

2023-3-1-19 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.

6184/2023

AQS a.s.

Distribuce filmu Hranice

Nový film režisérky Agnieszky Holland sleduje fiktivní příběh, který však vychází ze skutečné události odehrávající se na polsko-běloruské hranici v roce 2021. Bezmála 2,5 hodiny trvající černobíle nasnímané drama mělo svou premiéru na Benátském filmovém festivalu a do české distribuce se dostane díky společnosti AQS. Přestože jde o poměrně náročný snímek, který je svou povahou spíše artový, distributor se rozhodl pro nasazení v téměř polovině dostupných multiplexů. Úspěšnost filmu staví na výsledcích z prvního víkendu, k čemuž mu mají domoct právě multi-kina. Přesto však chce největší počet diváků generovat z promítání v kinech jednosálových. Žádost uvádí také školní a seniorské projekce, které budou následovat se 4týdenním odstupem v režimu sníženého vstupného. Marketingové kampaně jsou popsány dobře a orientují se nejvíce na online a sociální sítě. Rada se rozhodla projekt podpořit i s ohledem na společenskou důležitost a kvality filmu v požadované výši.

6188/2023

Aerofilms s.r.o.

Distribuce filmu Fremont

Distribuce filmu Fremont amerického režiséra Babaka Jalaliho přichází po jeho úspěšném uvedení na letošním MFF v Karlových Varech, kde film získal Cenu za režii. Je to již druhý film tohoto režiséra, který vstupuje do české distribuce (prvním byli Radio Dreams v roce 2016), přičemž jeho naděje na úspěch jsou tentokrát výrazně vyšší. Částečně je to dáno tím, že film již má pozitivní reakce od diváků z festivalu a jeho ozvěn. Velkou roli ovšem hraje fakt, že distribuční a marketingová strategie projektu odpovídá naturelu filmu a je cílená na fanoušky režisérů, na jejichž estetiku Babak citlivě navazuje. Náklady na kampaň jsou vyšší než očekávané výnosy z distribuce, do nichž žadatel započítává i prodej TV licence nebo sublicenci na Slovensko, a celý projekt působí dojmem, že i když si je žadatel vědom limitů potenciálu filmu, neznamená to, že by jeho kampaň podcenil. Uvedení filmu do českého prostoru (kina, VOD, TV) je pozitivní i z toho důvodu, že je to film, který kromě festivalu v Sundance výrazně uspěl na největším českém mezinárodním festivalu. Projekt tak splňuje cíle výzvy a přinese do českých kin další film ze segmentu amerického nezávislého filmu, který je u nás zastoupen téměř výhradně díky aktivitám žadatele Aerofilms. Rada se z těchto důvodů rozhodla projekt podpořit v plně požadované výši.

6183/2023

AQS a.s.

Distribuce pásma Mlsné medvědí příběhy: Na pól!

Distribuce pásma dětských filmů Mlsné medvědí příběhy: Na pól! je již třetím distribučním projektem s hrdiny této animované série. Tentokrát je žadatelem společnost AQS. Pásma obsahuje nový krátký film Na pól! a 5 epizod z druhé série seriálu, které nebyly zařazeny do předchozích pásem. Cílovou skupinou je rodinné publikum s nejmenšími dětmi. Pásma má tentokrát přes 60 minut, což odpovídá časovým oknům v programech multiplexů, kam bude pásma také nasazeno. Největší počet diváků si však žadatel v distribuční strategii slibuje od jednosálkových kin. Marketingová kampaň je nastavena tak, aby se náklady na ni vrátily při poloviční návštěvnosti, než jakou žadatel celkově odhaduje. Opírá se o reklamu v dětských časopisech a v rádiích (mediální partner CNC). Největší část prostředků půjde do online reklamy a indoor reklamy v kinech a na školách (stojky, plakáty, bannery). Další větší část rozpočtu pak tvoří náklady na PR, programaci nebo na grafické práce. V rámci PR pak dojde také k vydání nové knihy a deskové hry, což je financováno nezávisle na rozpočtu distribuce, ale vydání je s distribucí filmu časově i obsahově propojené. Výrazným mediálním partnerem je pak Česká televize jako koproducent a vysílatel seriálu. Žadatel dobře navazuje na předchozí zkušenosti s distribucí "medvědí" pásem a přichází v momentě, kdy seriál a jeho hlavní protagonisté patří mezi etablované projekty. Rada považuje za důležité podpořit projekt pro tuto cílovou skupinu v konkurenci zahraničních dětských filmů. Rada se rozhodla překročit předpokládanou výši podpory určenou tomuto typu distribuce i s ohledem na komplexnost předloženého projektu a jeho finanční náročnost.

6131/2023

BONTONFILM a.s.

