

**Akademie múzických umění v Praze  
Filmová a televizní fakulta**

Bakalářský studijní program  
Katedra produkce

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního  
filmu v období let 2020-2023**

**Matouš Macháček**

Vedoucí práce: Ing. MgA. Ondřej Zima

Přidělovaný akademický titul: BcA.

Praha, květen 2023

**The Academy of Performing Arts in Prague  
Film and TV School**

Bachelor's study program  
Production

**BACHELOR'S THESIS**

**External factors influencing the development of Czech feature  
movie during the 2020 - 2023 period**

**Matous Machacek**

Thesis supervisor: Ing. MgA. Ondrej Zima

Awarded academic title: BcA.

Prague, May 2023

## **P r o h l á š e n í**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci s názvem „Vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního filmu v období let 2020-2023“ vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím pouze uvedené literatury a pramenů a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s tím, aby práce byla zveřejněna v souladu se zákonem a vnitřními předpisy AMU.

Praha, dne 10. května 2023

.....

Matouš Macháček, podpis

## **Poděkování**

Děkuji Ing. MgA. Ondřejovi Zimovi, vedoucímu mé bakalářské práce, za jeho pomoc, odborné rady a podněty, které mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce.

Poděkování za konzultace patří Mgr. et MgA. Tereze Czesany Dvořákové, Ph.D. a Radkovi Hylmarovi, Ph.D.

Poděkování za vstřícnost patří osloveným producentům, kteří se zúčastnili mého průzkumného šetření.

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zaměřuje na vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního filmu určeného pro kinodistribuci v období let 2020–2023.

První kapitola v teoretické rovině nabízí komplexní představu o developmentu celovečerního filmu určeného pro kinodistribuci.

Druhá kapitola se věnuje specificky jednotlivým vnějším vlivům a faktorům, které v období let 2020-2023 vstupují do tohoto procesu. Pandemie COVID-19, válka na Ukrajině a s ní spojená energetická krize a inflace, podpora českého filmového průmyslu, Green Deal a zcela zásadní změna chování českého diváka – tyto faktory jsou zde obecně definovány, je vysvětlován jejich význam, vývoj v čase a princip fungování ve filmovém průmyslu, včetně jejich přímého vlivu na development celovečerního filmu.

Třetí závěrečná kapitola nabízí a prezentuje názor klíčových českých producentů, včetně jejich subjektivního pohledu na aktuální situaci týkající se vývoje filmového díla podpořeného jejich přímou zkušeností z developmentu v období posledních dvou let.

## **Klíčová slova**

film, development, pandemie COVID-19, Green Deal, inflace, energetická krize, pitching, distributor, financování, podpora české kinematografie

## **Abstract**

This bachelor's thesis focuses on external factors influencing the development of Czech feature movie during the 2020 - 2023 period. The first chapter offers on theoretical level a comprehensive idea of the development of a feature film intended for theatre distribution. The second chapter deals specifically with individual external factors that enter this process in the 2020-2023 period. COVID-19 pandemic, war in Ukraine, energy crisis and inflation, support of the Czech cinematography, Green Deal and fundamental change in the behavior of the Czech audience - these factors are generally defined in this chapter, along with their significance, development over time and the principle of functioning in film industry, including their direct influence on a development of the Czech feature film. The third and final chapter offers and presents the opinions of key Czech producers, including their subjective view on the current situation regarding the development of their own movies supported by their direct experiences in the last two years.

## **Key Words**

film, development, pandemic COVID-19, Green Deal, inflation, energetic crisis, pitching, distributor, financing, support of the Czech cinematography

# Obsah

Úvod.....	1
1 DEFINICE DEVELOPMENTU .....	2
1.1 Vymezení pojmu development celovečerního filmu .....	2
1.2 Proces developmentu celovečerního filmu .....	3
2 VNĚJŠÍ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ DEVELOPMENT ČESKÉHO CELOVEČERNÍHO FILMU V OBDOBÍ 2020-2023.....	12
2.1 COVID-19 .....	12
2.2 Válka na Ukrajině .....	14
2.2.1 Energetická krize ve filmové industrii.....	14
2.2.2 Inflace ve filmové industrii .....	15
2.3 Podpora české kinematografie.....	16
2.3.1 Finanční podpora Státního fondu kinematografie.....	18
2.3.2 Podpora měst či krajů.....	20
2.3.3 Podpora České televize .....	21
2.3.4 Podpora ze zahraničí.....	22
2.3.5 Podpora soukromého sektoru .....	23
2.4 Green Deal – zelené natáčení .....	26
2.5 Změna chování českého diváka.....	26
3 DEVELOPMENT FILMOVÉHO DÍLA V DNEŠNÍ DOBĚ – POHLED KLÍČOVÝCH ZÁSTUPCŮ PRODUCENTSKÉ FILMOVÉ INDUSTRIE V ČR .....	30
Závěr.....	37
Seznam použitých zdrojů .....	39

## Seznam příloh

- Příloha 1 – Seznam oslovených producentů
- Příloha 2 – Dotazník pro producenty
- Příloha 3 – Otázky pro producenty – podklad pro rozhovor

## Seznam použitého označování a zkratk

- APA – Asociace producentů v audiovizí
- AFV – Audiovizuální fond
- BZ – Bilanční zpráva
- COVID – 19 – Koronavirové onemocnění
- ČFK – Česká filmová komise
- ČSÚ – česká statistický úřad
- ČT– Česká televize
- EU – Evropská unie
- MK ČR – Ministerstvo kultury České republiky
- MPO ČR – Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky
- MZ ČR – Ministerstvo zdravotnictví České republiky
- SARS – CoV-2 – virus
- SFMKG (SFK) – Státní fond kinematografie
- SVOD – Subscription Video on Demand
- SWOT – Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats
- TZ – Tisková zpráva
- UFD – Unie filmových distributorů
- VOD – Video on Demand
- VZ – Výroční zpráva
- WHO – World Health Organization



# Úvod

Tématem mé bakalářské práce jsou **vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního filmu v období let 2020–2023**. Volba nebyla nahodilá. Jedná se o téma, které mě profesně velmi zajímá a zároveň se v dnešní době mezi producenty celovečerních filmů určených pro kinodistribuci skloňuje snad ve všech pádech.

Jedná se o poměrně širokou problematiku. Vnějšími faktory mám ve své práci na mysli především pandemii COVID-19, nově příchozí válku na Ukrajině a s ní spojenou energetickou krizi a inflaci, ale věnuji se zde i podpoře české kinematografie v období let 2020-2023, Green Dealu a zcela zásadní změně chování českého diváka.

Bakalářská práce je členěna do tří kapitol. Cílem první je v teoretické rovině za podpory odborných zdrojů, jejich rešerší a analýzy, nabídnout komplexní představu o developmentu celovečerního filmu.

Druhou kapitolu již věnuji specificky jednotlivým vnějším vlivům a faktorům, které dnes vstupují do tohoto procesu, a které nám vývoj filmového díla v různé míře ovlivňují. Cílem je tyto faktory nejdříve obecně definovat, vysvětlit jejich význam, vývoj v čase a princip fungování ve filmovém průmyslu. Následně se pak pokouším v této kapitole přiblížit, jak se tyto nové vnější vlivy propisují do developmentu českého filmového díla určeného ke kinodistribuci. Při volbě a pořadí těchto faktorů jsem vycházel z podnětů a názorů klíčových českých producentů, kteří mají aktuální zkušenosti z vývoje českého celovečerního filmu určeného pro kinodistribuci, včetně období let 2020–2023, a které jsem za tímto účelem koncem roku 2022 oslovil.

Cílem třetí kapitoly mé práce je, narozdíl od těch dvou předchozích opírajících se o publikované zdroje, nabídnout osobní názory a zkušenosti klíčových českých producentů z oblasti vývoje filmového díla podpořené jejich přímou zkušeností z developmentu v období posledních dvou let.

# 1 DEFINICE DEVELOPMENTU

Úvodní kapitola je věnována teoretickému vymezení pojmu development celovečerního filmu, a to včetně jeho pojetí, cílů a významu.

## 1.1 Vymezení pojmu development celovečerního filmu

Samotný termín **development** pochází z angličtiny a setkáváme se s ním v celé řadě disciplín. Developmentem celovečerního filmu míníme komplikovaný proces vývoje filmového díla od počáteční myšlenky až do momentu samotné realizace.

Český producent a pedagog Jaromír Kallista vymezuje pojem development jako vývoj projektu zahrnující literární přípravu, průzkum, marketingovou studii o uplatnění filmu a jeho možných výnosech a přípravu propagace i reklamní kampaně.<sup>1</sup>

Francouzský žurnalista Florian Paume definuje development jako jakousi fázi rozvíjení nápadů, který vyklíčí nejčastěji v mysli scénáristy nebo producenta. Nebo může pocházet z již existujícího díla. Nápad se v tomto období rozvíjí, tzn. píše se scénář a během toho procesu probíhají výměny mezi tvůrci a producenty. Ti mají za úkol sledovat, zda práce postupují dobře a správným směrem. Neshody jsou možné, protože vize projektu se u nich mohou lišit. V této fázi není ještě budoucnost filmu jistá. Projekt může být velmi dobře zastaven či přerušen z různých důvodů. Například z důvodů neschopnosti film zafinancovat nebo z důvodů hlubokých neshod mezi tvůrci a producenty.<sup>2</sup>

Italský filmový historik Antonio Costa považuje development za studii, ve které se připravuje natáčení filmu. Ta podle něj spočívá v položení základů pro zahájení pre-produkce, finalizace scénáře, předpovědi a stanovení produkčních výdajů.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> **KALLISTA, Jaromír. 2020.** Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2020

<sup>2</sup> **PAUME, Florian. 2015.** Étape 1: Le développement d'une idée, Les étapes de fabrication d' un film. *Retour vers le cinema*. [Online] 29. 04 2015. [Citace: 16. 08 2022.] <https://retourverslecinema.com/les-etapes-de-fabrication-dun-film/>. Vlastní překlad autora práce

<sup>3</sup> **COSTA, Antonio. 2021.** *Il Cinema Italiano*. Bologna : Il Mulino, 2021. str. 188. EAN 9788815291912 . Vlastní překlad autora práce

Ludovic Coutaud z New York Film Academy charakterizuje development jako vývojové období náležící producentovi projektu, který v případě potřeby začíná shromažďovat nápady na film – práva z knih, divadelních her atd. – až do dokončení finálního návrhu scénáře. Během této doby je provedena první synopse, která pomůže hlavnímu producentovi prodat nápad a získat finanční prostředky. Často jsou navrženy scénáře a další vizuální pomůcky, které doprovázejí scénář a pomáhají producentovi sdělit podstatu filmu.<sup>4</sup>

Definice pojmu development celovečerního filmu jsou velmi podobné i ve státech Latinské Ameriky (Mexiku, Brazílii, Argentině) i Asie, konkrétně myšleno Indii, Japonsku. Proto jsem se rozhodl se již neopakovat, a tyto definice zde neuvádět.

Po prostudování celé řady českých i zahraničních zdrojů lze konstatovat, že i pokud opustíme Evropský kontinent, kde má filmová industrie trochu odlišnou strukturu, a výrazně odlišné způsoby financování, na obecně platné definici developmentu filmového díla se to v podstatě výrazně neodráží. Proto bych se pokusil o jakési shrnutí výše citovaného. Existuje pět fází filmové produkce, kterými musí každý rodící se film projít – development, pre-produkce, produkce, post-produkce a distribuce. Zatímco některé činnosti jsou součástí celého procesu produkce, každá z výše uvedených fází má i své vlastní specifické úkoly. **Development je první fází tohoto poměrně širokého procesu a ve zkratce lze konstatovat, že zahrnuje rozpracování nápadu na příběh, napsání optimální verze scénáře, sestavení hlavních tvůrčích profesí, hlavního hereckého obsazení, vytvoření celé řady prezentací, vymyšlení finanční strategie projektu, tzn. vytvoření aproximativního rozpočtu a aproximativního finančního plánu a jeho zafinancování, nevyjímaje marketingu i reklamní kampaně. V závislosti na typu filmu může tato fáze trvat od několika měsíců až po několik let.**

## 1.2 Proces developmentu celovečerního filmu

Filmový development je třeba vnímat jako **proces přípravy**, která je nedílnou součástí každého projektu s cílem nastavit příběh do ideální podoby v oblasti scénáře, prezentace a financování. Důkladný vývoj je bezesporu cesta k zafinancování projektu, ale i předpoklad

---

<sup>4</sup> COUTAUD, Ludovic. 2019. Mastering the 7 Stages of Film production. NYFA, USA. [Online] 21. 06 2019. [Citace: 16. 08 2022.] <https://www.nyfa.edu/student-resources/7-stages-film-production/>. Vlastní překlad autora práce

k jeho následnému úspěchu. Development vyžaduje profesní předpoklady všech zúčastněných, zaujetí pro projekt, velké množství času, trpělivosti a samozřejmě dostatek finančních prostředků. Je to náročná profesionální aktivita, do které je zainteresována celá řada profesí, mezi kterými by měla panovat plná důvěra.<sup>5</sup>

Tým, který se podílí na developmentu, lze rozdělit na literární profese a umělecko-realizační. Celý projekt, jeho vývoj i následnou samotnou realizaci, zastřešuje **producent**. Producent je považován za hlavního vývojáře. Ovlivňuje scénář, dodržení žánru, vedení tématu a děje s ohledem na cílového diváka nebo potřeby teritorií budoucího prodeje a v neposlední řadě má na starost finanční stránku celého projektu. Rozhoduje o výběru distributora, o jeho budoucím prodeji nebo např. o vstupu koproducentů či reklamních a mediálních partnerů. **Scénárista – autor scénáře** pracuje na scénáři na základě zadání producenta. Pravou rukou autora scénáře by měl být **dramaturg**. Součástí týmu scénáristy mohou ale tvořit i tzv. **poradci** z různých oborů, například historici, policejní poradci, lékaři atd. Dalším členem týmu často bývá i **režisér**, pokud je v té době znám. Ten zde předkládá již svou představu realizace filmových scén.

Producent a jeho tým, dle svých kompetencí, spolupracují v období developmentu na **literární přípravě a vytvoření finanční strategie** - tzn. zjišťují „realizovatelnost“ projektu, získávají informace například o jeho časové, personální i finanční náročnosti a soustředí se na vytvoření finančního plánu a zafinancování projektu.

### **Literární příprava v rámci developmentu**

V rámci procesu developmentu, producent nejprve hledá látku, z které by následně mohlo vzniknout úspěšné audiovizuální dílo, v ideálním případě i finančně. S látkou za producentem často přichází scénárista, režisér, autor knižní předlohy a další, možností je celá řada. Inspirací může být divadelní hra, novela, krátký příběh, kniha, skutečný příběh, popová píseň nebo dokonce jiné audiovizuální dílo. Producent musí, nehledě na zdroj, získat na danou látku práva, aby následně mohl film realizovat a je třeba počítat s tím, že odkup práv může být poměrně nákladná procedura. V případě, že se obě strany dohodnou, dochází k uzavření písemné smlouvy. Na nabyvatele jsou částečně převedena autorská práva a poskytovatel podepsáním smlouvy získává buď paušální odměnu nebo procentuální zisk z distribuce (sledovanosti) nebo obojí. **Ze získané látky se následně začne tvořit literární dílo – scénář.**

---

<sup>5</sup> VLACH, J. 2006. Development z pohledu českého producenta celovečerních filmů. Praha : FAMU, Bakalářská práce, 2006. str. 26.

