

Aleš Danielis

Česká filmová distribuce 2007–2016

Desetiletí změny

A/ Úvod aneb Proč to vlastně píši

Když jsem se před deseti lety pustil do práce mapující dvacetiletí české filmové distribuce od roku 1987 do roku 2006,¹⁾ viděl jsem v tom příležitost zaznamenat způsob, jak v průběhu sledovaných let došlo k transformaci od státně monopolizovaného systému k standardnímu evropskému filmovému trhu. Ve své práci jsem se nesnažil postihovat nějaké obecné trendy, protože jsem si byl vědom, že v každé zemi k tomuto procesu docházelo velmi individuálně a trval různou dobu. Záleželo na formě a zkosnatělosti státního systému v jednotlivých zemích i způsobu, jak vlastní privatizace probíhala. Chtěl jsem zachovat určité informace o české formě transformace distribuce.

Dnes se vracím k obdobnému tématu mapujícímu vývoj české filmové distribuce v následujících deseti letech od roku 2007 do roku 2016. Tentokrát ovšem popisuji dobu, v jejímž průběhu se velmi podstatně změnila filmová distribuce na celém světě. Nešlo o změnu politickou a vlastnickou, ale proměnu technologickou, která ovšem měla významný dopad prakticky na všechny oblasti šíření audiovizí. Kinematografie za více než století své existence prožila vlastně jen dvě takto zásadní technologické proměny. Velkou inspirací pro mě proto byla i kniha Petra Szczepanika *Konzervy se slovy*,²⁾ kde na několika příkladech popisuje proměnu němé kinematografie na zvukovou. Se zájmem jsem sledoval, jak celá řada postupů byla v průběhu obou technologických přeměn podobná. Jednotlivým aspektům digitalizace filmové distribuce jsem se ostatně v minulých letech věnoval i v řadě dílčích článků, úvah a studií.

Zároveň se ovšem obě technologické přeměny velmi výrazně liší ve dvou aspektech. Kinematografie byla v době proměny již zavedené odvětví, které se vymanilo ze svých pouťových počátků a naplňovalo dokumentační, zábavnou i uměleckou funkci. Zvuk byl

1) Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989. *Iluminace* 19, 2007, č. 1, s. 53–104.

2) Petr Szczepanik, *Konzervy se slovy. Počátky zvukového filmu a česká mediální kultura 30. let*. Brno: Host 2009.

klíčovým krokem k posílení významu tohoto média a impulzem k rozvoji klasické filmové distribuce, která ještě neměla bezprostřední konkurenci. Naopak k digitalizaci byla klasická filmová distribuce vlastně donucena. Digitální formát již pronikl do výroby a digitalizovaly se i další distribuční cesty, které audiovizi divákům zprostředkovávají. Když film promluvil, byla to pro diváky úžasná přidaná hodnota, každý okamžitě poznal, že film dostal nový rozměr. Digitalizace se však odehrála zejména v technickém zázemí kin. Většina diváků pravděpodobně vůbec nerozlišuje, z jakého formátu je film promítán. Přesto digitalizace filmové distribuce přinesla do kin i novinky, které řada diváků dokáže ocenit. Průlom v zážitku, který přinesl zvuk, to však není.

Hlavním záměrem mé práce je popsat proměnu klasické filmové distribuce v posledních deseti letech. Klasickou filmovou distribucí nazývám cestu filmu k divákům prostřednictvím veřejných projekcí zejména v kinech. Ta se ovšem vyvíjí v kontextu rozvoje šíření audiovizuálních záznamů k individuální spotřebě, a proto věnuji následující kapitolu právě této otázce. Významnou součástí změn v posledních deseti letech byl i postoj státu k rozvoji české kinematografie včetně legislativních změn a jejího financování v kontextu Evropské unie. V průběhu sledovaných deseti let lze registrovat tři rozdílná období. V letech 2007 a 2008 ještě dožívá analogová forma distribuce. V období 2009 až 2012 dochází k zásadní technologické proměně filmové distribuce v České republice s dopadem na všechny její oblasti a formy. Konečně v letech 2013 až 2016 se již stabilizuje nová éra s novými zkušenostmi, problémy i možnostmi. Toto členění sice více odpovídá struktuře kapitol předcházející studie, ale tentokrát jsem považoval za přehlednější členit práci podle jednotlivých procesů a subjektů, které proces transformace ovlivňovaly a byly jím ovlivňovány.

B/ Jak to, že kina vlastně ještě nezanikla

V roce 1895 se poprvé lidé měli možnost setkat s pohyblivými obrázky a fascinovalo je to. Obrovský nárůst zájmu o tuto formu atrakce, zábavy, vzrušení a poučení vedl ke vzniku filmového průmyslu.

Ve čtyřicátých letech minulého století se zahájil přesun pohyblivých obrázků do domácností. Z počátku ve velmi špatné kvalitě, avšak informace, zábavu, vzrušení i poučení, které audiovizuální průmysl vytvářel, bylo možné sledovat i doma. Televizní průmysl rostl a již v padesátých letech se ve svém objemu vyrovnal klasické kinematografii. Poprvé se začalo mluvit o možném zániku kin. Je samozřejmě pravda, že kina ztratila mnoho potenciálních diváků, kteří dali přednost možnosti sledovat filmy v horší kvalitě, ale v klidu doma. Ovšem kvalita projekce, sociální aspekt a do jisté míry i časový předstih při uvádění filmů v kinech jim udržely dostatečný počet platících diváků pro další rozvoj.