Úsvit

Film režiséra Matěje Chlupáčka a scenáristy Miro Šifry byl premiérově uveden v soutěži letošního KVIFF. Stylizované historické drama se vrací do doby budování první republiky a netypicky prolíná žánr historického dramatu s prvky thrilleru. Distribuční strategie cílí na multiplexy a především jednosálková kina a vychází z výsledků podobných náročnějších titulů. Marketingová strategie je postavená na outdooru a online reklamě. Mediálním partnerem projektu je Česká televize (také koproducent) a Český rozhlas. Další média bude na místo inzerce pokrývat PR (v osobě stálého PRisty společnosti Lukáše Vedrala). Celý projekt je velmi ambiciózní a je otázkou, zda připravené strategie odpovídají povaze filmu. Žadatel si velmi dobře uvědomuje úskalí, kterým bude čelit při pokusu o zásah nejširších cílových skupin (především témata, která film otevírá). Zároveň chce velmi dobře využít potenciál inovativnosti formální stránky filmu v kontextu současné česko-slovenské produkce. Je však otázkou, zda film může mít v kinech takové nasazení (potřebný počet kin a týdnů), aby se dostal k hranici návštěvnosti, kterou si žadatel vytkl. Film Úsvit je nicméně jedním z klíčových českých filmů pro letošní distribuční podzim a předložený projekt slibuje maximální vytěžení jeho potenciálu. Rada se rozhodla projekt podpořit, vyjádřila však pochybnost, zda je možné dosáhnout vytyčené návštěvnosti. Z toho důvodu udělila podporu na dolní hranici předpokládané výše projektu určené pro deklarovaný typ distribuce.

6191/2023

Artcam Films s.r.o.

Chléb a sůl

Distribuce debutu polského režiséra Damiana Kocura je dalším pokračováním dramaturgické linie žadatele, který jako jeden z mála v českém prostoru uvádí do kin evropské debuty. Film s cenou z festivalu v Benátkách se českému publiku představil již na dnech evropského filmu a na Letní filmové škole. Drama o návratu úspěšného mladého klavíristy do rodného malého města je v mnohém možné vnímat jako zrcadlo české situace a univerzální příběh o nemožnosti návratu ke svým kořenům. Distribuční i marketingová strategie je minimalistická. V již tak nízkém rozpočtu je započtena i minimální garance, takže náklady na reklamu jsou minimální. Jejich největší část směřuje do online reklamy a také do speciálních projekcí za účasti režiséra filmu. Rada se rozhodla projekt podpořit zejména s ohledem na vysokou kvalitu filmu, a to ve výši určené pro distribuci zahraničního filmu.

6083/2023

Cinemart a.s.

Citlivý člověk

V režii Tomáše Kleina vznikla adaptace Jáchyma Topola jako bytostně autorský arthouse film, oscilující až na hraně experimentu, složitý v naraci a nelítostný v percepci. Snímek má za sebou již několik festivalových uvedení a zatím se dočkal spíše rozporuplných reakcí. Pro Cinemart půjde o mimořádnou distribuční výzvu dostát očekávané návštěvnosti. Předložená velmi detailně a kvalitně zpracovaná žádost nasvědčuje ale tomu, že žadatel velmi dobře vnímá, s jakým typem filmu pracuje a jak nejlépe osloví svého diváka. Pilířem distribuční strategie je selektivní nasazení v kinech (jednosálová i vybrané multiplexy) a jejich přímá marketingová a promo podpora doplněná o festivalové účasti. S ohledem na velikost filmu jsou vynaložené marketingové náklady vysoké a ekonomická rozvaha projektu v tomto nastavení skončí ve ztrátě. Kampaň Rada vnímala jako nadsazenou s ohledem na charakter distribuovaného filmu. Rada se však rozhodla projekt podpořit i s ohledem na jeho originalitu v distribuční nabídce.

6075/2023

krutón, z.s.

Distribuce filmu Butterfly Vision

Ukrajinský film Pohled motýla vznikl v široké evropské koprodukcii, která zahrnovala i českou producentskou společnost Masterfilm. Film byl premiérově uvedený na festivalu v Cannes a zachycuje tragický příběhem vojačky, která se vrací ze zajetí na Donbase. Film vznikl ještě před ruskou invazí, ale na intenzitu jeho výpovědi a její vyznění to nemá zásadní vliv. Distributorem je spolek krutón, jehož tým stál například za distribucí filmu Gottland, pravidelně organizuje festival Elbedoc a provozuje pražské kino Kavalírka. Distribuční i marketingová kampaň je opřena spíše o téma filmu, než o jeho kvality, aktuálnost nebo českou stopu v realizačním týmu. I proto je většina plánovaných projekcí doplněna o diskusi s psycholožkou či dalšími experty z oblasti vojenství (nikoliv ve vztahu k tématům současného konfliktu na Ukrajině, ale k postavení žen v armádě obecně). Rada hodnotila film jako velmi kvalitní a rozhodla se projekt podpořit v plně požadované výši.