Jedná se o velmi náročný a zdlouhavý proces, při kterém vzniká celá řada verzí a berou se v potaz připomínky scénáristy, režiséra, dramaturga a samozřejmě producenta. Jejich počet se odráží v rozpočtu a plánu vývoje, ale může se měnit dle aktuální potřeby.

V období developmentu filmového díla však vzniká celá řada dalších filmových literární útvarů plnících různou funkci. V Antologii textu k úvodu, a pro porovnání, v Reading Screenplays <sup>6</sup>, se uvádí mezi nejdůležitějšími – námět, synopse, treatment a literární scénář.

**Námět** je v Antologii definován jako jedno až tři stránkový materiál poskytující informace o příběhu, době, kdy se odehrává, a co tím chceme vyjádřit. **Synopse** má poskytnout představu o podobě filmu a uvádí se zde rozsah kolem deseti stran.<sup>7</sup> V posledních letech se však i v Čechách doporučuje rozsah maximálně jedna až dvě normostrany. SFKMG ve svém Manuálu pro žadatele definuje synopsi jako – „stručné shrnutí příběhu filmu v rozsahu jedné normostrany. Má za úkol představit zápletku, hlavní postavy, svět, v němž se děj odehrává. Může obsahovat stručnou informaci i o žánru filmu anebo tzv. logline (tj. jedno až dvouvěté shrnutí chystaného filmu, toho, co je na něm nejvíce lákavé)<sup>8</sup>. **Treatment je** v tomtéž dokumentu definován jako – scénosled, „tedy stručné rozepsání děje filmu tak, jak má být prezentován chronologicky na plátně, scénu za scénou. Neobsahuje většinou dialogy, maximálně jen jejich občasnou ukázkou<sup>9</sup>. V Antologii je definován jako rozsáhlejší dokument o dvaceti až padesáti normostranách, obsahuje – „plný popis děje a rovněž v něm může být zahrnuta charakteristika postav, synopse, poznámky k tématu a tónu filmu. Hlavním cílem treatmentu je objasnit zájem autora. Charakteristické pro něj je již řazení textu do scén.“<sup>10</sup> I ten se u nás v posledních letech proměnil a zkrátil na dnešních tři až deset stran. A nakonec již výše zmiňovaný **literární scénář**, finální dokument obsahující nejen úplný děj, ale i charakteristiky postav a popisy prostředí. Musí být členěn na samostatné obrazy s očíslovanými scénami, včetně informací týkajících se místa a času.<sup>11</sup>

Producent by měl pamatovat i na fakt, že některé **literární útvary užívané v zahraničí** mají ale odlišnou podobu. A pokud producent plánuje projekt prezentovat v zahraničí, je třeba vycházet z praxe té které lokality (Evropa, USA, ...). Zásadní rozdíl je často nejen v samotné délce daného útvaru ale i obsahu či struktuře. Příkladem těchto útvarů může být

---

<sup>6</sup> SCHER, Lucy. 2011. *Reading Screenplays: How to Analyse and Evaluate Film Scripts*. [editor] ISBN: 9781842435106.: Oldcastle Books Ltd, 2011. str. s. 161. 978-1-84243-511-3.

<sup>7</sup> BREGANT, Michal, ČIHÁK, Martin a HEJTMANOVÁ, Jitka. 2006. *Antologie textů k úvodům*. 2. vydání revid. Praha : autor neznámý, 2006. str. 203.

<sup>8</sup> SFKMG. Manuál pro žadatele, str. 9, [Online] [Citace: 17. 04 2023.] [https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/KK/manual\\_zadatele\\_2021.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/KK/manual_zadatele_2021.pdf).

<sup>9</sup> Tamtéž

<sup>10</sup> BREGANT, Michal, ČIHÁK, Martin a HEJTMANOVÁ, Jitka. 2006. *Antologie textů k úvodům*, str.21

<sup>11</sup> Tamtéž

například **premise**, často v zahraničí využívaná, velmi krátký literární útvar, tzv. výchozí bod a odůvodnění samotné existence příběhu. Není neobvyklé její zakončení třemi tečkami. **Upoutávka** nebo chceme-li logline, step line, pitch line je shrnutí příběhu do jedné maximálně dvou vět. Definuje, o čem příběh je a jeho základní koncept. Plní funkci významného marketingového nástroje. **Synopse** je pak útvar, který obsahuje stručné shrnutí děje a neobsahuje dialogy. Měl by být v délce maximálně jedné strany. V zahraničí jsou dlouhé synopse většinou odmítány. **Treatment** následně vychází se synopse a přehledu scén. Pracovat se na něm začíná, až když existuje závazek ke vzniku filmu. Je to útvar snažící se podchytit příběh komplexně, ale přitom se nedoporučuje příliš zacházet do detailů. V americkém modelu treatment obsahuje dialogy. V Evropě se dialogy v treatmentu nevyskytují. Doporučovaný rozsah treatmentu je 10-20 stránek.<sup>12</sup>

Tyto výše zmíněné literární útvary jsou v praxi obvyklé, jejich rozsah však není pevně daný a může se měnit dle lokálních zvyklostí. Význam těchto dokumentů či krátkých literárních útvarů je však klíčový. Lze je také rozdělit na dokumenty **interní** a **externí**.

**Dokumenty externí** jsou výše zmíněné dokumenty vytvářené s cílem jejich následné prezentace například obchodním partnerům, investorům, sales agentům či mediím. Prezentační balíček ale může obsahovat i další, například filmografii producenta a profil společnosti, jména autorů, herců a jejich filmografii, režijní explikaci, technickou specifikaci, harmonogram výroby, finanční plán atd. **Často uváděným pravidlem je, že krátké dokumenty film prodávají, ty delší o něm informují.**

V Evropě je celá řada různých seminářů, kde producenti konzultují scénáře a tvorbu výše zmíněných krátkých literárních útvarů. Doporučuje se tato činnost zmínit i v prezentačních materiálech. Fondy mnohdy přihlíží k těmto aktivitám producentů a preferují projekty, které se podobných workshopů zúčastnily.

**Interní dokumenty** jsou naopak určeny pouze pro interní potřeby kreativního týmu a nezveřejňují se. Jsou to například dokumenty dramaturga, scénáristy, režiséra či producenta. *„Používají se především pro zjištění struktury díla. Vytvoření např. step outline pomáhá najít skuliny v místech, kde děj a scény neodpovídají představám týmu. Jedná se např. o zbytečné scény, které nesunou příběh dál, ani neudávají charakter postavám. Ukazují přílišné délky jednotlivých úseků (expozice, kolize, krize, peripetie, katarze) nebo pomáhají odhalit na první pohled neviditelné, ale klíčové jednání, které dotváří charaktery postav.“<sup>13</sup>*

---

<sup>12</sup> VLACH, Jiří. 2021. Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2021

<sup>13</sup> VLACH, J. 2006. Development z pohledu českého producenta celovečerních filmů. Praha : FAMU, Bakalářská práce, 2006. str. 9.

## Nastavení finanční strategie v rámci developmentu

Již v rámci developmentu literární látky musí producent provést rozvahu o realizovatelnosti projektu a o jeho možné finanční návratnosti. Provádí se v malém týmu sestaveném producentem s cílem najít vhodné profesionály s ohledem na literární látku, na jejich vzájemný profesionální respekt, vzájemnou lidskou akceptaci. Tým v čele s producentem sestavuje aproximativní rozpočet, na kterém se pak ideálně staví finanční plán celého budoucího filmu. „Ať už jsou cíle producenta umělecké nebo komerční, jeho snahou je dostat film co možná k největšímu počtu diváků a tím maximalizovat své výnosy. Jen to mu zajistí možnost dál pokračovat v producentských aktivitách.“<sup>14</sup> U některých projektů to lze provést i obráceně. První je stanovení finančních možností, a až poté následuje vytvoření rozpočtu, podle kterého se upravuje scénář, tvůrčí a herecké obsazení apod. Tento mechanismus se dá ale aplikovat pouze v případě komerčních titulů, kde není kladen takový důraz na kvalitu ale spíše na komerční úspěšnost.

Producent by měl být schopen orientovat se na našem trhu a mít povědomí o jeho fungování, divácké návštěvnosti kin nebo žánrové preferenci. Měl by být také schopen aktivně využívat metodu SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats), metodu umožňující identifikovat silné a slabé stránky jeho filmu, příležitosti či případné hrozby. Následně pak může ovlivňovat scénář například změnou v nastavení rozpočtu, vstupem koproducentů nebo například směřováním děje podle požadavků či potřeb teritorií budoucího prodeje.<sup>15</sup>

Jak již jsem zmínil výše, v rámci developmentu projektu se producenti mohou účastnit řady evropských **trainingových nebo networkingových programů** podpořených např. programem Kreativní Evropa podprogramem MEDIA. Producenti tak mají další možnost vyvíjet svůj projekt pod dohledem zkušených profesionálů z různých oblastí audiovizuálního průmyslu a podchytit tak případné chyby. Networking je považován za zcela zásadní pro budoucí vyjednávací postavení producenta, navazování případné další spolupráce a kontaktů na evropském trhu. Zvyšuje tak také možnosti spolupráce s koproducenty, sales agenty a festivaly.<sup>16</sup>

Filmoví producenti mohou kromě podpory v oblasti workshopu získat i **finanční podporu pro development** svého projektu. Například grantový program Evropské komise prostřednictvím

---

<sup>14</sup> **SEDLÁČKOVÁ, D. 2012.** *Marketingové strategie v období developmentu filmového projektu*. Katedra produkce, FAMU. Praha : AMU, 2012. str. 4, Bakalářská práce.

<sup>15</sup> Tamtéž

<sup>16</sup> **MEDIA. 2023.** *Kreativní Evropa*. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.]

grantů KE MEDIA ve své TZ z října 2022 uvádí, že „v roce 2021 filmovým producentům udělila podporu na development 20 projektů, a to ve výši 943 625 eur“.<sup>17</sup>

Development i následná realizace celého projektu je finančně velmi nákladná záležitost a je třeba si uvědomit, že naše republika je poměrně malým trhem. Producent má ale několik eventualit, jak zafinancovat svůj projekt, a to nejen jeho development, ale i následnou realizaci. Mimo vlastní zdroje, má několik možností finanční podpory. Mezi nejvýznamnější řadíme Státní fond kinematografie, grantový program Evropské komise prostřednictvím grantů KE MEDIA, co-development České televize nebo může producent žádat o spolupráci na developmentu komerční televize. Ta následně může vyústit v budoucí koprodukcí či předprodej budoucích práv.

*„Stále častěji se však čeští producenti obracejí i na zahraniční trh s cílem zajistit si další možnosti pro financování svého projektu. Pokud se producentovi podaří získat peníze z nějakého nadnárodního fondu, tak se automaticky dostává do struktur, ve kterých se může seznámit s klíčovými osobami z mezinárodního filmového průmyslu. Tito lidé pak mohou částečně ovlivnit možnost prezentace filmu na festivalech. Samozřejmě ne každý příběh má potenciál oslovit mezinárodní publikum. Ale právě období developmentu by mělo být neustálým hledáním správného pohledu na danou tematiku nebo scénář. A umění tento správný pohled prodat, je už věcí správně nastaveného marketingu.“<sup>18</sup>*

Cílem vývoje je vyvinout způsobilý projekt, a to po stránce **literární** i **finanční**. Kromě literárních aktivit v tomto období jsou stejně důležité aktivity související s vytvořením finančního plánu celého projektu. Producent tak získává informace o **realizovatelnosti projektu**, o jeho časové, personální i finanční náročnosti a v neposlední řadě tyto informace slouží jako podklady pro tvorbu žádostí o finanční podporu, prezentačních materiálů či přihlášek do trainingových kurzů.

Pro vytvoření finančního plánu je třeba vytvořit aproximativní **harmonogram výroby a aproximativní natáčecí plán**, na jehož základě se následně vytváří **aproximativní rozpočet**. Ten se musí skládat z nákladů na development a výrobu. Dále je potřeba sestavit **hlavní tvůrčí profese**, tzn. režiséra, kameramana, architekta a hlavní **herecké obsazení** filmového díla. Ti všichni jsou v lokálním teritoriu velmi důležití, protože ovlivňují po všech směrech atraktivitu výsledného filmového díla, ale mají i značný vliv na rozpočet a harmonogram výroby. V období

---

<sup>17</sup> **MEDIA. 2022.** REPORT 2021. *REPORT 2021*. [Online] 2022. [Citace: 15. 04 2023.] [https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021\\_final.pdf](https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021_final.pdf).

<sup>18</sup> **SEDLÁČKOVÁ, D. 2012.** *Marketingové strategie v období developmentu filmového projektu*. Katedra produkce, FAMU. Praha : AMU, 2012. str. 5, Bakalářská práce.



developmentu filmového projektu se producent také musí ujistit o existenci a **dostupnosti** vhodných prostředí, která vycházejí ze scénáře, zázemí pro natáčení, ateliérů, technických prostředků atd.<sup>19</sup> Završením tohoto procesu je pak vytvoření již tolik zmiňovaného **finančního plánu**. V něm producent sumarizuje informace o financování vyvíjeného projektu, tzn. partnerech, koproducentech, případně fondech. O tom, komu byl projekt prezentován nebo kdo bude teprve osloven, jaké částky jsou přislíbeny. Součástí finančního plánu by měla být i finanční návratnost projektu. Cíl producenta je najít a zasmlouvat co nejvyšší míru zafinancování filmového díla ještě před jeho samotným natáčením.

Pro komerčně úspěšné filmy prezentované investorům v lokálním měřítku platí nepsané pravidlo, být finančně atraktivní ve všech směrech. Bavíme se tu o **aproximativním rozpočtu**, **prvotním** harmonogramu realizace, štábovém i hereckém obsazení a jménu režiséra. Marta Švecová přichází s názorem, že sledovanost se vždycky dá odhadnout podle toho, kdo v daném audiovizuální díle hraje, a kdo to dané audiovizuální dílo dal dohromady po umělecké stránce. Ve finále je to většinou obličej herce, koho si divák po promítání zapamatuje. Ne jméno producenta.<sup>20</sup>

## Pitching

Například John Durie definuje pitch jako prezentaci myšlenky filmu, jejímž autorem bývá nejčastěji scénárista, režisér nebo producent. Cílem pitchingu je zaujmout a oslovit případné investory. Prezentován bývá nejčastěji osobně.<sup>21</sup>

Ve chvíli, kdy je projekt způsobilý k prezentaci odborné veřejnosti, začíná období, ve kterém se producent pokouší získat peníze na development filmu, realizaci a eventuelně distribuci filmového díla. Pitching je proces, ve kterém producent prezentuje svůj projekt potencionálním koproducentům projektu, finančním partnerům tzn. (fondy, sponzoři, investoři a jiní finanční partneři), sales agentům či distributorům. Nejčastěji tomu tak je na koprodukčních a pitchingových fórech, která bývají součástí filmových přehlídek či festivalů, dále u domácích distributorů obsahu (to může být i VOYO či lokální Netflix), státních a regionálních filmových fondů, televizí, investorů a sponzorů. V českých podmínkách bývá realizace filmu většinou závislá na podpoře z vícero stran či zdrojů a producent při této fázi developmentu přistupuje k pitchingu opakovaně.

---

<sup>19</sup> **KALLISTA, Jaromír. 2020.** Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2020

<sup>20</sup> **ŠVECOVÁ, Marta. 2022.** Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2022.