Klasická televize přinesla do audiovizuálního průmyslu mnoho nových podnětů, vedle filmů v kinech konkurovala i rozhlasovému vysílání, přinášela aktuální zprávy a sportovní přenosy. Přední televizní odborník Ivo Mathé zdůrazňuje, že právě přímé přenosy sportovních událostí byly často iniciátorem technologického vývoje.³⁾ Z počátku bylo samozřejmě možné pouze lineární sledování. Klíčovou otázkou se však brzy stalo, jak zá-

3) V osobním rozhovoru.

znam zachovat a uložit operativnějším způsobem než složitým procesem přes klasickou filmovou surovinu. Konec konců právě při přenosu sportu je nejzajímavější možnost opětovně se podívat na vstřelený gól, doběh důležitého závodu, skvělý tenisový úder a podobně. Schopnost pořízení audiovizuálního záznamu události a operativní možnost její opětovné reprodukce má navíc nepřehlédnutelný vojenský a bezpečnostní význam. Proto není překvapení, že tato možnost byla technologicky vyřešena a v její návaznosti se začaly rozšiřovat nosiče audiovizuálních programů, které bylo možné sledovat v domácnosti.

Videodistribuce svůj život začala samozřejmě v analogové formě, počáteční souboj vyhrál nad Betou a Videem 2000 formát VHS. Vznikla však nová zkušenost, mohli jste se na filmy dívat doma, a sami si určit, kdy a na co se budete dívat bez fatální podřízenosti lineárním vysílatelům. A zase se začalo hovořit o možném zániku kin. Kina opětovně něco ztratila, avšak propad již zdaleka nebyl tak výrazný jako při nástupu a rozvoji televizního vysílání. V České republice se legální videodistribuce rozšířila v polovině osmdesátých let s určitým zpožděním po zbytku světa, kde tato forma poskytování audiovizuálních záznamů fungovala již od sedmdesátých let. Státně monopolní kinematografický systém i televizní vysílání byly poměrně lehce kontrolovatelné a systém se snažil na venek působit, že provádí „výběr“, nikoli cenzuru. To ovšem v rámci individuální konzumace přenosných nosičů audiovizuálních záznamů možné nebylo. Volně nakupovat licenční práva pro naše teritorium sice možné nebylo, ale dovoz kazet a jejich domácí rozmnožování efektivně uhlídat prostě nešlo. Paralelní trh s nelegálními záznamy audiovizuálních děl kvetl a vzhledem k dožívajícímu systému politické cenzury šlo vlastně o zásluhou protistátní činnost šíření západní kultury. Tento aspekt bohužel dodnes sehrává negativní roli při přístupu k nelegálnímu šíření audiovizuálních děl v době, kdy již tato činnost v sobě nese pouze ekonomické motivy bez politických konotací.

Do nové etapy po zániku státního monopolu, legálně potvrzeného zákonem z roku 1993, vstoupila česká kina s konkurencí analogové televize a prudce se rozvíjející videodistribucí prostřednictvím VHS kazet. Vlivem systému, jakým fungovala v Československu kinematografie, bylo vlastnictví kin v drtivé míře v rukou národních výborů transformujících se na městské a obecní úřady. Na rozdíl od řady okolních zemí tedy nedošlo vlivem privatizace k rozpadu sítě kin. Celková návštěvnost sice razantně poklesla, ale důvodem nebyl masivní zánik kin, ale rozšiřující se možnosti pracovního a společenského uplatnění i nepoměrně širší variabilita alternativních forem trávení volného času včetně nabídky televizních programů a videodistribuce.

V devadesátých letech minulého století se celý audiovizuální sektor začal postupně digitalizovat. S možnostmi prvních digitálních zařízení se proměňovalo nejen šíření audiovizuálních záznamů, ale také jejich tvorba. Digitální natáčení, digitální triky, digitální postprodukce, to vše šlo ruku v ruce i s první digitalizací distribuce. Tu představoval příchod DVD, které se zrodilo v Japonsku v roce 1995 a v roce 1997 byly první filmy na tomto nosiči nabízeny i v naší videodistribuci. Nastup digitální technologie do domácností však nebyl nijak rychlý. Prodej DVD překonal kazety VHS poprvé až v roce 2004. 20. června 2006 byly vydány první filmy na Blu-ray discích. Tento formát ještě čekal souboj s HD DVD, který skončil až v roce 2008.⁴⁾

4) Thomas K. Arnold, All Hollywood studios now lined up behind Blu-Ray. *Reuters*, 21. 2. 2008. Dostupné

V roce 1995 bylo u nás zahájeno zkušební digitální televizní vysílání. Česká televize zahájila řádné digitální vysílání 21. 10. 2005, přičemž k vypnutí analogového pozemního vysílání došlo 30. 11. 2011. Na digitální formu přešel nejmasovější prostředek šíření audiovizuálních programů. Dávno před tím, 13. 2. 1992, byl poprvé na půdě ČVUT prezentován v České republice Internet. S příchodem internetu samozřejmě přichází myšlenky, jak zajistit přístup k audiovizuálním dílům jeho prostřednictvím. Pro tuto formu postupně převládá pojem VOD (video on demand). Koncem roku 2006 registruje European Audiovisual Observatory 142 placených VOD služeb operujících v Evropě. V roce 2009 jich je již 650.⁵⁾

V roce 2006 tedy již existovaly tři silné alternativní cesty audiovizuálních děl za divákem. Klasická televizní cesta, která byla v průběhu digitalizace, videodistribuce v období svého zlatého věku již s jednoznačnou převahou digitální formy prezentované DVD a nová média, jak se v té době nazývala rozvíjející online distribuce. S online přenosem audiovizuálních děl navíc extrémně narostlo jeho neautorizované sdílení. Co teď s kiny, když již divák ani nemusí shánět nosič, jen si vezme obrazovku a pustí, co chce? Dnes již žijeme v plně audiovizuálním světě a audiovize je současným jazykem, ve kterém se můžeme vyjadřovat rovnocenně s mluveným nebo psaným slovem a kterým jsme neustále obklopeni.

