

2023-3-1-2 Distribuce filmu

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

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

Rada obecně vnímá tuto výzvu primárně jako podporu distribuce českých filmů do kin, kdy hodnotí jak předložený film, tak hlavně práci s ním a optimálně zvolenou a nápaditou distribuční strategií. U zahraničních filmů preferuje snímky, jejichž distribuční potenciál, ať už vzhledem k tématu, žánru nebo formě, je výrazně nižší, a distributor by ho tak bez podpory pravděpodobně nezařadil do své standardní nabídky. U těchto titulů Rada velmi pečlivě hodnotí distribuční strategii, neboť právě u těchto filmů je strategie uvedení pro úspěch v kinech naprosto zásadní.

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

S ohledem na situaci, v níž byla předčasně vyčerpána alokace průběžné výzvy určené na podporu distribuce, přistoupila Rada Státního fondu kinematografie ke změně Krátkodobé koncepce 2023 navýšením alokace této výzvy. Finanční prostředky byly za tímto účelem uvolněny ředitelkou SFKMG díky vráceným prostředkům z projektů.

5798/2023

Aerofilms s.r.o.

Distribuce filmu Velké nic

Silně vizuální dokumentární výpověď autorské dvojice Víta Klusáka a Mariky Pecháčkové zobrazuje observačním způsobem období v době covidu. Osobitý snímek bude uveden společností Aerofilms, která mimo kino práv drží i neexkluzivní VOD práva. Ta však v žádosti nejsou blíže upřesněna. Samotné kinodistribuci předcházela crowdfundingová kampaň na podporu dokončení výroby filmu, kde jednou z odměn pro přispěvatele byla exkluzivní předprojekce. Tu žadatel velmi chytře využil jako testovací projekci, z které dobře definoval cílovou skupinu a nastavil funkční marketingové parametry. Distributor cítí divácký potenciál a jeho záměrem je tedy oslovit co možná nejširší publikum. Cílí na návštěvnost 25 tis., což ale vzhledem k určité náročnosti titulu může být docela riskantní odhad. Zjevnou kvalitou projektu je ale distribuční strategie. Film plánuje uvést ve vybrané síti multiplexu, ale zaměřuje se především na jednosálová – arthouse kina a práci s delegací doplněnou debatou. Navíc týden po premiéře umožní kinům, která nejsou vybraná pro „tour s delegací“, zapojit se do celorepublikového streamu. Uvedení také doplní formátem mp4 a možností volby anglických titulků. Publicita i marketing jsou standardně zajištěny dlouhodobými partnery a navíc rozšířeny o robustní online propagaci, komunikaci na sociálních sítích a díky koproducentovi je zajištěna i televizní spotová kampaň. Poměrně vysoký rozpočet je optimalizován na očekávanou návštěvnost. Distributor žádá o pokrytí 39% nákladů (chybně vypočítáno a uvedeno 18%). Projekt je velmi dobře připraven, splňuje cíle výzvy a Rada se ho z toho důvodu rozhodla podpořit v plné požadované výši.

5802/2023

Cinemart a.s.

Myška a medvěd na cestách

Další z projektů distribuce dabovaného rodinného filmu, který tentokrát pochází z Francie a má výhodu v tom, že české publikum mělo možnost vidět předcházející film se stejnými hrdiny. Na obrazovkách ČT pak také běžel seriálová verze příběhů těchto nesourodých zvířecích přátel. Distribuční i marketingová strategie odpovídá cílení projektu, velmi vhodně využívá spolupráci s ČT, která film zakoupila do distribuce a je plánovaná na širší časový úsek, než pouze na poslední měsíce letošního školního roku. Nejvyššími položkami rozpočtu jsou náklady na zakoupení licence a na dabing. Distribuce tohoto filmu odpovídá cílům výzvy, je dobře připravená a realizuje ji zkušený tým. Rada se rozhodla projekt podpořit v plné požadované výši.

5803/2023

Aerofilms s.r.o.

Distribuce filmu Katedrála

Nezlomné lidské odhodlání, úsilí a víra proměnily jeden sen obyčejného muže ve skutečnost. Justa Gallega svépomocí postavil v malém španělském městečku katedrálu. Jeho pozoruhodnou životní práci sleduje v observačním a časosběrném dokumentárním snímku slovenský režisér Denis Dobrovody a do české distribuce vstoupí díky společnosti Aerofilms. Ta je vlastníkem všech práv. Dobře připravená žádost jasně definuje marketingovou i distribuční strategii a je detailně vypracovaná. Cílení na 5 tis. diváků je poměrně ambiciózní, přesto v je zamýšlené podobě projektu dosažitelné. Snímek bude promítán pouze v jednosálových kinech s důrazem na komunitní projekce a místa právě mimo kina, která mají dokumentu zajistit i delší životnost v distribuci. Předpremiéra se proběhla na festivalu Jeden svět. Žadatel velmi dbá na spolupráci s kinaři, dodává jim četné propagační materiály a právě tato synergie je pilířem uvedení. Marketing je veden kreativně a funkčně v podobě komunikace na sítích a propagace prostřednictvím stálých partnerů. Rozpočet odpovídá typu filmu a vytyčené návštěvnosti. Rada se rozhodla projekt podpořit v plné požadované výši.

5800/2023

Asociace českých filmových klubů z.s.

Distribuce filmu Titina, psí polárnice

Projekt distribuce rodinného animovaného filmu Titina, psí polárnice vychází ze zkušeností žadatele s podobnými tituly v předcházejících letech. Film vychází z reálné události, ale interpretuje ji pro dětské diváky. Dospělý doprovod pak bude dle žadatele potěšen historickými souvislostmi. Distribuční strategie je propracovaná, i když festivalová uvedení, jenž jsou důležitou součástí PR projektu, jsou časově až příliš daleko od distribučního releasu. Vzhledem k rozsahu aktivit a proma je rozpočet velmi úsporný. Největší část nákladů jde do Minimální garance a zároveň do dabingu. Prostředky na kampaň jako takovou jsou velmi omezené. Nicméně projekt naplňuje cíle výzvy, má potenciál zasáhnout cílovou skupinu v jednosálových kinech a může fungovat i v rámci školních projekcí. Žadatel má dostatečné zázemí (zejména v regionálních kinech). Rada se rozhodla projekt podpořit v plné požadované výši.

5797/2023

Mezipatra z.s.

Distribuce filmu Slušný občan

Další z řady filmů pod úspěšným labelem Queer kino, který vznikl jako součást aktivit pořadatele festivalu Mezipatra. Snímkem Slušný občan pokračuje žadatel v dobře postavené dramaturgické strategii, kdy uváděné tituly vedle klíčového tématu spojuje také různorodost filmových stylů, otevírání aktuálních společenských témat a důraz na tvůrce, kteří v mezinárodním kontextu úspěšně reprezentují národní kinematografie a kinematografii autorskou. Této komplexní dramaturgii pak odpovídají i poměrně nízké očekávané návštěvnosti filmů. I u filmu Slušný občan je marketingová a distribuční kampaň z ekonomického hlediska nastavena přiměřeně očekávaným výnosům. Žadatel zohledňuje příjmy z prodeje dalších práv apod. Rada však hodnotila předložené materiály jako nekonkrétní (i s ohledem na to, že jde o několikrátý projekt tohoto labelu) a vnímala distribuční a marketingovou strategii jako stagnující. Rada se rozhodla projekt podpořit s ohledem na kvalitu snímku i celého labelu, který stabilně rozvíjí nabídku českých kin o zajímavé tituly. Podpora však byla s ohledem na výše uvedené udělena ve snížené výši.