<sup>21</sup> **DURIE, J., PHAM, A. a WATSON, N. 2000.** *Marketing and selling your film around the world: a guide for independent filmmakers*. Beverly Hills : Silman-James Press, 2000. str. 260. Sv. I. vydání, str. 27 - 34.

Pitching má jasně danou podobu a strukturu, kterou je třeba dodržovat. Pitch musí být krátký, dobře připravený. Prezentující by měl mít nejen znalosti vztahující se k projektu samotnému, tak aby byl schopen detailně odpovědět na případné doplňující dotazy, ale měl by mít i prezentační a jazykové dovednosti.

## **Sales agent**

Pokud chce producent vstoupit na mezinárodní trh, „měl by využít služeb a schopností sales agenta. Ten se specializuje na konkrétní teritoria, má lepší přehled o zvyklostech pro danou oblast a stává se producentovi partnerem při vyjednávání s distributory. Jeho úkolem je prezentovat film na mezinárodním trhu, vytvořit obchodní strategii a určit správný čas, kdy je nejlepší s filmem na daný trh vůbec vstoupit.“<sup>22</sup>

## **Hledání potenciálních distributorů filmového díla v rámci developmentu**

Do producentské přípravy filmového díla v rámci developmentu je nutné zahrnout i hledání potenciálního distributora. S distributorem producent vede diskusi o scénáři, hereckém obsazení, vhodných termínech uvedení do kinodistribuce, případně i o tzv. minimální garanci. Ta je pak producentem využita k financování výroby filmu. Distributor v rámci těchto jednání producentovi předkládá představu o distribučních nákladech. Výsledkem je podpis distribuční smlouvy, obsahující distribuční i marketingové náklady, termíny schvalování jednotlivých verzí filmu za strany distributora, termíny premiér a dalších navazujících distribučních platforem, případné termíny vyplacení MG, procenta za distribuci společně s termíny předkládání vyúčtování příjmů z distribuce.

Kromě hledání distributora producent obvykle souběžně jedná i s televizními vysílateli o předprodeji televizních i dalších sekundárních práv (VOD, SVOD apod.). Pokud producent najde televizi, která má zájem o jeho film, pak společně uzavrou smlouvu o předprodeji televizních práv, která specifikuje schvalování filmu, způsoby a termíny televizních licencí a odměnu za licence.

---

<sup>22</sup> **SEDLÁČKOVÁ, D. 2012.** *Marketingové strategie v období developmentu filmového projektu*. Katedra produkce, FAMU. Praha : AMU, 2012. str. 21, Bakalářská práce.

Kapitolu bych uzavřel slovy Jiřího Vlacha – „*development začíná námětem, který dává podnět producentovi k vývoji filmu. Konec je pak u definitivní verze scénáře a nastavení financování filmu.*“<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> VLACH, Jiří. 2021. Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2021.

## 2 VNĚJŠÍ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ DEVELOPMENT ČESKÉHO CELOVEČERNÍHO FILMU V OBDOBÍ 2020- 2023

Do procesu developmentu často vstupují rozličné **vnější faktory**, které nám vývoj filmového díla v různé míře ovlivňují nebo přímo komplikují. V současné době české filmové producenty nejvíce trápí následky pandemie, nově přichozí válka na Ukrajině a s ní spojená energetická krize a inflace, současná situace v oblasti podpory české kinematografie, Green Deal pro Evropu a zásadní změna chování českého diváka, která je důsledkem zmíněných faktorů.

### 2.1 COVID-19

*„Koronavirové onemocnění (covid-19) je velice nakažlivé onemocnění způsobené virem SARS – CoV-2. U většiny osob, které touto nemocí onemocní se projeví mírné až středně závažné příznaky a zotaví se bez zvláštní léčby. Někteří lidé však vyžadují lékařskou pomoc a u některých bohužel skončí až smrtí. Virus je velice nakažlivý. Může se přenášet kašlem, kýcháním, zpíváním ale také obyčejným mluvením nebo dýcháním, nebo dokonce dotekem kontaminovaného předmětu a přenesení na sebe.“<sup>24</sup>*

Celosvětová pandemie Covid-19 se propsala do fungování celého světa. Poslední dva roky byly pro kulturu, ale i ostatní odvětví, naprosto odlišné. Ředitelka Státního fondu kinematografie Helena Bezděk Fraňková uvádí, že počátkem roku 2020 se audiovize zastavila ze sedmdesáti pěti procent, a že pandemie SARS-COV 2 se dotkla oblasti vývoje, realizace i propagace kinematografie doma i ve světě zcela zásadně.<sup>25</sup>

Developmentová fóra, prezentace nových filmových projektů, pitchingy se přesunuly do online režimu. To samozřejmě znamenalo změnu stylu prezentací, změnu komunikace, plánování, ale i žánrové změny projektů, protože v době omezeného shromažďování se, v době neustálého testování, průběžného dezinfikování lokací, cateringů, aut, karavanů atd., producenty docházelo k vývoji látek, které nejsou tak výpravně a organizačně náročné.

---

<sup>24</sup> WHO. 2021. Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted? *World Health Organization*. [Online] 23. 12 2021. [Citace: 30. 08 2022.] <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>.

<sup>25</sup> FRAŇKOVÁ, Helena Bezděk. 2021. Hodnotící zpráva Státního fondu kinematografie za rok 2020. *Státní fond kinematografie*. [Online] 19. 02 2021. [Citace: 30. 08 2022.] [https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty\\_file/hodnotici-zprava-za-rok-2020-3-files-merged-1092.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty_file/hodnotici-zprava-za-rok-2020-3-files-merged-1092.pdf).

Problematiku týkající se omezené výroby audiovizuálního díla popsal advokát Leška na stránkách APA v Newsletter #2. Dočteme se zde, „proč se teoreticky točit mohlo, ale prakticky nikoli. *Opatření vlády sice nezakazovala průmyslovou výrobu, natáčení ani podnikání, ale fakticky se producenti potýkali s problémy jako rušení lokací, nebo neochotou či neúčastí štábu na výkonu práce.*“<sup>26</sup> Největší problém nastal s povinností nošení roušek kdekoli mimo bydliště. Tato povinnost se po určitou dobu vztahovala i na samotné herce, což znemožňovalo samotné natáčení.

Pandemii a výlohy spojené s bojem proti ní máme, doufejme, za sebou, nicméně nelze si nevšimnout, jak podstatně se díky tomuto relativně dlouhému období změnilo **chování českého diváka**.

Petr Szczepanik a spol. ve výzkumné zprávě Dopad epidemie COVID 19 uvádí – „*pandemi přinesla dramatický nárůst zájmu o placené VOD služby, doprovázený uzávěrami kin, což producenty logicky vedlo k přehodnocování jejich strategií a obchodních modelů. Dotazníkové šetření provedené SFK na skupině všech žadatelů o podporu v rámci speciální covidové výzvy (2021-6-1-9) na počátku roku 2021 ukázalo, že producenti plánují v reakci na covidovou pandemii inovace primárně v oblastech, které se týkají pronikání do nových distribučních portálů a regionů a s tím související marketing, ať už cílicí na nové obchodní partnery, nebo na budování publika mimo kina a na přesněji definované cílové skupiny, než tomu bylo dosud. Producenti chtějí rozšiřovat své portfolio, tradičně soustředěné na celovečerní film pro domácí kinodistribuci, o nové typy produktů, mezi nimiž **převažují televizní a internetové seriály, respektive filmy a seriály pro VOD služby.***“<sup>27</sup>

„*Převážně malé producentské firmy tedy primárně nehledají nové zdroje financování, nové tvůrčí koncepce nebo síly, ale spíše způsoby, jak si zachovat udržitelnost a konkurenceschopnost v novém průmyslovém ekosystému, který je ve stále větší míře ovlivňován nadnárodními streamovacími službami.*“<sup>28</sup>

Výstupy z diskusí o stavu audiovizuálního průmyslu a rozhovory s respondenty nicméně ukazují, že mezi deklarovanými plány na inovace a reálnou praxí je poměrně značný rozdíl. Obraty firem působících v tradičních třech segmentech audiovizuální produkce (zahraniční zakázky, reklama a produkce českých filmů a seriálů) neklesly tak, jak se producenti na

---

<sup>26</sup> LEŠKA, Rudolf. 2020. APA-newsletter-2. *Audiovizuální průmysl - COVID 19 - Důležité pokyny pro producenty*, APA NEWSLETTER #2. [Online] 24. 03 2020. [Citace: 30. 08 2022.] <https://asociaceproducentu.cz/novinka/apa-newsletter-2>.

<sup>27</sup> SZCZEPANIK, Petr, a další. 2021. *Dopad epidemie nemoci COVID-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu*. [Online] 12. 2021. [Citace: 15. 04 2023.] [https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady\\_covid.pdf](https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady_covid.pdf). MUNI,UP v Olomouci, VŠFS, 2021.

<sup>28</sup> Tamtéž

počátku pandemie obávali, a to především díky zachování kontinuity produkce a pokračujícímu zájmu nadnárodních VOD služeb o natáčení v ČR.<sup>29</sup> Podle APA, „produkce českého filmu mezi lety 2019 a 2020, poklesla „jen“ o 322 milionů Kč, což je méně, než producenti očekávali.“<sup>30</sup>

## 2.2 Válka na Ukrajině

Válka na Ukrajině sama o sobě nijak neovlivnila českou filmovou industrii, nicméně ruská invaze způsobila energetickou krizi a následnou inflaci, což jsou oblasti, které mají na českou filmovou tvorbu obrovský vliv. To potvrzuje i článek na stránkách Evropské rady a Rady Evropské unie, který uvádí – „od druhé poloviny roku 2021 dochází v EU i ve světě k prudkému nárůstu cen energií, a to v důsledku nevyprovokované a neodůvodněné agrese Ruska vůči Ukrajině. Tím vzrostly nejen ceny paliva, ale i obavy týkající dodávek energií v EU. Situaci zhoršilo i pozastavení dodávek plynu z Ruska do několika členských států EU.“<sup>31</sup>

V této nestabilní době, kdy se dá další vývoj situace jen těžko předvídat, je development filmu opravdu obtížnou disciplínou.

### 2.2.1 Energetická krize ve filmové industrii

Válka na Ukrajině nás přivedla do období energetické krize, která znamená zvýšení cen **pohonných hmot, plynu i elektřiny.**

V srpnu 2022 idnes.cz uvádí – „Ceny paliv letos prudce vzrostly na přelomu února a března po začátku ruské invaze na Ukrajině. Ještě 23. února stál litr benzínu průměrně zhruba 37,40 koruny a nafty asi 36,40 Kč. Během dvou týdnů po začátku ruského vpádu ale cena benzínu vyskočila skoro na 47,30 Kč/l a cena nafty téměř na 49,60 Kč/l.“<sup>32</sup> Cena **pohonných hmot** je výraznou položkou rozpočtu. Producentům, kteří jsou již ve fázi realizace, tak náhle vznikají

<sup>29</sup> SZCZEPANIK, Petr, a další. 2021. *Dopad epidemie nemoci COVID-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu.* [Online] 12. 2021. [Citace: 15. 04 2023.] [https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady\\_covid.pdf](https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady_covid.pdf). MUNI,UP v Olomouci, VŠFS, 2021.

<sup>30</sup> APA Bilanční zpráva 2019 / 2020 // Český AV průmysl: Po rekordním roce 2019 přišel propad. - 2021.

<sup>31</sup> EU.2022. Ceny energií a bezpečnost dodávek [Online]. - 21. 12 2022. - 19. 08 2022. - <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/energy-prices-and-security-of-supply/>.

<sup>32</sup> IDNES. 2022. idnes.cz. Čerpací stanice reagují na pokles cen ropy. Paliva zlevnila až o korunu. [Online] 04. 08 2022. [Citace: 30. 08 2022.] [https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/benzin-nafta-pohonne-hmoty-tankovani-ropa-barel-brent.A220804\\_084526\\_ekonomika\\_vebe](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/benzin-nafta-pohonne-hmoty-tankovani-ropa-barel-brent.A220804_084526_ekonomika_vebe).

výrazně vyšší náklady, než s jakými bylo ve vývoji počítáno. Pokud je producent teprve ve fázi developmentu, tzn. období příprav rozpočtu a finančních podkladů, nejasný vývoj cen mu tuto situaci také velmi komplikuje.

„Vyšší ceny **plynu a uhlí**, v kombinaci s rostoucími cenami emisních povolenek a tlakem na dekarbonizaci, vedou do rekordních výšin i ceny **elektřiny**“.<sup>33</sup> To se logicky promítá například do nájmu filmových ateliérů, ale i režie produkčních společností. Vláda na tuto aktuální problematiku zareagovala zastropováním cen energií, což by mělo producentům pomoci – „Zastropování cen bude platit po celý rok 2023, s tím, že nařízení nám umožní toto období případně prodloužit. Zastropování cen se bude týkat také všech malých a středních podniků do 250 zaměstnanců a obratem do přibližně 1,25 miliardy korun.“<sup>34</sup>

## 2.2.2 Inflace ve filmové industrii

Inflaci můžeme obecně definovat jako snížení kupní síly peněz. Důsledky inflace na ekonomiku jsou různé. Mezi negativní dopady jistě považujeme snížení reálné hodnoty peněz a nejistota ohledně budoucího vývoje cen.

Při inflaci nezdražují jen lístky do kina, nýbrž i vše ostatní. Stoupající ceny pohonných hmot a energií se řetězově promítají do **spotřebitelských cen i cen za služby**. Inflace v České republice v prvním pololetí 2022 dosáhla výše 17,5 %. Podle Českého statistického úřadu se **mzdy** v průměru za poslední půl rok zvýšily minimálně o 7,2 %. Spotřebitelské ceny se zvýšily za uvedené období o 11,2 %, reálně tak mzda klesla o 3,6 %.<sup>35</sup> To vše logicky velmi negativně zasáhlo i audiovizuální průmysl. Většina producentů uvádí, že byli nuceni zvýšit mzdy u všech profesí v rozmezí mezi 7 až 15 %. **Producentům se však zvyšují náklady ve všech oblastech**, nejen těch mzdových. Vše stojí více než před inflací a producent již ve fázi developmentu musí hledat mnohem více finančních prostředků než v předchozích letech.

Dnes však v rámci covidového útlumu musí producent počítat nejen s **vyššími náklady**, ale i **menšími zisky** nebo bohužel v některých případech i ztrátou.

---

<sup>33</sup> **KINKOR, O. 2021.** FORBES. *Energetická krize v otázkách a odpovědích. Co znamená pro český byznys?* [Online] 18. 10 2021. [Citace: 01. 09 2022.] <https://forbes.cz/energeticka-krize-v-otazkach-a-odpovedich-co-znamená-pro-cesky-byznys/>.

<sup>34</sup> **MPO. 2022.** Vláda schválila zastropování cen energií. Pomůže jak domácnostem, tak firmám. *Ministerstvo průmyslu a obchodu.* [Online] 05. 10 2022. [Citace: 15. 01 2023.] <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/vlada-schvalila-zastropovani-cen-energi-pomuze-jak-domacnostem--tak-firmam--270228/>

<sup>35</sup> **ČSÚ. 2023.** *Indexy spotřebitelských cen - inflace - leden 2023.* [Online] 2023. [Citace: 15. 01 2023.] <https://www.czso.cz/csu/czso/cr/i/indexy-spotrebitelskych-cen-inflace-leden-2023>.