Již v roce 2013 jsem v *Illuminaci* v článku „Svět filmu bez perforace“⁶⁾ nastínil několik okolností, které způsobují, že klasická filmová distribuce se pod vlivem digitalizace transformuje, nikoli ovšem, že by byla rozvojem digitálního šíření ohrožena její existence. Šíření audiovizuálních děl se rozdělilo na dvě klíčové oblasti, z nichž jednou jsou *Cinematic rights*, neboli šíření filmů prostřednictvím veřejných projekcí, tedy to, co v textu nazývám klasickou distribucí, a druhou je *Home media distribution* zaměřené na šíření audiovizuálních záznamů k individuální spotřebě. Do oblasti *Home media distribution* se sloučila původní videodistribuce, televizní vysílání a stále se rozvíjející online šíření.

Veřejné projekce audiovizuálních děl, jejichž nejvýznamnějším představitelem jsou právě kina, mají svůj neoddelitelný sociální aspekt, jehož součástí je i společný zážitek ze sledování filmu. Jejich technologické proměny ve sledovaných letech se věnují v dalších kapitolách. Kvalita projekce v kinech se zlepšuje po stránce obrazu i zvuku. Zároveň ovšem dochází i k rozvoji alternativních forem společného sledování audiovizuálních děl. Jednou variantou může být komunitní a sociální diferenciaci. Jako příklad lze uvést filmové kluby, festivaly a nejrůznější eventové projekce. Na druhé straně se veřejné projekce mohou vymanit z klasických kin a být součástí stále populárnějších letních kin, výstav, veřejných performancí, videomappingu, akcí typu *hidden cinema* a podobně. Alternativní distribuce hledá nové nebo se i vrací ke klasickým formám šíření filmů a některé z nich se pak zabývají ve standardním distribučním procesu. Tím nechci popírat, že atraktivita ná-

online: <<https://www.reuters.com/article/us-bluray/all-hollywood-studios-now-lined-up-behind-bluray-idUSN2118265320080221>>, [cit. 7. 9. 2017].

5) European Audiovisual observatory, Video on demand and catch-up TV in Europe. 2009. Dostupné online: <https://web.archive.org/web/20111003132457/http://www.obs.coe.int/oea_publ/market/vod2009.html>, [cit. 7. 9. 2017].

6) Aleš Danielis, Svět filmu bez perforace. Hrozby a příležitosti digitální filmové distribuce. *Illuminace* 25, 2013, č. 2, s. 89–101.

vštevky kina vzhledem ke ztrátě exkluzivity utrpěla a že i ji postihují nové formy nelegálního neautorizovaného šíření audiovizuálního obsahu. Skutečný boj se však odehrává jinde.

Původní lineární sledování audiovizuálních programů velkých televizních vysílatelů v domácnostech bylo nejprve narušeno možností zapůjčení nebo koupě audiovizuálního díla na nosiči a následně i streamingem nebo downloadingem dalších audiovizuálních děl prostřednictvím internetového připojení. Rozšíření technologických možností individuálního sledování audiovizuální tvorby umožnilo výrazné rozšíření legální i nelegální nabídky dostupných programů. Zároveň se individuální sledování audiovizuálních děl nekonzcentruje na klasické televizní obrazovky. Nejprve přibýly počítačové monitory a následně notebooky, ultrabooky, tablety a nakonec chytré mobilní telefony. Většina velkých televizních vysílatelů se situaci přizpůsobuje a rozšiřuje svoji nelineární nabídku (Catch-up TV). Rozšiřování nelineární nabídky audiovizuálního obsahu již nemá bezprostřední vliv na klasickou filmovou distribuci, ale narušuje prostor klasického televizního vysílání. Několikrát jsem slyšel úvahy o ohrožení kin potenciálním rozvojem Netflixu, ovšem tam, kde je Netflix rozšířen, nepoklesla návštěvnost kin, ztrácí spíše klasické televizní vysílání. Tento konkurenční boj se neustále zvětšuje a lze očekávat jeho další nárůst v nejbližší budoucnosti.

Ovšem není na místě očekávat zánik lineárního příjmu audiovizuálních děl. Lineární sledování má celou řadu výhod, od pohodlnosti potenciálních uživatelů až k zájmu sledovat aktuální dění prostřednictvím zpravodajství, sportovní události, umělecké výkony i nejrůznější soutěže a reality show. Paradoxně část lineárního sledování uměleckých výkonů či sportovních událostí se díky digitalizaci přesunulo i do kin a na náměstí v rámci tzv. alternativního obsahu. Skončí ovšem doba omezeného množství televizních programů sledovaných lineárně drtivou většinou obyvatelstva. Tento trend již v současnosti vede stávající vysílatele k nárůstu nabízených programových kanálů. Přibývá řada dalších subjektů, které nabízí a nadále budou nabízet alternativu dosud dominujícím televizním vysílatelům. Jde zejména o silné telekomunikační společnosti a subjekty nabízející audiovizuální obsah na internetu formou IPTV.

Lineární sledování audiovizuálního programu tedy nepochybně zůstane zachováno, ale řádově se zvyšuje konkurence v této oblasti. Jinými slovy, právě klasická televize dnes zažívá to, co zažívala v minulém století kina s jejím nástupem. K posunu dochází zároveň generační proměnou, protože bude postupně ubývat potenciálních zákazníků, kteří konzervativně zachovávají věrnost klasickým zdrojům. Naopak roste nová generace, která osobní vazbu na klasické poskytovatele lineárních audiovizuálních programů nemá.

