracovní pozice čeští filmaři zastávali?*
8. *Je pravda, že bylo při natáčení v Ostravě najato cca 200 českých komparzistů, zejména místních obyvatel?*
9. *Odhadem, kolik mohly činit celkové náklady korejských filmařů (jak v Praze, tak v Ostravě), resp. jak velký objem příjmů mohl region Ostravy generovat do veřejných rozpočtů? (jestli nemáte tato data k dispozici, budu vděčná za jakoukoli nákladovou položku korejského štábu).*

10. Kolik stál pronájem jednotlivých ostravských lokací pro jeden natáčecí den?

11. Zažádala si Jihokorejská produkce o poskytnutí podpory ve výši 20% uznatelných nákladů od Státního fondu kinematografie dle nového Zákona o audiovizi?

11.1 Pokud ano, získala ji?

11.2 Prošla kulturním testem?

11.3 Kolik činila?

11.4 Pomáhali jste vy jako koprodukční firma s podáváním žádosti?

11.5 Natáčení skončilo, byla tedy již vyplacena?

12. Bylo nějakým způsobem smluvně ošetřeno, že se například v titulcích filmu objeví Česká republika jakožto hostitelská filmová lokace, přestože jsme ve filmu hráli Německo?

12.1 Pokud ano, jak?

13. Byl domluven ještě jiný způsob propagace ČR jako filmové destinace pro budoucí produkce nejen z Koreje?

14. Nevíte, zda či jakým způsobem kooperuje Czech film commission s kanceláří CzechTourism v Soulu pro větší a efektivnější dialog s korejským filmovým průmyslem?

15. Bylo natáčení úspěšné? Jaký byl Váš osobní pocit, když jste se s filmaři loučila? Vráť se?