V důsledku tak vysoké inflace, která postihla naši republiku, dochází i k velmi čitelné **redukci marketingových a PR nákladů** u společností či firem, které mohly producentům pomoci ve financování jejich projektů. Nepřímé marketingové náklady, mezi které podpora filmové produkce patří, jsou logicky jedním z prvních nákladů, které firmy obětují v době nadcházející krize.

Nejasný vývoj ekonomiky a těžko předvídatelná doba významně komplikuje producentům v developmentu jakékoli finanční plánování.

Filmová výroba je financována projektově a k sestavení finančního plánu a rozpočtu producent potřebuje realisticky odhadnout potencionální náklady, zdroje financování i výnosy. Na míru nákladů má samozřejmě vliv žánr, použité technologie, počet natáčecích dní, lokace i dekorace, výše honorářů, marketing a další. Producent pracuje i s předpokladem diváckého potenciálu, díky němuž může odhadnout i potencionální výnosy. Dnešní doba je však natolik dynamická a nepředvídatelná, že vypracovat v období developmentu realizovatelné finanční plány, které vznikají s velkým časovým předstihem, je velmi náročné a výrazně negativně se to dotýká developmentu filmového díla, ale v mnoha případech i jeho následné podoby.<sup>36</sup>

Velmi náročné je nejen plánovat, ale i získat zdroje na financování filmového díla. Většina českých celovečerních filmů určených pro kinodistribuci je financována kombinací různých zdrojů a z různých sektorů. Tyto zdroje se většinou producent pokouší získat příslib právě v období developmentu.

## 2.3 Podpora české kinematografie

Jak jsem již uvedl výše, film má, na rozdíl od jiných uměleckých oborů, složitější postavení, protože jeho development, produkce, distribuce a uvádění je finančně velmi náročné. „*Zatímco produkce ve velkých zemích s rozvinutou filmovou infrastrukturou je financovaná převážně ze soukromých zdrojů a v případě úspěchu na trhu se dá očekávat několikanásobná návratnost z prodaných vstupenek, v menších zemích je financování výroby filmů odkázané pro svou finanční náročnost zejména na podporu z veřejných zdrojů (Towse, 2010). To je také případ*

---

<sup>36</sup> LETOCHOVÁ, Michaela. 2017. Systém podpory Státního fondu kinematografie na výrobu českých celovečerních hraných filmů. *Diplomová práce*. Brno : Masarykova Univerzita, 2017



české filmové produkce, jejíž objem je do jisté míry závislý na velikosti finanční podpory, kterou každoročně uděluje Státní fond kinematografie (Staníková, 2015).<sup>37</sup>

Většina českých celovečerních filmů určených pro kinodistribuci potřebuje k zafinancování **kombinaci různých zdrojů z různých sektorů**, kterým se detailněji věnují podkapitoly 2.3.1 až 2.3.5.

Filmovou tvorbu stát primárně podporuje prostřednictvím **Státního fondu kinematografie** na základě selektivní podpory a pobídek. V rámci **veřejných zdrojů** fungují i fondy podporované městy či kraji, podle Czech Film Commission jsou to například **Prague audiovisual Fund**, **Jihomoravský filmový nadační fond** nebo **Filmový fond statutárního města Zlín** nebo programy podporující tvorbu audiovizuální tvorbu děl v krajích, například **Podpora natáčení audiovizuálních děl v Moravskoslezském kraji**, program **Podpora tvorby audiovizuálních děl v Plzeňském kraji**, program **Podpora Kinematografie v turistických regionech Jeseníky a Střední Morava**.<sup>38</sup>

Z možných **zahraničních zdrojů** se na vývoj filmových projektů a distribuci soustřeďuje dílčí program **MEDIA**, který je součástí programu Evropské unie Kreativní Evropa na podporu kulturních a kreativních odvětví. Další iniciativou Evropské unie v oblasti kultury je fond na podporu kinematografie **Eurimages**. V neposlední řadě má producent již ve vývoji možnost získat příslib koproducenta či předprodej televizních práv, nejčastěji některé ze **Slovenských televizí** (RTVS, TV JOJ, TV Markíza). Dále má producent možnost zažádat na Slovensku o podporu u Audiovizuálního fondu (AVF), který funguje na podobném principu jako český SFKMG.

Klíčovou podporou české filmové tvorby je ze zákona (Zákon č. 483/1991 Sb.) **Česká televize**. Její podpora má podobu jednak přímé finanční podpory a jednak formy využití volných interních kapacit.

**Komerční televize** spadající do oblasti **soukromých zdrojů** mohou projekt podpořit formou předkupu či odkupu televizních práv nebo přímo vstoupit do koprodukce. Dalšími důležitými finančními zdroji z oblasti soukromého sektoru, které je dobré zmínit, jsou např. **Filmová nadace**, společnost **Innogy** a její projekt „innogy-energie českého filmu“, **Barrandov Studio** a další. Dále pak **licenční smlouvy** s distributory, jejichž součástí může být i **minimální**

<sup>37</sup> **ČSÚ. 2017.** Kulturní průmysl v ČR: Audiovizuální a mediální sektor 2017. [Online] 2017. [Citace: 15. 04 2023.], str. 30 <https://www.czso.cz/documents/10180/61629734/090004-18k6.pdf/60da1b1d-9c49-4cfc-98e3-2364a75acdb3?version=1.0>.

<sup>38</sup> **ČFK. 2023.** Regionální filmové kanceláře. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] <https://filmcommission.cz/cs/regions/regional-film-offices/>

**garance** distributora, **product placement** nebo zcela **nezávislý filmový investor**, který do projektu investuje vlastní kapitál.

### 2.3.1 Finanční podpora Státního fondu kinematografie

Státní fond kinematografie vznikl z předchozího Státního fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie (dále jen SFPRČK), který byl zřízen v roce 1992 Zákonem 241/1992 Sb., a měl být řešením krizové situace na trhu. Ředitelka Helena Bezděk Franková ve Výroční zprávě uvádí, jak na základě Zákona č. 496/2012 Sb. o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (Zákon o audiovizu) vzniká nový samostatný právní subjekt, a tím je Státní fond kinematografie (dále jen SFKMG), spadající do působnosti Ministerstva kultury České republiky. Tento rok je považován za rok komplexní transformace Fondu a systému udělování podpor.<sup>39</sup>

*„Od června 2010 nabízí Česká republika, stejně jako celá řada evropských zemí, ale také regionů v USA, Kanadě nebo Austrálii, **pobídky pro filmovou a televizní produkci**. Cílem zavedení filmových pobídek bylo navrátit českému filmovému průmyslu a kinematografii konkurenceschopnost v evropském a mezinárodním měřítku.“<sup>40</sup>*

Pobídku lze poskytnout tuzemským či zahraničním producentům **celovečerních či animovaných filmů** s uznatelnými náklady nad 15 milionů korun, **dokumentárních filmů** s uznatelnými náklady nad 2 miliony korun. Jejich stopáž musí být minimálně 70 minut. Žadatel o pobídku musí splňovat předepsané podmínky týkající se bezdlužnosti, trestní bezúhonnosti, insolvence apod. a Žádost musí být podána před zahájením výroby. Tyto podmínky vycházejí, z již výše zmíněného Zákona o audiovizu.

Průvodce žadatele o filmovou pobídku SFKMG uvádí– „*filmová pobídka činí v základní výši 20 %. Ve vztahu k uznatelným nákladům mají podobu honorářů zahraničních herců a členů.*

---

<sup>39</sup> **FRAŇKOVÁ Helena Bezděk** Sdělení o opatření ředitele státního fondu kinematografie [Online] // SFK. - 03. 01 2023. - 12. 01 2023. - [https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/Sd%C4%9Blen%C3%AD%20o%20opat%C5%99en%C3%AD%20%C5%99editele%20SFKMG%20%C4%8D.1\\_03012023.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/Sd%C4%9Blen%C3%AD%20o%20opat%C5%99en%C3%AD%20%C5%99editele%20SFKMG%20%C4%8D.1_03012023.pdf).

<sup>40</sup> **ČFK. 2023.** Proč pobídky. *Česká filmová komise*. [Online] 2023. [Citace: 16. 09 2022.] <https://filmcommission.cz/cs/incentives/key-points/>.



*na veřejné podpoře a veřejných institucích, resp. je z velké části kofinancována z veřejných prostředků (zvláště právě v oblasti kinematografie).“<sup>45</sup>*

Zastavení příjmů Žádostí o registraci filmových pobídek ohrožuje vývoj či realizaci celé řady projektů filmového průmyslu. Asociace producentů v audiovizuální i SFKMG opakovaně upozorňuje, že v důsledku nejistoty kolem filmových pobídek v České republice dochází také k významnému odlivu zahraničních produkcí a s nimi i miliardových investic. O práci tak přicházejí české produkční společnosti, které s nimi spolupracovaly.

### 2.3.2 Podpora měst či krajů

Producenti v poslední době využívají i další veřejné zdroje. Podpory pro svá filmová díla se jim dostává od **regionálních filmových fondů**, např. Prague Audiovisual Fund, Filmový fond statutárního města Zlín nebo Jihomoravský filmový nadační fond. Pro ilustraci uvedu konkrétní data uvedená ČFK.<sup>46</sup>

Mezi hlavní cíle **Pražského audiovizuálního nadačního fondu** patří podpora prezentace Prahy v zahraničí prostřednictvím filmových a televizních projektů. Zatímco v roce 2018 fond podpořil 16 projektů v celkové výši 20 miliónů Kč. V roce 2020 film podpořil pouze 7 projektů v celkové výši 6 miliónů Kč a v roce 2021 celkem 8 projektů ve výši 7 miliónů Kč.

**Filmový fond statutárního města Zlín** je zaměřený zejména na podporu vývoje námětů a scénářů s cílem zatraktivnit Zlín a jeho potenciál v oblasti audiovizuální tvorby. První výzva proběhla v roce 2018, kdy fond, stejně jako v následujícím roce, podpořil projekty v celkové výši cca 900 000 Kč. Další výzva proběhla až v roce 2021, kdy výše podpory byla pouze 240 000 Kč. V roce 2022 se počítá s podporou ve výši cca 1 milión Kč.

**Jihomoravský filmový nadační fond** je iniciativou Statutárního města Brna a Jihomoravského kraje. Byl schválen na podzim roku 2017 za účelem rozvoje místního audiovizuálního průmyslu a na něj navázané ekonomiky, podpory audiovizuální tvorby, včetně propagace města a regionu prostřednictvím audiovizuálních děl. Producenti ve fázi developmentu filmového díla mohou od fondu získat podporu na vývoj první verze scénáře

<sup>45</sup> **SZCZEPANIK, Petr a spol., a. 2018.** Mapa audiovizuálního pole v České republice z hlediska digitalizace a strategie pro jednotný digitální trh, UP, . *Research Gate*. [Online] 12 2018. [Citace: 16. 09 2022.], str. 11 [https://www.researchgate.net/publication/329811154\\_Map\\_audiovizualniho\\_pole\\_v\\_Ceske\\_republice\\_z\\_hlediska\\_digitalizace\\_a\\_strategie\\_pro\\_jednotny\\_digitalni\\_trh](https://www.researchgate.net/publication/329811154_Map_audiovizualniho_pole_v_Ceske_republice_z_hlediska_digitalizace_a_strategie_pro_jednotny_digitalni_trh).

<sup>46</sup> **ČFK. 2023.** Regionální filmové kanceláře. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] <https://filmcommission.cz/cs/regions/regional-film-offices/>.

nebo výrobu. V roce 2018 až 2021 byla podpora ve výši cca 9 miliónů. V roce 2022 již ve výši 18 miliónů.

**Dotační programy** podporující tvorbu audiovizuálních děl v krajích, například program Podpora natáčení audiovizuálních děl v Moravskoslezském kraji, Podpora tvorby audiovizuálních děl v Plzeňském kraji, Podpora Kinematografie v turistických regionech Jeseníky a Střední Morava. Programy podporují audiovizuální díla s obdobnými cíli jako krajské fondy v různé výši v rozmezí 1 až 6 miliónů.

Další formou podpory jsou **regionální filmové kanceláře**. České produkce podporují finančně i administrativně. Jejich motivací je nejen propagace jejich regionu ale i finanční přínos. Producentům se tak v posledních letech otevřela nová možnost získat významnou finanční podporu pro projekty u nově vzniklých veřejných zdrojů z jednotlivých regionů.

Je však třeba již v období developmentu počítat s kritérii toho daného fondu a mimo jiné, scénáristicky děj usadit do daného regionu.

### 2.3.3 Podpora České televize

Druhým významným zdrojem finančně podporující českou kinematografii je **České televize**, která podporuje českou filmovou tvorbu od roku 1992. V roce 2012 vzniklo Filmové centrum, které je garantem podpory filmové tvorby v České televizi. Ta je většinou českých producentů považována za klíčového partnera. Její podpora má podobu jednak přímé finanční podpory neboli koprodukčních vkladů do filmové tvorby určené pro kinodistribuci a jednak formy využití volných interních kapacit.

*„U distribučních filmů, jež měly premiéry v kinech v průběhu **roku 2019**, představoval přímý peněžní vklad České televize **121 816 300 Kč**, dalších **23 448 068 Kč** investovala prostřednictvím využití interních kapacit. Celkový vklad České televize do českého filmu tvořil úhrnem **145 264 368 Kč**.“<sup>47</sup>*

---

<sup>47</sup> **ČT. 2019.** Výroční zpráva o činnosti v roce 2019. *Česká televize a česká kinematografie v roce 2019*. [Online] 2019. [Citace: 19. 09 2022.], str. 63, [https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1618.pdf?v=1&\\_ga=2.111820292.1695923152.1667992787-297153687.1667992787](https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1618.pdf?v=1&_ga=2.111820292.1695923152.1667992787-297153687.1667992787).

Pro doposud 79 vznikajících filmů **pro období 2021–2023** byl již uvolněn peněžní vklad ve výši **216 475 391 Kč**.<sup>48</sup>

Podle Tiskové zprávy České televize z května 2022 „Česká televize plánuje v této podpoře pokračovat i nadále, ale s ohledem na stávající ekonomický vývoj plánuje **své vklady do distribučních filmů dočasně snížit, a to téměř na polovinu. Česká televize plánuje v rámci svého hospodaření do roku 2024 škrty ve výši 910 milionů korun.**“<sup>49</sup> To se samozřejmě velmi negativně propíše i do podpory českého filmového průmyslu. Ve stejné tiskové zprávě se uvádí, že plánované škrty týkající se podpory kinematografie mají dosáhnout 90 milionů. Plánuje se snížení počtu podporovaných titulů a změni se i struktura podpory, např. formou většího využití volných interních kapacit, participací na postprodukci, zapůjčením televizní techniky nebo studií.

#### 2.3.4 Podpora ze zahraničí

Jak jsem již zmínil výše, z možných **zahraničních** zdrojů se na vývoj filmových projektů a distribuci soustřeďuje dílčí program **MEDIA**, který je součástí programu Evropské unie Kreativní Evropa. Program Kreativní Evropa MEDIA nabízí podporu evropské kinematografii a audiovizuálního průmyslu, tzn. podporuje organizace v oblasti filmu, televize a nových médií a nabízí financování, vzdělávání a networking. Report 21 uvádí – „v roce 2021 získali čeští filmoví producenti, díky programu KE MEDIA, na vývoj 20 projektů 943 625 eur.“<sup>50</sup> Podpořené projekty musí samozřejmě splňovat předem stanovená kritéria.