Největší rozvoj zaznamenává v posledních letech právě nelineární nabídka audiovizuálních děl k individuální spotřebě. Dominance přenosných záznamů s audiovizuálními díly v počátku tisíciletí definitivně skončila. Pronájem nosičů ve videopůjčovnách je již historií a půjčování zůstane zřejmě doménou veřejných knihoven, prodej se výrazně snížil. Velmi zásadním způsobem poklesl význam tohoto segmentu jako potenciálního zdroje pro producenty audiovizuálních děl. Přesto tato forma nevymizela a nepochybně nevymizí ani v dohledné budoucnosti. Základem obchodu s nosiči audiovizuálních záznamů jsou velké divácké hity zejména rodinného charakteru spojené často s velkou nabídkou doprovodného zboží (merchandisingu). Druhou úspěšnou variantou jsou speciální edice a luxusní kolekce pro sběratele. Tento typ nabídky má a zjevně i v budoucnosti bude mít

své zákazníky. Třetí variantou pak je individuální prodej jednotlivých děl určených k aktuální spotřebě nebo pro archivaci oblíbených děl. V této kategorii je zatím ještě nejvíce produktů, ale objemy prodeje jsou velmi nízké.

Rozvoj individuální nabídky děl prostřednictvím internetu je dnes nejaktuálnější. Tato forma obdobně jako původní televizní vysílání nabývá všech základních obchodních forem od pay-per-view s platbou za konkrétní program formou TVOD a EST,⁷⁾ pokračuje přes Pay TV reprezentované zejména SVOD až k celé řadě možností odpovídající Free TV typově AVOD, které stejně jako televize využívá reklamu. Online šíření ovšem může stejně jako ostatní formy šíření využívat i veřejné zdroje nebo být financováno alternativními formami.

Závěrem je nutno konstatovat, že právě tato poslední forma distribuce audiovizuálních záznamů je nejvíce postižena ve svém obchodním rozvoji nelegální nabídkou audiovizuálních programů, nerespektující autorská práva a výrazně omezující finanční zdroje menších producentů, kteří jsou dnes na těchto příjmech stále více závislí. Na způsobu vyrovnání se se zcizováním autorských děl bude záviset i další rozvoj těchto platforem a nezávislé produkce audiovizuálních děl pro toto užití.

S vědomím překotného vývoje, který aktuálně prožíváme, bych chtěl opustit svět Home media entertainment a soustředit se nadále na klasickou filmovou distribuci. Než tak udělám, nemohu si odpustit jednu aktuální poznámku. V průběhu MFF v Cannes v květnu 2017 došlo k výraznému zviditelnění Netflixu v souvislosti s uvedením dvou jeho filmů v soutěži, které ovšem Netflix odmítl uvést ve francouzských kinech. Festival ohlásil změnu pravidel, která mají pro příští ročníky vyloučit uvedení takovýchto filmů ve festivalové soutěži a mnoho novinářů tento konflikt prezentovalo jako souboj Netflix versus kina. Tak to ovšem vůbec nebylo. Netflix se apriorně nebrání akvizici filmů uvedených v kinech, ovšem s výjimkou Francie. Důvodem bojkotu francouzských kin však nejsou kina, ale pravidlo, že filmy uvedené v kinech ve Francii smějí být k dispozici formou SVOD až 36 měsíců po uvedení v kinech, a tedy až následně po placení, ale i neplacené televizi. A právě toto ustanovení je oním rozhodujícím zdrojem sporu. Je opravdu logické, že DVD může být v prodeji po 92 dnech, ale SVOD po více než tisíci? Je správné, že klasický vysílatel provozující neplacené lineární vysílání má přednost před placenou online službou? To jsou závažné otázky, které jsou v současné době nastoleny nejen ve Francii, kde je situace extrémní. Jádrem sporu tedy nejsou kina, ale nesmyslné nařízení, že v případě uvedení filmu v kině je film k dispozici pro Free TV dříve než pro SVOD.⁸⁾

C/ Co na to stát?

Po tom, co se v roce 2006 podařilo zamezit přijetí novely zákona o Fondu kinematografie, která jednoznačně převáděla plnou odpovědnost za financování české kinematografie ze státu na podnikatelskou obec, došlo po počátečním roztrpčení řady filmařů k zahájení

7) Použité zkratky jsou vysvětleny ve slovníku pojmů na konci textu. Pozn. red.

8) European Commission, Information Sheets for every Member State's release windows. 29. 7. 2014. Dostupné online: <http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=6598>, [cit. 7. 9. 2017].

práci na koncepci nového zákona. Státní fond na podporu a rozvoj české kinematografie obdržel v roce 2007 mimořádnou dotaci 100 milionů Kč, což je část sumy, o které jednali zástupci filmařů s politiky po neschválení původních novel. Ještě koncem roku 2007 přistála ve fondu další mimořádná dotace 100 milionů korun pro rok 2008 a zároveň 1. listopadu 2007 vstoupil v platnost Zákon 304/2007 Sb., na jehož základě převáděla Česká televize z výnosu z reklam částku 12 500 000 Kč měsíčně Státnímu fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie (SFPRČK) do dokončení přechodu zemského analogového televizního vysílání na zemské digitální televizní vysílání. Z téhož důvodu však bylo předem ohlášeno, že v roce 2009 s další dotací již SFPRČK počítat nemůže. K posunu v systémovém řešení české kinematografie ovšem v uvedeném období nedošlo. Teze zákona o kinematografii, které dokončila pracovní skupina při ministerstvu kultury složená ze zástupců všech rozhodujících filmařských subjektů již v březnu 2007, volně putovaly po kancelářích různých úřadů, zmutovaly do podoby vzdálené původním idejím a tiše zhynuly. Po velmi krátké epizodě Heleny Třeštíkové na počátku roku 2007 byl v tomto období ministrem kultury Václav Jehlička, ale až po nástupu tzv. úřednické vlády 8. 5. 2009 došlo pod vedením ministra Václava Riedlbaucha k několika pokusům v rámci omezených pravomocí situaci oživit. Již 11. 5. 2009 ministerstvo kultury přijalo materiál „Digitalizace kin v ČR“,⁹⁾ který zásadně a velmi pozitivně ovlivnil rozvoj digitalizace klasických kin v České republice. Dne 17. 8. 2009 vláda schválila návrh zákona o audiovizuálních mediálních službách, kterým se transponuje v roce 2007 novelizovaná směrnice EP „O audiovizuálních mediálních službách“, dříve známá jako „Televize bez hranic“. Pro českou kinematografii byl klíčový Program na podporu filmového průmyslu, který přijala vláda 19. 10. 2009 a který nabyl účinnosti 1. ledna 2010. Program postupně řešil dopady krize a obdobných podpor v řadě sousedních států Evropské unie na dramatický pokles obrátu realizované filmové produkce v České republice. Již v roce 2009 byla na ministerstvu kultury zpracována „Koncepce české kinematografie a filmového průmyslu 2010–2016“,¹⁰⁾ která otevřeně nastoluje řadu otázek, jejichž řešení již stála před dalšími vládami v následujících letech. Dne 1. prosince 2010 schválila vláda Koncepci podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu a vzala na vědomí Strategii konkurenceschopnosti českého filmového průmyslu.¹¹⁾ Rozjezd pobídek a schválení koncepce, obě iniciativy zahájené ještě Václavem Riedlbauchem, byly ovšem jediným pozitivem jeden a půl ročního působení Jiřího Bessera (13. 7. 2010–16. 12. 2011) v roli ministra kultury, kterého vystřídala Alena Hanáková.

Dne 1. ledna 2013 nabyl účinnosti zákon 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (Zákon o audiovizu), který nahradil zákon 241/1992 Sb., o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, i zákon 249/2006 Sb., kterým se měnil zákon č. 273/1993 Sb., o některých pod-

9) Ministerstvo kultury České republiky (Odbor médií a audiovize), Digitalizace kin v ČR. Informace o přechodu na digitální projekci obrazu a zvuku. Duben 2009. Dostupné online: <https://www.mkcr.cz/assets/statni-fondy/statni-fond-pro-podporu-a-rozvoj-ceske-kinematografie/Digitalizace_kin_v_CR.doc>, [cit. 7. 9. 2017].

10) Ministerstvo kultury České republiky (Odbor médií a audiovize), Koncepce podpory a rozvoje české kinematografie a filmového průmyslu 2011–2016. Dostupné online: <<https://www.mkcr.cz/koncepce-podpory-a-rozvoje-ceske-kinematografie-a-filmoveho-prumyslu-2011-2016-536.html>>, [cit. 7. 9. 2017].

11) Tamtéž.

mínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl. Stal se tedy jediným oborovým zákonem pro oblast kinematografie, ovšem jeho uvedení do praxe si vyžádalo více než rok. Část Statutu Státního fondu kinematografie týkající se pobídek byla vládou schválena 27. února 2013, ale vzhledem k notifikačnímu řízení u Evropské komise, které bylo oficiálně ukončeno až 5. srpna 2013, mohl být Statut vládou definitivně schválen až 28. srpna 2013. Stejně tak se velmi pomalu realizovala i další opatření. Ten proces můžeme vlastně datovat od 8. ledna 2013, kdy byla ředitelkou Státního fondu kinematografie na přechodné období jmenována Helena Bezděk Fraňková, která dosud zastávala pozici ředitelky odboru médií a audiovize, až do jejího definitivního jmenování na základě řádného výběrového řízení, k němuž došlo 29. dubna 2014. Mezitím se na ministerstvu kultury vystřídal tři ministři. Alena Hanáková sice rezignovala již 12. června 2013, ale nakonec od ní ministerstvo převzal až 11. července 2013 Jiří Balvín. Společně s novou vládou pak 31. ledna 2014 nastoupil Daniel Herman.

Samotný vznik zákona je třeba považovat za pozitivní skutečnost, stejně jako vznik samostatného Státního fondu kinematografie (SFK). Základním nedostatkem nového zákona však byl nulový závazek státu do SFK přispívat a nadále počítal jen s přerozdělováním peněz, které vytvoří samotný filmový průmysl a jsou vybrány nad obvyklou daňovou povinnost od soukromých subjektů, které v audiovizi podnikají. Poplatkové přiznání zvýšilo odvod kin do SFK a navíc je tento odvod oproti předcházejícímu korunovému příplatku zdaněn DPH. Samotná DPH na vstupenky do kina ostatně rostla také. 15 let platná 5% DPH se 1. ledna 2008 zvýšila na 9%, 1. ledna 2010 na 10%, 1. ledna 2012 na 14% a k 1. lednu 2013 na současných 15%. Za sledovaných deset let se tedy zvedla na trojnásobek. V letech 2012 a 2013 navíc výrazně poklesly jak zdroje SFK, tak prostředky z ministerstva kultury. Stojí za připomenutí, že v roce 2013 stát jen na DPH ze vstupného do kin vybral více, než byl součet prostředků, které do kinematografie přišly ze SFK a ministerstva kultury dohromady. Kinematografie je tedy pro stát zdrojem příjmů, ten však na její podporu věnuje jen zlomek toho, co mu přinese. Drtivá většina podpor je kumulována prostřednictvím aktivit soukromých subjektů nebo z výnosů filmů vyrobených českou kinematografií v době státního monopolu. Až v průběhu MFF v Karlových Varech v roce 2014 došlo k veřejně vyslovenému příslibu navýšení finančních prostředků do podpory kinematografie. A tak v roce 2015, když došlo po dvou letech ke stabilizaci fungování SFK podle Zákona 496/2012 Sb., začala intenzivní příprava jeho novelizace, jejímž jádrem bylo zakotvení státní podpory kinematografie. Poprvé od rozpadu státní kinematografie se stát zavazuje vkládat do SFK prostředky odpovídající výši vybraných poplatků od komerčních plátců. Novela zákona o audiovizi byla nakonec schválena pod číslem 139/2016 Sb., s účinností od 6. května 2016.