Další iniciativou Evropské unie v oblasti kultury je fond na podporu kinematografie **Eurimages**. Ten podporuje nezávislou filmovou tvorbu tím, že poskytuje finanční podporu, čímž přispívá ke spolupráci mezi filmovými profesionály z různých zemí. Žadatelé z České republiky mohou žádat o podporu pouze na filmovou koprodukcii, o podporu kin a distribuce mohou žádat v rámci programu EU Kreativní Evropa, resp. jeho podprogramu MEDIA.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> **ČT. 2020.** Výroční zpráva o činnosti v roce 2020. *Česká televize a česká kinematografie v roce 2020a o činnosti v roce 2020*. [Online] 2020. [Citace: 19. 09 2022.], str. 77 [https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1759.pdf?v=2&\\_ga=2.107937154.1012934752.1667992789-1502930654.1667992787](https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1759.pdf?v=2&_ga=2.107937154.1012934752.1667992789-1502930654.1667992787).

<sup>49</sup> **ČT. 2022.** Tiskové zprávy. *Česká televize plánuje do roku 2024 škrty ve výši 910 milionů korun*. [Online] 31. 05 2022. [Citace: 19. 09 2022.] <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=9709>.

<sup>50</sup> **MEDIA. 2022.** REPORT 2021. *REPORT 2021*. [Online] 2022. [Citace: 15. 04 2023.] str. 6. [https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021\\_final.pdf](https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021_final.pdf).

<sup>51</sup> **MKČR. 2023.** *Eurimages*. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] <https://www.mkcr.cz/eurimages-cs-547>.

Další možností je již ve fázi developmentu získat příslib **koproducenta**. Podíl na realizaci může být finanční, pracovní, materiální či tvůrčí. Spojením se zahraničním koproducentem se producentovi i otvírá možnost získat podporu zahraničních fondů, podporu zahraniční televize a dalších institucí, které by sám pravděpodobně získával velmi obtížně. Další možností je předprodej televizních i druhotných práv, některé z celoplošných slovenských televizí (RTVS, TV JOJ, TV Markíza) nebo žádost o podporu u AVF.

### 2.3.5 Podpora soukromého sektoru

V soukromém sektoru může producent získat finanční podporu od společnosti **Innogy** v rámci projektu „innogy-energie českého filmu“. Energetická firma koprodukuje každý rok 3 až 5 celovečerních hraných filmů. Například v roce 2021 Innogy a Filmová nadace investovala více jak 17 milionů Kč na podporu české kinematografie. Innogy je dlouhodobě jedním z nejvýznamnějších partnerů českého filmu.<sup>52</sup>

Společnost **Barrandov Studio a.s.** „vstupuje do koprodukčních vztahů jak finančním vkladem, tak i nefinančním vkladem – věcným plněním. Rozsah se odvíjí od nabídky producenta filmu, kvality scénáře a dramaturgické přípravy, finančního zabezpečení a obsazení celého tvůrčího týmu (akcentován je režisér a herecké obsazení). Finanční aspekt a propočet návratnosti nehraje jedinou rozhodující roli, protože nedílnou a podstatnou součástí rozhodování je i umělecká hodnota předkládaného filmu.“<sup>53</sup>

Do oblasti **soukromých zdrojů** spadají i **komerční televize**, které v posledních letech také podporují české filmaře, a to formou předkupu či odkup televizních práv nebo koprodukcí. Ty se převážně zaměřují na akvizice s filmy, které mají vysoký potenciál být divácky úspěšné, ale i artové projekty, které doplňují televizním žánrová spektra pro jejich VOD platformy. Vzhledem k nižší návštěvnosti kin, než byla v před covidové době, a vyšší potřebou televizí kvalitně naplnit obsah VOD platform, podporují dnes komerční televize více filmových projektů, než tomu bylo v letech před rokem 2020.

---

<sup>52</sup> **CHALUPSKÝ, Martin. 2021.** FILMOVÁ NADACE: Autoři, zbystřete. Blíží se uzávěrka nového kola scenáristické soutěže. *Martin Chalupský.* [Online] 11. 02 2021. [Citace: 18. 04 2023.] <https://www.innogy.cz/o-innogy/press-centrum/tiskove-zpravy/filmova-nadace-autori-zbystrete-blizi-se-uzaverka-noveho-kola-scenaristicke-souteze/>.

<sup>53</sup> **barrandov.cz. 2023.** Koprodukce. Barrandov je film. [Online] 2023. [Citace: 18. 04 2023.] <https://www.barrandov.cz/o-nas/koprodukce/>.

Dalším zdrojem pro filmového producenta jsou **distribuční smlouvy** s distributory nebo jejich zapojení do **koprodukce**. Distributoři filmy „*vybírají, nakupují a připravují k uvedení, včetně marketingu a obchodního uplatnění u provozovatelů kin. Distributoři si vytváří vlastní odhady návštěvnosti na základě žánru, hlavního hereckého obsazení nebo režiséra. Dle toho stanovují minimální garanci, kterou se podílejí na financování filmu.*“<sup>54</sup> Vzhledem k nižší návštěvnosti, než byla v před covidové době, musí producent v dnešní době počítat s nižší účastí distributora na minimální garanci.

Podporou může mít i podobu **product placementu**. Nicméně, jedná se o minoritní podíl na financování vývoje a výroby.

Na financování filmového díla se může spolupodílet i **nezávislý soukromý investor**. Investor není spoluvlastníkem práv k filmu, avšak může mít podíl z exploatace filmu. Vzhledem k současné ekonomické situaci je tento typ podpory obtížnější získat nebo nedosahuje takové výše jako v období před rokem 2020.

**Závěrem** této podkapitoly lze obecně konstatovat, že producenti českých celovečerních filmů určených pro kinodistribuci potřebují k zafinancování kombinaci různých zdrojů z různých sektorů. Období let 2020-2023 přináší v oblasti podpory některé změny.

Příkladem je SFKMG spadající do veřejných zdrojů nabízející selektivní podporu. Ten byl nucen přeměnit velké množství žádostí o registraci podaných v roce 2020 z důvodu pandemie Covid 19 v žádosti o evidenci až v roce 2021. Zároveň v roce 2020 nedošlo k navýšení rozpočtu.

Dalším příkladem je zastavení příjmu Žádostí o registraci filmových pobídek u SFKMG ohrožující development i realizaci celé řady projektů filmového průmyslu.<sup>55</sup> V roce 2021 totiž obdržené žádosti o evidenci pobídkových projektů spotřebovaly celý rozpočet na rok 2021 a 2022 a zasáhly i část rozpočtu 2023. Vzhledem k dalším legislativním okolnostem není SFKMG schopen přijímat nové žádosti o registraci, a to zatím do 3.1.2024.

Zajímavou aktivitou z toho období, je také například dotazníkové šetření „*SFKMG v souvislosti s mimořádnou výzvou na podporu inovací za účelem posílení udržitelnosti domácího audiovizuálního průmyslu v době pandemie na počátku roku 2021. Hlavní oblasti inovací, které*

---

<sup>54</sup> **LETOCHOVÁ, Michaela. 2017.** Systém podpory Státního fondu kinematografie na výrobu českých celovečerních hraných filmů. *Diplomová práce, str. 12*, Brno : Masarykova Univerzita, 2017.

<sup>55</sup> **SFKMG. 2023.** Informace k opatření ředitele č.3 ze dne 23.9.2023. *SFK*. [Online] 23. 09 2023. [Citace: 13. 04 2023.] <https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/Informace%20k%20Opat%C5%99en%C3%AD%20%C5%99editel%C3%A9%20SFKMG%20%C4%8D.3%20ze%20dne%2023.9.2022.pdf>.



*aktéři plánují, a tedy i podpory, kterou požadují, avšak SFK je za současné právní úpravy nemůže uspokojit, jsou například podpora exportu českých filmů; podpora nových forem online marketingu a online prodeje nebo vzdělávání specializovaných profesí v oblasti online marketingu, postprodukce atd.*<sup>56</sup>

V posledních letech se producentům dostává i nové možnosti podpory pro svá filmová díla od regionálních filmových fondů, dotačních programů podporující vývoj i výrobu audiovizuálních děl v krajích i regionálních filmových kancelářích. Tato podpora každoročně stoupá.

Dalším významným zdrojem finančně podporující českou kinematografii je České televize, která však plánuje výrazné škrtů v rámci svého hospodaření do roku 2024. Konkrétně plánuje snížení počtu podporovaných titulů a změni i strukturu podpory. Toto je jistě další z faktorů ovlivňující development českého celovečerního filmu v období 2020–2023.

Zahraniční podpora plynoucí z programů MEDIA a Eurimages v tomto období spíše lehce roste.

Podpora ze soukromého sektoru plynoucí konkrétně z projektu Filmové nadace nebo společnosti Barrandov Studio a.s. dlouhodobě také lehce roste. Naopak podpora „innogy-energie českého filmu“ klesla. Do oblasti soukromých zdrojů spadají i komerční televize. Ty vzhledem k nižší návštěvnosti kin, než byla v před covidové době, a vyšší potřebou televizí kvalitně naplnit obsah VOD platform, podporují dnes více filmových projektů, než tomu bylo v letech před rokem 2020. Další podporou jsou distribuční smlouvy s distributory. Distributoři stanovují minimální garanci, kterou se spolupodílí na financování filmu. Producenti dnes, vzhledem k nižší návštěvnosti, než byla v před covidové době, musí bohužel počítat i s nižší účastí distributora na minimální garanci.

Producent může do financování zapojit i nezávislého soukromého investora. Vzhledem k současné ekonomické situaci je tento typ podpory dnes obtížnější získat nebo nedosahuje takové výše jako v období před rokem 2020.

---

<sup>56</sup> **SZCZEPANIK, Petr, a další. 2021.** *Dopad epidemie nemoci COVID-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu*, str. 97, [Online] 12. 2021. [Citace: 15. 04 2023.] [https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady\\_covid.pdf](https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady_covid.pdf). MUNI,UP v Olomouci, VŠFS, 2021.

## 2.4 Green Deal – zelené natáčení

The European Green Deal, česky Zelená dohoda pro Evropu, vznikla pod taktovkou Evropské komise a její snahou je řešení změny klimatu a zhoršování životního prostředí představující pro Evropu a celý svět existenciální hrozbu. Proto Evropská komise v rámci ekologické transformace přijala soubor návrhů na obnovu poškozených ekosystémů. Opatření jsou velmi komplexní a týkají se oblasti energetiky, dopravy, zemědělství i průmyslu, tzn. i audiovizuálního průmyslu.<sup>57</sup>

Při developmentu filmu musí dnes producent počítat s celou řadou tzv. zelených opatření. Proto v létě 2021 vznikl dokument s názvem Manuál zeleného natáčení. Měl by být dostupný na stránkách Asociace producentů v audiovizu a na greenfilming.cz.

Co „Zelené natáčení“ pro produkci vlastně znamená. Bezesporu náročnější development. Opatření jsou novinkou, společnost na ně není vždy připravena, a ne vždy je ochotna je přijmout či respektovat. Např. společná ubytování, společná doprava, používání vlastního nádobí atd. Řada opatření si žádá velmi komplikované plánování, přípravu i realizaci. Dalším problémem je finanční stránka. Opatření rozpočet výrazně prodražují.

Smyslem této práce není Green Deal zpochybňovat ani analyzovat. Green Deal je cesta, pro kterou se Evropa rozhodla a je třeba ji přijmout.

## 2.5 Změna chování českého diváka

Z etymologického hlediska je slova „kino“ odvozeno z řečtiny, od slova kinēma znamenající pohyb. Danelová<sup>58</sup> označuje klasické **kino** jako kino mající zpravidla pouze jeden sál a nacházející se ve vnitřních prostorech, na rozdíl od multikin, **která** již mají sálů více. Nejrozšířenější multikina v ČR patří pod značku Cinestar či Cinema City. Další druhy kin už se nachází spíše venku a jde hlavně o nepravdělná představení. Jedná se o **letní kina** anebo **autokina**, která byla populární spíše v minulosti, ale svou oblibu našla i v posledních měsících právě kvůli světové pandemii.

---

<sup>57</sup> EU, Evropská komise. 2023. Zelená dohoda pro Evropu. *commission.europa.eu*. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_cs](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_cs).

<sup>58</sup> DANELOVÁ, M. a ROHÁČOVÁ, K. 2020. iROZHLAS. *Obrazem: zvuk do autorádia, místa vlastní. Koronavirus proměnil Česko v zemi autokin*. [Online] 16. 05 2020. [Citace: 20. 09 2022.] [https://www.irozhlas.cz/kultura/film/autokino-foto-reportaz-cesko-film-projekce-koronavirus\\_2005160921\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/film/autokino-foto-reportaz-cesko-film-projekce-koronavirus_2005160921_kro).

**Rok 2020** přináší do celospolečenského života další výrazné změny. Díky celosvětové pandemii a následným protiepidemiologickým opatřením, která zasáhla kulturu v obrovské míře, se náš kulturní život zmenšil v podstatě na minimum. V březnu 2020 došlo k mimořádným opatřením, která zakázala účast na všech hudebních, filmových, uměleckých i sportovních akcích s účastí nad 100 lidí.<sup>59</sup> K následnému rozvolnění došlo v květnu, ale v říjnu přichází další plošné uzavření kin, které nakonec trvalo do května 2021. Multikina se však z ekonomických důvodů rozhodla otevřít svá kina až v polovině června.<sup>60</sup>

Energetická krize, inflace a doznívající strach či obavy z nákazy Covid. To vše pravděpodobně poznamená chování nás všech. Kanadský psycholog Taylor ve svém vědeckém článku „COVID stress syndrome: Concept, structure, and correlates“ uvádí – *„lidé v době pandemie se nejčastěji vyrovnávají se stresem sledováním televizních pořadů nebo filmů. Odpovědělo tak až 96 % z dotázaných. V případě, že jsou kina v důsledku protipandemických opatření kina zavřená nebo ve společnosti panuje obava z nákazy, nebo je pro ně vstupné v době energetické krize luxusem, je pochopitelné, že hledají alternativu zprostředkující mu kulturu z domácího prostředí.“*<sup>61</sup> Profesor Sheth z americké univerzity Emory ve svém vědeckém článku „Impact of Covid -19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?“ uvádí – *„očekává se, že většina návyků se vrátí do normálu, nicméně některé to rozhodně poznamená. Kultura, hlavně pak návštěvnost kin, bude pravděpodobně jeden z těchto příkladů. Je tedy asi nevyhnutelné, že tyto společenské návyky zcela zaniknou, protože lidé v lockdownu objevili pohodlnější, dostupnější a levnější alternativu. Příkladem jsou právě streamovací služby jako Netflix nebo třeba Disney+.“*<sup>62</sup>

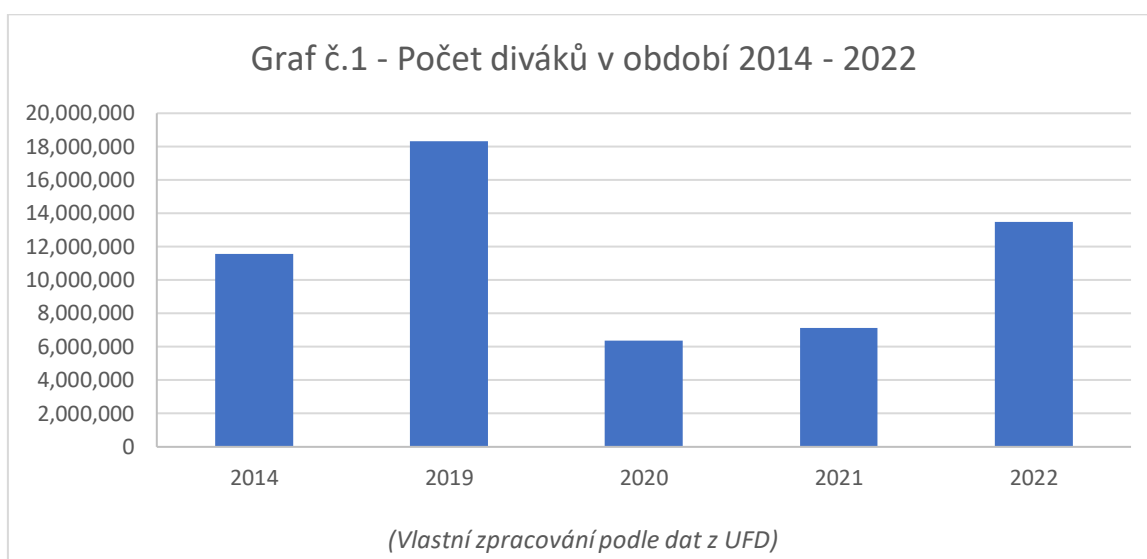
<sup>59</sup> **MZČR. 2020.** Mimořádné opatření ze dne 10.3.2020. *zákaz konání akcí nad 100 osob od 18 hodin.* [Online] 10. 03 2020. [Citace: 16. 09 2022.] <https://www.mzcr.cz/wp-content/uploads/wepub/18697/40548/Mimo%20z%20kaz%20kon%20n%20akc%20nad%20100%20osob%20od%2018%20hodin%20dne%2010.%203.%202020%20-.pdf>.