Tabulka č. 1 ukazuje vývoj transferu finančních prostředků ze SFK, Ministerstva kultury ČR a Programu Media Distribution. Položka Technický rozvoj zahrnuje zejména kina. Prostředky z Odboru média a audiovize MK jsou uvedeny jednak v celkové sumě podle výročních zpráv MK ČR a jednak podle závěrů Výběrového dotačního řízení OMA, které však jsou dostupné až od roku 2009.

V okruhu Filmová distribuce je ovšem třeba upozornit, že podpora byla vždy v rozhodující míře určena na distribuci domácích filmů. Za doby Státního fondu na podporu a rozvoj české kinematografie byla podpora distribuce uměleckých zahraničních filmů

Tab. č. 1: Vývoj transferu finančních prostředků ze SFK, MK ČR a programu Media Distribution

Rok	SFK celkem Přidělené prostředky (Kč)	SFK z toho Filmová distribuce (Kč)	SFK z toho Technický rozvoj (Kč)	OMA MK celkem poskytnuté prostředky (Kč)	OMA MK Výběrové dotační řízení (Kč)	Creative Europe Media Distribution (Eur)
2007	244 712 800	19 133 000	18 916 800	118 828 000	Nedoloženo	329 411
2008	307 261 950	26 380 000	14 068 200	103 219 700	Nedoloženo	711 077
2009	279 950 500	24 595 500	49 310 000	99 343 418	11 100 000	618 810
2010	224 788 000	5 695 000	29 200 000	94 255 000	11 500 000	390 418
2011	212 645 000	14 335 000	23 300 000	78 806 000	19 676 000	404 107
2012	156 626 019	3 466 000	25 300 000	57 499 000	14 004 000	513 692
2013	156 242 991	2 880 000	6 000 000	44 975 000	Nekonalo se	313 724
2014	191 822 771	10 444 771	3 850 000	64 775 000	14 970 000	385 305
2015	210 995 000	11 840 000	4 447 000	98 858 000	13 920 000	649 487
2016	331 167 000	15 590 000	10 000 000	107 075 000	17 705 000	599 294

Zdroj: SFK, MK ČR, Media.

naprosto ojedinělá. Stávající SFK začal vyhlašovat výzvy i na distribuci zahraničních filmů, ale v roce 2014 byla podpořena distribuce osmi filmů, v roce 2015 sedmi a v roce 2016 čtrnácti, přičemž šlo vesměs o podporu filmů, které již byly pro českou distribuci zakoupeny, takže dotační politika bezprostřední vliv na aktuální nárůst počtu uváděných zahraničních filmů nemá. Objemově byla distribuce zahraničních filmů v České republice v roce 2014 podpořena 800 000 Kč, v roce 2015 to bylo 840 000 Kč a v roce 2016 podpora stoupla na 2 000 000 Kč. Celkem tedy v těchto letech šlo na distribuci kvalitních zahraničních filmů necelých 10 % z částky vyplacené v okruhu Filmová distribuce.

Vedle legislativních úprav a finančních podpor je důležitá i prezentace kinematografie vůči zahraničí. České filmové centrum včetně kanceláře Media Desk a Film Commission, která propaguje Českou republiku jako vhodné místo pro natáčení filmů, od počátku sledovaného období až do roku 2013 provozovala Česká filmová komora, která byla zřízena Asociací producentů v audiovizí, Unii filmových distributorů a Asociací provozovatelů kin. V roce 2013 bylo České filmové centrum zajišťující tyto pro filmový průmysl důležité aktivity převedeno pod Národní filmový archiv a v současné době putuje na Státní fond kinematografie, což asi nejlépe odpovídá jeho poslání.

Jak tedy celkově zhodnotit postoj státu k české kinematografii a zejména k digitalizaci filmové distribuce? Ačkoli po většinu sledované doby nebyl postoj k rozvoji kinematografie příliš vstřícný, nakonec se podařilo díky poslední novelizaci Audiovizuálního zákona vytvořit v evropském kontextu vcelku standardní podmínky. Na digitalizaci kin mělo velmi pozitivní dopad schválení podpory v roce 2009 a výrazné navýšení dotace do technického rozvoje v tomto a několika následujících letech. Přesto je potřeba si uvědomit, že stát nebyl rozhodující z hlediska objemu financí, ale zejména z důvodu potvrzení zájmu pře-

chod na digitální formu distribuce v kinech realizovat. Rozhodující část finančního zajištění digitalizace klasických kin přišla z městských a obecních rozpočtů. Síť multikin pak hradily přechod na digitální zařízení z vlastních zdrojů nebo pomocí integrátora s uplatněním VPF (virtual print fee), které hradí distributoři respektive producenti ze svých výnosů.