<sup>60</sup> **DENÍK.CZ. 2021.** V pondělí mohou znovu otevřít kina. Multiplexy však čekají na prodej občerstvení. *deník.cz.* [Online] 23. 05 2021. [Citace: 16. 09 2022.] [https://www.denik.cz/z\\_domova/cesko-koronavirus-uvolneni-opatreni-kina-20210523.html](https://www.denik.cz/z_domova/cesko-koronavirus-uvolneni-opatreni-kina-20210523.html).

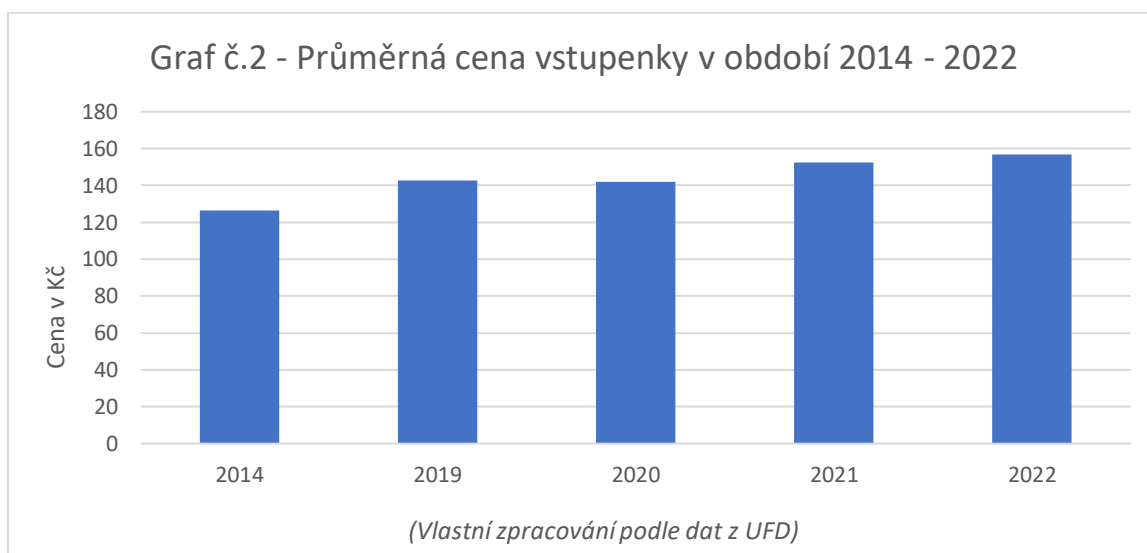
<sup>61</sup> **TAYLOR, Steven, a další. 2020.** ResearchGate. *COVID stress syndrome: Concept, structure, and correlates.* [Online] 12. 05 2020. [Citace: 20. 09 2022.] [https://www.researchgate.net/publication/342711579\\_COVID\\_stress\\_syndrome\\_Concept\\_structure\\_and\\_correlates](https://www.researchgate.net/publication/342711579_COVID_stress_syndrome_Concept_structure_and_correlates).

<sup>62</sup> **SHETH, Jagdish. 2020.** Journal of Business Research 117. *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?* [Online] 09 2020. [Citace: 20. 09 2022.] <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303647>.

Producent vyvíjející celovečerní film určený pro kinodistribuci potřebuje nejen výsledky ze sociologických a psychologických průzkumů, ale i konkrétní statistická data. Graf číslo 1 názorně ukazuje již výše zmíněný propad návštěvnosti počínaje rokem 2020. Pro zajímavost nejlepším rokem pro česká kina byl podle dostupných statistik UFD rok 2019 s návštěvností přes 18 milionů diváků. Absolutně nejhorší návštěvnost kin byla v roce 2020. V tomto roce kino navštívilo 6,3 milionů návštěvníků, v roce 2021 pak 7,1 milionů. V letech 2014-2019 byla průměrná návštěvnost kolem 11 milionů ročně. V úspěšném roce 2019 byly tržby 2,6 miliardy korun. O dva roky později, tj. v roce 2021 klesly tržby o 60 % na 1 miliardu korun.



Graf číslo 2 ukazuje pro srovnání průměrnou cenu jedné vstupenky ve stejném období, tj. v období let 2014-2022. Průměrná cena vstupenky v roce 2014 byla necelých 127 Kč. V roce 2022 je průměrná cena vstupného již necelých 157 Kč. Zároveň je z grafů patrný i vývoj tržeb, ten je však neúměrný k návštěvnosti, a to vzhledem ke každoročnímu zdražování vstupenek.



Pro producenta jsou v době developmentu a vytváření finančního plánu důležitá i data návštěvnosti kin v ČR. Producent pracuje i s předpokladem diváckého potenciálu, díky němuž může odhadnout i potencionální výnosy.

**Závěrem** této podkapitoly je možné konstatovat, že následek protipandemických opatření a vysoké ceny vstupného pravděpodobně opravdu zapříčinily, že návštěva kin se pro celou řadu diváků stala „obětovatelná“. Oba tyto faktory podpořily sledování audiovizuálních děl prostřednictvím streamingu. Průzkum Motion Picture Association uvádí – „*oproti roku 2019 se v roce 2020 tržby z online platform zvýšily zhruba o polovinu. Ohledně kinosálů tržby klesly téměř na čtvrtinu oproti roku předchozímu.*“<sup>63</sup> Tato změna chování diváka je pro producenty celovečerních filmů určených do kinodistribuce velmi znepokojivá a je třeba s ní v rámci developmentu seriózně počítat. Divák celovečerních filmů bezesporu objevil pohodlnější, dostupnější a levnější alternativu, **kteřou jsou VOD platformy.**

---

<sup>63</sup> **ZELENKA, Filip. 2021.** E15.CZ. *Streamovací služby prolomily rekordní hranici miliardy předplatných.* [Online] 21. 03 2021. [Citace: 10. 09 2022.] <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/streamovaci-sluzby-prolomily-rekordni-hranici-miliardy-predplatnych-1379020>.

### 3 DEVELOPMENT FILMOVÉHO DÍLA V DNEŠNÍ DOBĚ – POHLED KLÍČOVÝCH ZÁSTUPCŮ PRODUCENTSKÉ FILMOVÉ INDUSTRIE V ČR

**Hlavním cílem** této kapitoly bylo nabídnout pohled zkušených klíčových českých producentů na situaci týkající se vývoje filmového díla v období let 2020-2023. Vlastní šetření jsem prováděl formou připravených rozhovorů, případně formou vlastního dotazníku. Soubor oslovených producentů byl výběrový. V druhé polovině roku 2022 jsem oslovil dvacet dva zkušených českých producentů a zajímal se o jejich optiku vnímání problému. Jsou to lidé, kteří mají důležité praktické zkušenosti z vývoje i následné realizace filmů do kinodistribuce. V oboru nejsou nováčky a sami zažili vývoj podpory kinematografie v ČR a turbulentní stavy týkající se návštěvnosti kin. Jsou to vzdělaní lidé. Lidé sledující současnou ekonomickou i socio-politickou situaci v České republice, i za jejími hranicemi. Očekával jsem od nich zkušenosti z oboru, schopnost komplexně posoudit současnou komplikovanou dobu a podmínky producentů pro svou práci, ale i jejich subjektivní pohled. Současně mě zajímalo, zda je producentská obec v položených otázkách názorově homogenní, zda vnímají současnou situaci v oblasti vývoje celovečerního filmu podobně, zda mají obdobné zkušenosti, nebo zda se v některých otázkách jejich zkušenost či pohled odlišuje. A pokud ano, tak v jakých oblastech a jak zásadně.

Příprava spočívala v čtyřměsíční rešerši podkladů vztahující se k tématu této práce a vypracování předchozích kapitol. Poté následovalo stanovení si výše zmíněných cílů mého šetření, vytvoření vlastního dotazníku a průvodního dopisu obsahující základní informace. Výběrem vhodných producentů a jejich oslovením s žádostí o spolupráci vyvrcholilo období realizace. Se dvěma producenty jsem vedl rozhovor a dvacet jsem požádal o vyplnění dotazníku. Šetření probíhalo na podzim roku 2022. Získané odpovědi jsem následně zpracoval a pokusil se o analýzu.

Otázky byly koncipovány tak, abych získal pohled, názor, konkrétní data a osobní zkušenosti na témata z předchozí kapitoly. Návratnost dotazníků byla 55 %. Oslovení odpověděli prakticky na všechny položené otázky. Výjimkou byla otázka třetí.

**První otázka: Ovlivnilo post pandemické období development vašich filmových projektů? Pokud ano, tak jak? V pozitivním i negativním slova smyslu.**

V podstatě všichni dotázaní dle očekávání potvrdili, že se jich post pandemické období v nějaké podobě dotklo.

*„Každá změna otevírá nové obzory a přináší i nové zkušenosti (Petr Vachler)“.*

Pozitivní pohled přináší producent Martin Hůlovec *„Období vnímám paradoxně vlastně pozitivně. Jelikož se zastavila – posunula výroba mnoha projektů, neprobíhalo servisní natáčení pro cizince a reklamní trh se vždy ve vlnách uzavíral, bylo více prostoru věnovat se developmentu, udělat v něm pořádek, systém, jít do hloubky. Rovněž jsme vsadili na předpoklad, že po pandemii bude třeba rychle naskočit do výrobního procesu a bude tak potřeba mít projekty „připravené“.*

Stejně vnímá toto období i producent Petr Bílek, který vychází ze zkušenosti s celovečerním filmem *Bratři o osudech bratří Mašínových*. Komentuje ho slovy: *„Složitý projekt, který pandemie zastavila, ale kterému naopak post-pandemická situace paradoxně pomohla. Jako by téma uzrálo, stalo se méně kontroverzním díky vnímání situace na Ukrajině. Stručně řečeno, řada lidí a institucí si uvědomila, že svoboda není zadarmo a snímek na téhle vlně získal novou energii i finance. Podařilo se sehnat nové investory, úspěšně jsme dokončili veřejnou sbírku na hihit.cz, získali podporu řady institucí, které se předtím zdráhaly, včetně ministerstva obrany ČR.*

Zbylí oslovení producenti vnímají toto období negativně a pozitiva nezaznamenali. Nejvíce se jich dotkla nemožnost osobního setkávání, omezení větších projektů, kde je vyšší finanční náročnost. Producent Ondřej Zima zcela pochopitelně negativně vnímá propad návštěvnosti českých distribučních filmů, kdy se nevracejí zpátky ani distribuční náklady, což ho vede k úvahám, které projekty v developmentu má smysl dále developovat v podobě celovečerního filmu. Producent Jan Kallista ml u vlastních projektů zmiňuje nutnost přerušovat natáčení a s tím spojené náklady. Distributoři mají méně na “minimální garanci” a vstupují do méně projektů. Box office v kinech je na cca 30 % co bývala u standardních a žánrových projektů.

**Druhá otázka: Mělo vliv na development vašich projektů zdražování energií, pohonných hmot a také zvyšování realizačních nákladů?**

Opět většina dotázaných producentů uvádí, že ano, a to zásadně. Filmové projekty, které jsou v produkci delší dobu, mají v současné době problém s dofinancováním rozpočtů. V souvislosti se zdražováním se produkce dostávají i přes nutnou rezervu v rozpočtu do cca 10-15% nárůstu nákladů na honorářích štábu, dopravě, stavebních i rekvizitních složkách, cateringu, pojištění atd. Více se zohledňuje finanční realita a vyvíjí se pouze projekty, které je reálné zafinancovat. Podle producenta Petra Bílka je *“zdražování plíživé, těžko na něj lze reagovat konkrétními kroky, spíš jde o drobnou práci při natáčení, přemlouvání štábu, dodavatelů atd. Více zdrojů už v ČR není, tak se hledají slevy a úspory.”* Martin Hůlavec vidí problém spíše než ve zdražování energií, pohonných hmot a zvyšování realizačních nákladů v zásadní krizi kino-trhu, stažení HBO z českého trhu, finanční problémy ČT a nestabilita pobídek. Pozitivní vliv má podle něj investice portálu VOYO do výroby obsahu. Celkově se mění portfolio developovaných projektů tak, aby lépe odpovídalo nové realitě na trhu.