D/ Vlastní postup digitalizace

V předcházející studii o letech 1987 až 2006 jsem kapitolu o posledních dvou letech nazval „Přichází digitální věk?“. Konstatuji tam, že digitalizace kin je neodvratný proces.¹²⁾ Důvodem mého optimismu byla skutečnost, že seskupení Digital Cinema Initiative (DCI) formulovalo první DCI specifikaci (verze 1.0) 20. července 2005. Tato informace nebyla příjemná jen pro průkopníky digitalizace, kteří tento formát instalovali ještě před tímto normativním aktem, protože svá zařízení museli inovovat. V Česku šlo pouze o Slovanský dům společnosti Palace Cinemas. Na druhé straně byla ovšem odstraněna základní hrozba, která vedla skeptiky z řad odborné veřejnosti k prohlášením o nerealističnosti digitalizace kin. Nejistota, že technologie, kterou budou za drahé peníze do kina instalovat, jim nezaručí přístup ke všem filmům a navíc velmi rychle zestárne a budou ji muset upgradovat. Vedle Johna Beltona, kterého často cituji,¹³⁾ se proti digitalizaci do poslední chvíle stavěl i prezident NATO (National Association of Theatre Owners) William Kartozián. Ještě v roce 2008 v rychlou digitalizaci kin nevěřil ani Anthony Marcoly, tehdy prezident Walt Disney Studios, o „expertech“ ze společnosti Eastman Kodak nemluvě.

V roce 2007 již tedy bylo celkem jasno, že k digitalizaci filmové distribuce dojde i v České republice, zatím jen nebylo jasné jak rychle. Digitální projektory již v části kin byly, ale neodpovídaly DCI specifikaci. V nabídce některých distributorů se začínaly objevovat okrajové filmy pouze na formátu DVD. Nebylo to příliš obvyklé, ale formát nazývaný E-cinema se již v kinech začal vyskytovat. V roce 2008 se v distribuční nabídce objevil první *alternativní obsah* (též alternativní content) — přenosy operních představení prostřednictvím společnosti Pro-Aero, která se touto oblastí distribučně zabývala, než ji převzala společnost Aerofilms. Ani tento produkt ovšem kompatibilní zařízení s DCI specifikací nevyžadoval. V České republice však již probíhala celá řada informativních akcí zaměřených na provozovatele kin a dodavatelé digitálních technologií zbrojili. Prvním kinem vybaveným DCI projekcí se stalo kino v Dobřanech, které 3. prosince 2008 akceptovalo nabídku společnosti XCData v situaci, kdy ještě nebyly v nabídce distributorů v tomto formátu žádné filmy.

Prvním rokem digitální éry se stal rok 2009. V jeho průběhu se počet digitalizovaných sálů zvýšil na 53, přičemž 38 jich bylo v multiplexech a 15 v klasických kinech. Jediným klasickým kinem, které nebylo vybaveno zároveň 3D technologií, byl pražský Světozor, takže 52 sálů tuto technologii mělo. 3D technologie byla také prvním lákadlem distributorů, v jejichž nabídce se v roce 2009 objevilo 19 filmů ve formátu 3D a pouze sedm filmů v 2D.

12) A. Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989.

13) John Belton, Digitální technologie ve filmu — nepravá revoluce. *Illuminace* 19, 2007, č. 4, s. 43–59.

UFD ještě v roce 2009 nesledovala samostatně výsledky DVD ani 2D technologie podle DCI, takže přesný přehled o výsledcích po formátech je k dispozici až od roku 2010. 3D technologie však sledována byla, a tak víme, že již v roce 2009 dosáhl tento formát 9,3 % obrátu české filmové distribuce. Prvním masově uvedeným filmem na formátu 3D pro DCI vybavená kina byl animovaný film *CESTA NA MĚSÍC*. Celoročně nejúspěšnějším filmem na novém formátu byl další animovaný film *DOBA LEDOVÁ 3: ÚSVIT DINOSAURŮ*. Ovšem skutečný zlom pro digitální distribuci nastal 17. prosince 2009. James Cameron v *AVATARU* předvedl světovému publiku skutečné možnosti tohoto formátu způsobem, který se již nepodařilo opakovat. Do dnešních dnů jde o film, který dosáhl v České republice nejvyšších tržeb kin v historii. Již jsem konstatoval, že digitální převrat filmové distribuce se odehrál zejména v projekčních kabinách a většina diváků jej při klasické projekci vůbec nemusí zaznamenat. Ovšem nová kvalita 3D projekce, která se s analogovými experimenty padesátých let nedá srovnávat, byla velmi okázale prezentována již na počátku cesty. Stejně jako alternativní obsah přinášející do kina v digitální formě mimořádné kulturní i sportovní zážitky. Pokud si připomeneme státní podporu digitalizace kin, která byla také vyhlášena v průběhu roku 2009, nemůžeme se divit, že následující vývoj byl velmi rychlý.

Vlastní proměna analogové distribuce na digitální se odehrála v průběhu tří let od počátku roku 2010 do konce roku 2012. Začneme nabídkou programů. Celkový počet distributory nabízených filmů se pohyboval mezi 220 a 234 tituly ročně kromě alternativního obsahu, jehož nabídka byla již od roku 2009 poměrně stabilní. V 3D formátu bylo vydáno 25 filmů v roce 2010 a po 37 v letech následujících. Podíl v návštěvnosti na stereoskopické projekce se přiblížil 20 %, ale od roku 2012 již povolna, ale trvale klesá. Zároveň klesal rozdíl v ceně vstupenky mezi 2D a 3D formátem. Dá se říci, že splnil svou historickou roli a stal se zajímavým, ale minoritním filmovým formátem. Hlasy prorokující, že 3D projekce bude v kinech stejně obvyklá jako barva, se nenaplnily, stejně jako pesimistická prohlášení očekávající její brzký zánik. Je pravda, že dnes těžko někdo půjde do kina jen proto, že jde o stereoskopickou projekci, ale musí jej předně zaujmout ten film. Stále je v tomto formátu mnoho animovaných filmů, protože 3D výroba je relativně levná, ačkoli podíl na návštěvnosti je poměrně nízký. Jsou ovšem zajímavé trikové filmy, které jejich fanoušci rádi v právě tomto formátu navštěvují. Přitom to nemusí být jen marvelovské filmy. Velmi dobré výsledky ve 3D zaznamenaly filmy jako *GRAVITACE* nebo *MARTAN*. Základní přesun se ovšem odehrál mezi nabídkou 35mm kopií a digitálním 2D formátem. Ve 2D bylo v roce 2010 vydáno 67 filmů, 2011 — 156 a v roce 2012 — 217, oproti tomu 35mm kopie byly k dispozici v roce 2010 pro 187 filmů, 2011 — 147 a 2012 — 53 filmů. Podíl diváků sledujících film ve 2D formátu stoupl z 6,9 % v roce 2010 na 69,9 % v roce 2012, naopak film z 35mm kopie vidělo v roce 2010 plných 72,7 % diváků, ale v roce 2012 jen 10,4 %.