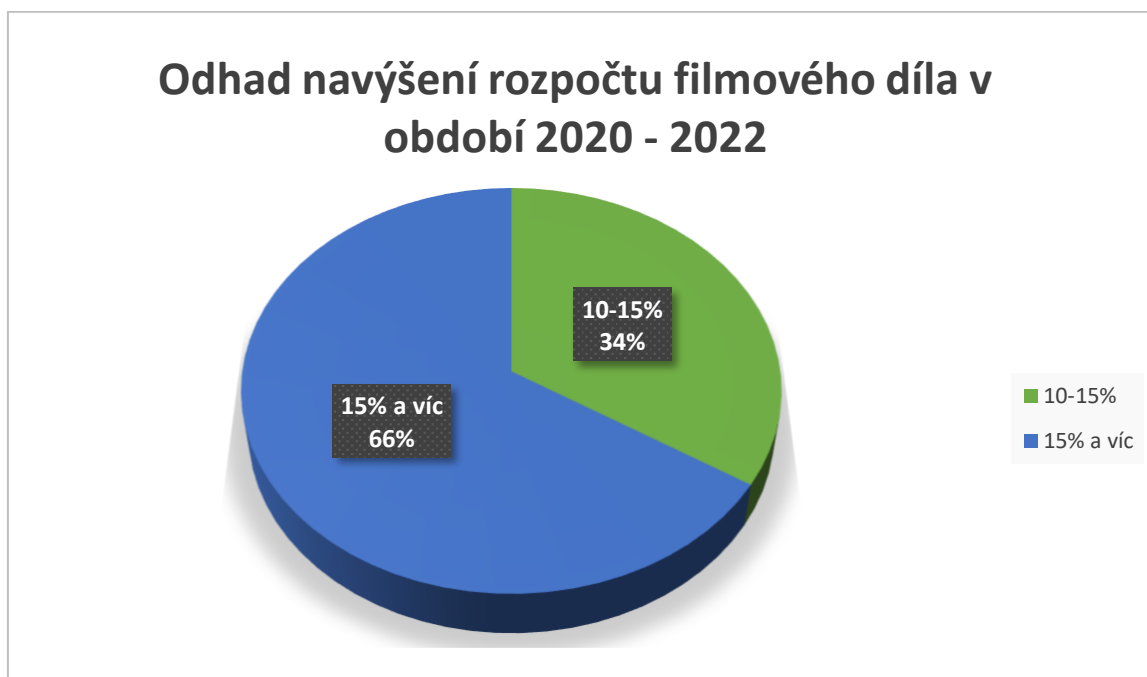
Situaci v oblasti developmentu vystihuje komentář producenta Pavla Váchy: *“V současnosti je velmi komplikované odhadnout ceny služeb v dalším období – vyvíjíme film, který se má točit v roce 2024 a pro tvorbu rozpočtu bych potřeboval křišťálovou kouli.”*



Třetí otázka: **Jste schopni konkrétně vyčíslit v procentech, na kolik se promítlo post-pandemické období, období energetické krize, inflace, válka na Ukrajině atd. do navýšení rozpočtu?**

Producenti si mohli v mém dotazníku vybrat ze čtyř navržených variant, které jim nabízely odhad navýšení jejich rozpočtu nákladů na výrobu filmového díla v inkriminovaném období, tj. období posledních dvou let. Z grafu je zjevné, že 34 % producentů, kteří na otázku odpověděli, odhaduje navýšení v řádu 10–15 % a 66 % v řádu 15 % a více.

Dva dotázaní producenti shodně potvrdili, že vnímají navýšení cen se výrazně negativně promítlo do navýšení jejich rozpočtů, nicméně nejsou schopni toto navýšení procentuálně vyčíslit.



*Zdroj: vlastní šetření*

**Čtvrtá otázka: Mělo, či má vliv pozastavení filmových pobídek a snížení podpory filmových projektů ze strany ČT na váš development projekt? Jak jste problém vyřešil?**

Podkapitolu Škrtní veřejných zdrojů podporujících český filmový průmysl jsem po nastudování tiskových zpráv SFK, APA a ČT uzavíral s tím, že pozastavení příjmů Žádostí o registraci filmových pobídek a současné plánované snížení vkladů ČT do distribučních filmů ohrožuje vývoj či realizaci celé řady projektů filmového průmyslu. V článcích pro rozličná media a oslovení producenti českých audiovizuálních děl se na tomto také shodují.

Mnou oslovení producenti tento závěr většinou také podporují. Například Petr Erben a Ondřej Zima nyní developují více projektů, a jak uvádějí, záleží podle nich na stádiu rozpracovanosti a typu projektu. Řešení nemají jedno. Obecně méně rozvinuté projekty zbrzdí a čekají, až bude trochu jasnější trend dalšího směřování. Stejně však jako ostatní producenti se domnívají, že posunem ostatních projektů bude komplikovanější distribuce.

Pak zde máme skupinu producentů, kteří již měli podanou registraci na svůj projekt a předem alokované částky z pobídek. Na jejich projekty pozastavení filmových pobídek vliv nemělo. Patří sem producenti například Petr Bílek, Jan Kallista a Adam Dvořák.

Šárka Cimbalová a Martin Hůlvec vyřešili situaci s pozastavením filmových pobídek drobným odkladem registrace projektů. Měli štěstí, že to zrovna jejich konkrétní projekty snesly.

Po SFK je druhým významným veřejným zdrojem finančně podporující českou kinematografii ČT. Ta však ale také s ohledem na současný nepříznivý ekonomický vývoj plánuje škrtů týkající podpory filmového průmyslu. To je pro filmaře velmi nepříznivý faktor, vypadl či vypadává tak tradiční producent. Oslovení producenti vidí řešení v případě komerčních projektů přechodem ke komerčním televizím, tzn. hlavně TV NOVA a FTV PRIMA. U artových projektů, slovy Martina Hůlovce, se nezbyvá než modlit.

## Pátá otázka: **Změnilo podle Vás post-pandemické období chování diváků? A proč?**

Nákaza COVID-19 poznamenala chování nás všech. Lidé se dle odborných psychologických a sociologických výzkumů vyrovnávali se stresem vyvolaným pandemií nejčastěji sledováním filmů a TV pořadů. Bohužel díky protipandemickým opatřením, byla kina zavřena, případně mezi populací panoval strach a obavy z případné nákazy. Diváci tak přešli k alternativě, která pro ně byla bezpečnější, dostupnější, ale i výrazně levnější.

Na mou otázku, zda se změnilo post-pandemické chování diváků a proč, odpověděli všichni producenti shodně “ano” ale příčiny vidí různě. Valná většina připisuje nižší návštěvnost kin na vrub inflaci a mají obavy, že se tento problém ještě prohloubí. Nižší návštěvnost vidí o cca 20–30 %. Shoda panuje i v názoru, že výrazně ubylo diváků českých celovečerních filmů. U náročnějších filmů je tento pokles zcela drastický. Šanci na divácký úspěch bude mít podle nich méně projektů, spíše ty na diváka orientované. Jan Kallista jako příklad uvádí: *“Filmy žánrové, umělecké a těsně pod hranicí mainstream jsou divákem prakticky opomenuty a jejich návštěvnost se snížila o 60-80 %.”* Na otázku, proč tomu tak je, vlastně nikdo nezná přesnou odpověď.

Petr Erben a Šárka Cimblová se připojují k názoru, že si lidé zvykli využívat více streamovacích platform, a ne na každý film chodit do kina. Zároveň je extrémní konkurence mezi českými tituly – při pandemii se natáčelo a nebyla distribuce, tak nyní jsou kina zahlcena. Podle Martina Hůlovce si *“lidé vybírají podle jiného klíče, jdou po blockbusteru, který udělá slušná čísla i nyní. Ale střední proud zmizel – česká komedie s komerčním potenciálem měla ve 2019 jistých 150 K+ diváků. Nyní se potácí v řádu desítek tisíc diváků.”*

Petr Bílek vidí problém v tom, *“že sázky na tradiční divácky úspěšné formáty nevyšly. Jako by se do kin nevrátili diváci komerčních tahounů v žánru romantických komedií. Hlavně ženy 30+. Naopak se objevila nová mladá cílovka českých filmů, která typicky hledala obsah u filmů velkých studií. Najednou dokáží ocenit i Vyšehrad. To je myslím do budoucna velký potenciál, otázkou zůstává, jestli jsou tvůrci, kteří ho budou umět vytěžit.”*

Obecně všichni dotazovaní potvrzují názor, že divá si s pandemií odvykl chodit do kina a VOD platformy získaly na popularitě. Lidem se v České republice zvýšily náklady a zcela logicky zvažují výlohy za kulturu.

## Šestá otázka: **Jak se tato změna dotkla Vašich projektů?**

Většina oslovených producentů se snaží k situaci přistupovat racionálně. Stopli některé projekty, u kterých si myslí, že nezapadají do současné reality a vymýšlí nové, takové, které mají podle nich šanci obstát. Petr Bílek bohužel ze současné situace vyvodil závěr, že *“Bratři jsou posledním filmem, který dělá. TV a SVOD je udržitelnější byznys.”* Jan Kallista ml. také nevnímá situaci příliš optimisticky a na položenou otázku odpovídá: *“U posledních čtyřech projektů jsme přišli o cca 70% publika. Projekty skončili v záporných číslech a prodělali. Bohužel jsme nemohli projekty již déle odkládat kvůli závazkům s partnery.”* I Ondřej Zima potvrdil, že změna chování českého kino diváka se jeho projektů dotkla, a to velmi výrazně: *“V posledních dvanácti měsících jsme uvedli čtyři celovečerní filmy do distribuce a u většiny se nevrátily ani distribuční náklady a návštěvnost byla na maximálně 30 procentech očekávané návštěvnosti v nejhorší variantě.”*

Předpokládaná nižší návštěvnost, než by byla v před covidové době a nižší účast distributora na minimální garanci pravděpodobně způsobí, že se touto cestou vydá více producentů, kteří se dříve soustředili na vývoj a realizaci celovečerních filmů určených primárně ke kinodistribuci a asi se jim nelze bohužel divit.

## Sedmá otázka: **Který z výše jmenovaných vnějších faktorů má na Vás největší dopad?**

Na tuto otázku opět odpověděli dotázaní producenti v podstatě ve shodě, faktory podle nich působí synergicky a nelze je od sebe oddělovat. Jedná se o kombinaci/souběh všech nepříznivých vnějších vlivů. Inflace, vyšší konkurence, nižší návštěvnost, nižší finanční vstupy ČT do filmových projektů a pobídky vytváří tlak na vlastní realizovatelnost jednotlivých filmů. Jan Kallista ml. se domnívá, že pro lokální produkci je to návštěvnost, a s tím spojené omezení možnosti developovat a financovat projekty do budoucna.

Ondřej Zima má pocit, že zatím největší vliv má stále covid, ale obává se, že za chvíli převáží dopady ekonomické, tj. vysoké ceny energií a inflace, které jsou navázány na původce v podobě covid pandemie a války na Ukrajině. Pavel Strnad a Petr Erben, vzhledem ke způsobu financování jejich projektů, vidí primární problém ve vysoké inflaci a škrtech ve veřejných rozpočtech.

## Závěr

Bakalářská práce se zabývá problematikou vnějších faktorů ovlivňující development českého celovečerního filmu v období let 2020-2023. Toto téma je poměrně široké a v dnešní době mezi producenty celovečerních filmů určených pro kinodistribuci velmi rezonuje.

První kapitola v teoretické rovině nabízí komplexní obraz developmentu celovečerního filmu.

Druhá se věnuje specificky jednotlivým vnějším vlivům a faktorům, které v období let 2020-2023 do tohoto procesu vstupují a komplikují ho. Tyto faktory nejdříve obecně definuje, vysvětluje jejich význam, vývoj v čase a princip jejich fungování ve filmovém průmyslu. Hlavním cílem bylo konkrétně přiblížit, jak se tyto nové vnější vlivy dotýkají developmentu českého filmového díla určeného ke kinodistribuci. Energetická krize, vysoká inflace, podpora české kinematografie v období let 2020-2023, nově vzniklé náklady spojené s Green Dealem, pandemie COVID-19 a nižší návštěvnost kin, to vše se velmi negativně propisuje již do samotného developmentu. Poté však i do následné realizace i exploatace audiovizuálního díla. Tato část je vypracována na podkladě studia připravených odborných zdrojů, jejich rešerší a analýz.

Poslední kapitola nabízí pohled klíčových českých producentů na tuto problematiku. Přináší tak pro porovnání jejich přímou zkušenost z developmentu z období let 2020 až 2022 v porovnání se závěry vyvozených z rešerší publikovaných zdrojů z druhé kapitoly. Šetření probíhalo na podzim roku 2022. Otázky byly koncipovány tak, abych získal pohled, názor, konkrétní data a osobní zkušenosti na témata z předchozí kapitoly. Zároveň mě zajímalo, zda je producentská obec v položených otázkách názorově homogenní, zda vnímají současnou situaci v oblasti vývoje celovečerního filmu podobně, zda mají obdobné zkušenosti i jaká dnes vládne ve filmové industrii nálada. Při analýze odpovědí se mi potvrdil můj předpoklad, většina dotázaných vnímá současnou situaci negativně, dle očekávání má většina dotázaných obdobné zkušenosti i optiku vnímání. Vyšší realizační náklady, nižší podpora, propad návštěvnosti distribučních filmů a nejasná prognóza vývoje situace, to vše výrazně ztěžuje proces developmentu. Chybějící finanční podpora se negativně projevuje ve výpravnosti projektů a řada producentů si klade otázku týkající se budoucnosti filmového průmyslu. V této nestabilní době, kdy se dá další vývoj situace jen těžko předvídat, je development filmu zjevně velmi obtížnou disciplínou. Producenti se však snaží o racionální přístup u developovaných projektů tak, aby lépe odpovídal nové realitě na trhu.

Zpracování bakalářské práce mi poskytlo ucelený pohled na development filmového díla určeného ke kinodistribuci v dnešních podmínkách a vede mě k mnoha otázkám a úvahám. Pro producenta je development jedním z nejdůležitějších období. Situace pro české producenty dnes rozhodně není jednoduchá. Velká část z nich byla nucena své projekty pozastavit na dobu neurčitou nebo kompletně zastavit. Producenti dnes stojí před otázkou, jakou budoucnost český komerční film určený pro kinodistribuci vůbec má. I při producentově schopnosti zafinancovat v dnešní době realizaci a distribuci projektu, jaká je šance na návratnost vynaložených finančních prostředků? Kam filmový průmysl dnes směřuje? Jakou cestou se vydat?

## Seznam použitých zdrojů

### Seznam použitých českých zdrojů

**BREGANT, Michal, ČIHÁK, Martin a HEJTMANOVÁ, Jitka. 2006.** *Antologie textů k úvodům*. 2. vydání revid. Praha : autor neznámý, 2006. str. 203.

### Seznam použitých zahraničních zdrojů

**COSTA, Antonio. 2021.** *Il Cinema Italiano*. Bologna : Il Mulino, 2021. str. 188. EAN 9788815291912 .

**DURIE, J., PHAM, A. a WATSON, N. 2000.** *Marketing and selling your film around the world: a guide for independent filmmakers*. Beverly Hills : Silman-James Press, 2000. str. 260. Sv. I. vydání, str. 27 - 34.

**SCHER, Lucy. 2011.** *Reading Screenplays: How to Analyse and Evaluate Film Scripts*. [editor] ISBN: 9781842435106. místo neznámé : Oldcastle Books Ltd, 2011. str. s. 161. 978-1-84243-511-3.

### Seznam použitých českých internetových zdrojů

**APA. 2021.** Bilanční zpráva 2019 / 2020. *Český AV průmysl: Po rekordním roce 2019 přišel propad*. 2021.

**ČFK. 2023.** Proč pobídky. *Česká filmová komise*. [Online] 2023. [Citace: 16. 09 2022.] <https://filmcommission.cz/cs/incentives/key-points/>.

**ČFK. 2023.** Regionální filmové kanceláře. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] <https://filmcommission.cz/cs/regions/regional-film-offices/>.

**ČSÚ. 2023.** *Indexy spotřebitelských cen - inflace - leden 2023*. [Online] 2023. [Citace: 15. 01 2023.] <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/indexy-spotrebitelskych-cen-inflace-leden-2023>.

**ČSÚ. 2017.** Kulturní průmysl v ČR: Audiovizuální a mediální sektor 2017. [Online] 2017. [Citace: 15. 04 2023.] <https://www.czso.cz/documents/10180/61629734/090004-18k6.pdf/60da1b1d-9c49-4cfc-98e3-2364a75acdb3?version=1.0>.

**ČSÚ. 2020.** Kulturní průmysly v ČR: Audiovizuální a mediální sektor 2020. *Kapitola 5 - Film a hudba*. [Online] 2020. [Citace: 15. 01 2023.]

<https://www.czso.cz/documents/10180/142872066/09000421k6.pdf/cc130615-f7bf-4811-8d81-e5295a7e8c10?version=1.1>.

**ČT. 2022.** Tiskové zprávy. *Česká televize plánuje do roku 2024 škrty ve výši 910 milionů korun*. [Online] 31. 05 2022. [Citace: 19. 09 2022.] <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/press/tiskove-zpravy/?id=9709>.

**ČT. 2019.** Výroční zpráva o činnosti v roce 2019. *Česká televize a česká kinematografie v roce 2019*. [Online] 2019. [Citace: 19. 09 2022.]

[https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1618.pdf?v=1&\\_ga=2.111820292.1695923152.1667992787-297153687.1667992787](https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1618.pdf?v=1&_ga=2.111820292.1695923152.1667992787-297153687.1667992787).

**ČT. 2020.** Výroční zpráva o činnosti v roce 2020. *Česká televize a česká kinematografie v roce 2020a o činnosti v roce 2020*. [Online] 2020. [Citace: 19. 09 2022.]

[https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1759.pdf?v=2&\\_ga=2.107937154.1012934752.1667992789-1502930654.1667992787](https://img.ceskatelevize.cz/boss/document/1759.pdf?v=2&_ga=2.107937154.1012934752.1667992789-1502930654.1667992787).

**DANELOVÁ, M. a ROHÁČOVÁ, K. 2020.** iROZHLAS. *Obrazem: zvuk do autorádia, místa vlastní. Koronavirus proměnil Česko v zemi autokín*. [Online] 16. 05 2020. [Citace: 20. 09 2022.] [https://www.irozhlas.cz/kultura/film/autokino-foto-reportaz-cesko-film-projekce-koronavirus\\_2005160921\\_kro](https://www.irozhlas.cz/kultura/film/autokino-foto-reportaz-cesko-film-projekce-koronavirus_2005160921_kro).

**DENÍK.CZ. 2021.** V pondělí mohou znovu otevřít kina. Multiplexy však čekají na prodej občerstvení. *deník.cz*. [Online] 23. 05 2021. [Citace: 16. 09 2022.]

[https://www.denik.cz/z\\_domova/cesko-koronavirus-uvolneni-opatreni-kina-20210523.html](https://www.denik.cz/z_domova/cesko-koronavirus-uvolneni-opatreni-kina-20210523.html).

**FRAŇKOVÁ, Helena Bezděk. 2021.** Hodnotící zpráva Státního fondu kinematografie za rok 2020. *Státní fond kinematografie*. [Online] 19. 02 2021. [Citace: 30. 08 2022.]

[https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty\\_file/hodnotici-zprava-za-rok-2020-3-files-merged-1092.pdf](https://www.mkcr.cz/doc/dokumenty_file/hodnotici-zprava-za-rok-2020-3-files-merged-1092.pdf).

**CHALUPSKÝ, Martin. 2021.** FILMOVÁ NADACE: Autoři, zbystřete. Blíží se uzávěrka nového kola scenáristické soutěže. *Martin Chalupský*. [Online] 11. 02 2021. [Citace: 18. 04 2023.] <https://www.innogy.cz/o-innogy/press-centrum/tiskove-zpravy/filmova-nadace-autori-zbystrete-blizi-se-uzaverka-noveho-kola-scenaristicke-souteze/>.



**İDNES. 2022.** idnes.cz. *Čerpací stanice reagují na pokles cen ropy. Paliva zlevnila až o korunu.* [Online] 04. 08 2022. [Citace: 30. 08 2022.]  
[https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/benzin-nafta-pohonne-hmoty-tankovani-ropa-barel-brent.A220804\\_084526\\_ekonomika\\_vebe](https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/benzin-nafta-pohonne-hmoty-tankovani-ropa-barel-brent.A220804_084526_ekonomika_vebe).

**KINKOR, O. 2021.** FORBES. *Energetická krize v otázkách a odpovědích. Co znamená pro český byznys?* [Online] 18. 10 2021. [Citace: 01. 09 2022.] <https://forbes.cz/energeticka-krize-v-otazkach-a-odpovedich-co-znamena-pro-cesky-byznys/>.

**LEŠKA, Rudolf. 2020.** APA-newsletter-2. *Audiovizuální průmysl - COVID 19 - Důležité pokyny pro producenty, APA NEWSLETTER #2.* [Online] 24. 03 2020. [Citace: 30. 08 2022.] <https://asociaceproducentu.cz/novinka/apa-newsletter-2>.

**MEDIA. 2023.** *Kreativní Evropa.* [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.]  
<https://www.kreativnievropa.cz/o-programu/co-je-kreativni-evropa>.

**MEDIA. 2022.** REPORT 2021. *REPORT 2021.* [Online] 2022. [Citace: 15. 04 2023.]  
[https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021\\_final.pdf](https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2022/10/Report-2021_final.pdf).

**MKČR. 2023.** *Eurimages.* [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.]  
<https://www.mkcr.cz/eurimages-cs-547>.

**MPO. 2022.** Vláda schválila zastropování cen energií. Pomůže jak domácnostem, tak firmám. *Ministerstvo průmyslu a obchodu.* [Online] 05. 10 2022. [Citace: 15. 01 2023.]  
<https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/vlada-schvalila-zastropovani-cen-energi--pomuze-jak-domacnostem--tak-firmam--270228/>.

**MZČR. 2020.** Mimořádné opatření ze dne 10.3.2020. *zákaz konání akcí nad 100 osob od 18 hodin.* [Online] 10. 03 2020. [Citace: 16. 09 2022.] <https://www.mzcr.cz/wp-content/uploads/wepub/18697/40548/Mimo%C5%99%C3%A1dn%C3%A9%20opat%C5%99en%C3%AD%20-%20z%C3%A1kaz%20kon%C3%A1n%C3%AD%20akc%C3%AD%20nad%20100%20osob%20od%2018%20hodin%20dne%2010.%203.%202020%20-.pdf>.

**SFKMG. 2023.** Informace k opatření ředitele č.3 ze dne 23.9.2023. *SFK.* [Online] 23. 09 2023. [Citace: 13. 04 2023.]  
<https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/Informace%20k%20Opat%C5%99en%C3%AD%20%C5%99editele%20SFKMG%20%C4%8D.3%20ze%20dne%2023.9.2022.pdf>.

**SFKMG.** Manuál pro žadatele. [Online] [Citace: 17. 04 2023.]  
[https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/KK/manual\\_zadatele\\_2021.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/fond/KK/manual_zadatele_2021.pdf).

**SFKMG. 2023.** Průvodce žadatele o filmovou pobídku. [Online] 2023. [Citace: 16. 03 2023.] [https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/filmove%20pobidky/Pruvodce\\_zadatele\\_filmove%20pob%C3%ADdky\\_102022.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/files/filmove%20pobidky/Pruvodce_zadatele_filmove%20pob%C3%ADdky_102022.pdf).

**SZCZEPANIK, Petr a spol., a. 2018.** Mapa audiovizuálního pole v České republice z hlediska digitalizace a strategie pro jednotný digitální trh, UP,. *Research Gate*. [Online] 12 2018. [Citace: 16. 09 2022.] [https://www.researchgate.net/publication/329811154\\_Map\\_audiovizualniho\\_pole\\_v\\_Ceske\\_republice\\_z\\_hlediska\\_digitalizace\\_a\\_strategie\\_pro\\_jednotny\\_digitalni\\_trh](https://www.researchgate.net/publication/329811154_Map_audiovizualniho_pole_v_Ceske_republice_z_hlediska_digitalizace_a_strategie_pro_jednotny_digitalni_trh).

**SZCZEPANIK, Petr, a další. 2021.** *Dopad epidemie nemoci COVID-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu*. [Online] 12. 2021. [Citace: 15. 04 2023.] [https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady\\_covid.pdf](https://is.muni.cz/publication/1846657/dopady_covid.pdf). MUNI,UP v Olomouci, VŠFS, 2021.

**ULDRICHOVÁ, Helena. 2006.** Přiblíží se česká kinematografiestandardům platným v EU? *CINEPUR*. [Online] Praha, 2006. [Citace: 04. 13 2023.] <http://cinepur.cz/article.php?article=1102>.

**barrandov.cz. 2023.** Koprodukce. Barrandov je film. [Online] 2023. [Citace: 18. 04 2023.] <https://www.barrandov.cz/o-nas/koprodukce/>.

**ZELENKA, Filip. 2021.** E15.CZ. *Streamovací služby prolomily rekordní hranici miliardy předplatných*. [Online] 21. 03 2021. [Citace: 10. 09 2022.] <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/streamovaci-sluzby-prolomily-rekordni-hranici-miliardy-predplatnych-1379020>.

## Seznam použitých zahraničních internetových zdrojů

**COUDAUD, Ludovic. 2019.** Mastering the 7 Stages of Film production. *NYFA, USA*. [Online] 21. 06 2019. [Citace: 16. 08 2022.] <https://www.nyfa.edu/student-resources/7-stages-film-production/>.

**EU, Evropská komise. 2023.** Zelená dohoda pro Evropu. *commission.europa.eu*. [Online] 2023. [Citace: 15. 04 2023.] [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_cs](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_cs).

- EU, Evropská rada a Rada. 2022.** Ceny energií a bezpečnost dodávek. *Consilium.europa.eu*. [Online] 21. 12 2022. [Citace: 19. 08 2022.] <https://www.consilium.europa.eu/cs/policies/energy-prices-and-security-of-supply/>.
- PAUME, Florian. 2015.** Étape 1: Le développement d'une idée, Les étapes de fabrication d'un film. *Retour vers le cinema*. [Online] 29. 04 2015. [Citace: 16. 08 2022.] <https://retourverslecinema.com/les-etapes-de-fabrication-dun-film/>.
- SHETH, Jagdish. 2020.** Journal of Business Research 117. *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?* [Online] 09 2020. [Citace: 20. 09 2022.] <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303647>.
- TAYLOR, Steven, a další. 2020.** ResearchGate. *COVID stress syndrome: Concept, structure, and correlates*. [Online] 12. 05 2020. [Citace: 20. 09 2022.] [https://www.researchgate.net/publication/342711579\\_COVID\\_stress\\_syndrome\\_Concept\\_structure\\_and\\_correlates](https://www.researchgate.net/publication/342711579_COVID_stress_syndrome_Concept_structure_and_correlates).
- WHO. 2021.** Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted? *World Health Organization*. [Online] 23. 12 2021. [Citace: 30. 08 2022.] <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/coronavirus-disease-covid-19-how-is-it-transmitted>.

## Seznam ostatních zdrojů

- KALLISTA, Jaromír. 2020.** Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2020.
- KALLISTA, Jaromír. 2021.** Přednáška. Praha : FAMU, 2021.
- LETOCHOVÁ, Michaela. 2017.** Systém podpory Státního fondu kinematografie na výrobu českých celovečerních hraných filmů. *Diplomová práce*. Brno : Masarykova Univerzita, 2017.
- SEDLÁČKOVÁ, D. 2012.** *Marketingové strategie v období developmentu filmového projektu*. Katedra produkce, FAMU. Praha : AMU, 2012. str. 26, Bakalářská práce.
- ŠVECOVÁ, Marta. 2022.** Přednáška. *Přednáška FAMU*. Praha : FAMU, 2022.
- VLACH, J. 2006.** Development z pohledu českého producenta celovečerních filmů. Praha : FAMU, Bakalářská práce, 2006. str. 26.

## Seznam ostatních zdrojů – zákonné normy

Zákon č. 241/1992 Sb. *Zákon České národní rady o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie* – zrušen k 1.1.2013

Zákon č. 496/2012 Sb. *o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů* (zákon o audiovizí)

Zákon č. 483/1991 Sb. *Zákon České národní rady o České televizi*

## Seznam příloh

- Příloha 1
- Příloha 2
- Příloha 3

# Příloha 1

## Seznam oslovených českých producentů

1. Pavel Berčík
2. Rudolf Biermann
3. Petr Bílek
4. Petr Bobinski
5. Šárka Cimbálová
6. Adam Dvořák
7. Petr Erben
8. Kristina Hejduková
9. Martin Hůlovec
10. Marek Jeníček
11. Jan Kallista
12. Jaromír Kallista
13. Roman Kašparovský
14. Aleš Komárek
15. Jiří Konečný
16. Petr Oukropec
17. Přemysl Pražský
18. Pavel Strnad
19. Vratislav Šlajer
20. Ondřej Zima
21. Petr Vachler
22. Pavel Vácha

## Příloha 2

Vážen... pan... ,

jsem studentem 3. ročníku bakalářského studia katedry produkce FAMU. Pracuji na své bakalářské práci věnované **vnějším faktorům ovlivňujícím development českého celovečerního filmu v období 2020 - 2023**. Vnějšími faktory mám na mysli post-pandemické období, válku na Ukrajině, energetickou krizi, vysokou inflaci, škrtnání veřejných zdrojů a změnu chování českého diváka. Rád bych v práci nabídl nejen teoretickou rovinu věnovanou obecným definicím, pojmům, ale například i analýzu současné návštěvnosti českých kin či pohled na tuto problematiku klíčových zástupců producentké filmové industrie.

Rád bych Vás proto touto cestou zdvořile požádal o pomoc ve formě vyplnění následujícího dotazníku.

Veškeré informace budou použity pouze pro účely zpracování mé bakalářské práce na výše zmíněné téma.

Své odpovědi, prosím, vpisujte přímo do tohoto dokumentu za položené otázky. Samozřejmě, pokud Vám tato forma vyhovuje.

Předem děkuji za čas, ochotu a pomoc.

Matouš Macháček

---

### **D o t a z n í k - Vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního filmu v období 2020 - 2023.**

1. Ovlivnilo post pandemické období development vašich filmových projektů?  
Pokud ano, tak jak? V pozitivním i negativním slova smyslu.
2. Mělo vliv na development vašich projektů současné zdražování energií, pohonných hmot a také zvyšování realizačních nákladů?
3. Jste schopen konkrétně vyčíslit v procentech, na kolik se promítlo post-pandemické období, období energetické krize, inflace, válka na Ukrajině atd. do navýšení rozpočtu?
  - 1-5%
  - 5-10%
  - 10-15%
  - 15 % a více
4. Mělo, či má, vliv pozastavení filmových pobídek a snížení podpory filmových projektů ze strany ČT na váš projekt?  
Jak jste problém vyřešil?
5. Změnilo podle Vás post-pandemické období chování diváků?  
A proč?
6. Jak se tato změna dotkla Vašich projektů?
7. Který z výše jmenovaných vnějších faktorů má na Vás největší dopad?

## Příloha 3

### PODKLADY PRO ROZHOVOR S PRODUCENTY

#### Otázky na téma:

#### Vnější faktory ovlivňující development českého celovečerního filmu v období 2020 - 2023

1. Ovlivnilo post pandemické období development vašich filmových projektů?  
Pokud ano, tak jak? V pozitivním i negativním slova smyslu.
2. Mělo vliv na development vašich projektů současné zdražování energií, pohonných hmot a také zvyšování realizačních nákladů?
3. Jste schopni konkrétně vyčíslit v procentech, na kolik se promítlo post-pandemické období, období energetické krize, inflace, válka na Ukrajině atd. do navýšení rozpočtu?  
1-5%  
5-10%  
10-15%  
15 % a více
4. Mělo, či má, vliv pozastavení filmových pobídek a snížení podpory filmových projektů ze strany ČT na váš projekt?  
Jak jste problém vyřešil?
5. Změnilo podle Vás post-pandemické období chování diváků?  
A proč?
6. Jak se tato změna dotkla Vašich projektů?
7. Který z výše jmenovaných vnějších faktorů má na Vás největší dopad?