Jak na tuto situaci reagovali provozovatelé kin: V roce 2010 bylo v provozu 131 DCI kompatibilních sálů, 69 klasických a 62 v multiplexech. Na konci roku 2012 mělo DCI zařízení 373 sálů, 159 v klasických kinech a v multiplexech bylo poprvé digitalizováno všech 214 existujících sálů. Stoupl i počet sálů vybavených stereoskopickou projekcí, ale nikoli tak výrazně, ze 119 na 228. Celkový počet stálých kin se v tomto období snížil ze 461 na 391, z hlediska počtu sálů šlo o pokles z 648 sálů na 596, což bylo nakonec méně, než jsem se obával. Je ovšem pravda, že ještě existovala řada provozovatelů, která doufala, že digita-

lizaci přežijí bez investice nebo prostě čekali na zavření kina, až již opravdu nebudou mít co hrát. A tato doba se rapidně blížila.

V posledních čtyřech letech došlo k dokončení transformace distribuce a postupně se začínají vyjasňovat její hlavní výhody a rizika. V roce 2013 byly ještě k dispozici 35mm kopie u 19 filmů, v roce 2016 již žádná. Celková nabídka filmů přitom prudce vzrostla až na 345 filmů v minulém roce. Ve 2D formátu již byly k dispozici téměř všechny premiéry. Formáty pro E-cinema se rozšířily, kromě DVD je celá řada filmů k dispozici na Blu-ray discích a některé dostávají kina po internetu ve formátu MP4. Na druhé straně se ovšem v posledních dvou letech snížil počet filmů, které vůbec nejsou k dispozici na DCP, protože kvalita a dostupnost toho formátu je pro distributora výhodná. Pro kina, která nejsou vybavena DCI technologií, jsou filmy ve formátech pro E-cinema k dispozici buď jako alternativa od premiéry, nebo u atraktivnějších filmů s odstupem několika měsíců. Na druhé straně jsou vybrané komerční filmy vydávány pro velkoformátové projekce v jediném českém kině IMAX a také v zábavném prostoru zážitkové 4DX projekce. Formát 3D, který byl u počátku digitalizace, je dnes nabízen u 40+ filmů ročně, avšak jeho podíl na návštěvnosti klesl v roce 2016 na 9,9%. Digitální 2D formát stoupl naopak na 85,7% návštěvnosti, 2,6% diváků přišlo do kina na E-cinema formáty a 1,7% pokrývá nabídka alternativních digitálních formátů, včetně přenosů, IMAXu a 4DX. Filmy na analogových filmových nosičích již vidělo jen 0,1% návštěvníků kin, přičemž jde zejména o projekce kina Ponrepo NFA, eventové uvádění 70mm kopií v Krnově a Vansdorfu a experimentální projekce ze 16mm kopií na střeše Veletržního paláce v Praze.

Počet DCI kompatibilních digitálních sálů stoupl ze 429 v roce 2013 na 479 v roce 2016. Počet sálů vybavených 3D projekcí se zastavil na 280. Celkový počet stálých kin pak klesl v roce 2013 na 318 s celkem 528 sály a v roce 2016 na 280 s celkem 499 sály. Na druhé straně ovšem s programovou i technickou podporou převážně E-cinema technologie extrémně vzrostl počet letních kin ze 121 v roce 2013 na 211 v roce 2016, navíc je neustále registrováno okolo 200 nepravidelných promítacích míst ve víceúčelových sálech, kulturních zařízeních, na školách a podobně. Pokud tímto způsobem sečteme skutečně všechna místa, kde se v průběhu roku 2016 odehrálo placené představení nějakého filmu, dostaneme neuvěřitelné číslo 920. Počet projekčních míst kolísá po celých deset let mezi 841 a právě 920, přičemž nejnižší počet byl v roce 2014 a 2008. Z tohoto pohledu nutno jednoznačně konstatovat, že digitální technologie přístupnost veřejných projekcí divákům nevzdálila, naopak.

E/ Diváků v kinech neubývá

První otázka zní, jak úspěšné bylo vlastně toto období pro českou kinematografii. Více než 4 miliony představení navštívilo téměř 125 milionů diváků, kteří nechali v kinech téměř 15 miliard korun. Předcházející desetiletí od roku 1997 do roku 2006 se uskutečnilo 2,6 milionů představení pro 102,4 milionů diváků s tržbou 8,3 miliardy korun. V tomto srovnání to vypadá dobře. Pro přesnost musím upozornit, že vlivem nového zákona změnila Unie filmových distributorů (UFD) vykazování tržeb. Do konce roku 2012 byly uváděné tržby vykazovány bez příplatku pro SFPRČK a DPH, od počátku roku 2013 pak je

Tab. č. 2: Základní distribuční ukazatele 2007–2016

Rok	Představení	Diváků	Hrubá tržba (Kč)	Vstupné (Kč)	Nejúspěšnější film roku
2007	353 801	12 829 513	1 260 004 436	98,21	VRATNÉ LAHVE
2008	386 319	12 897 046	1 330 058 426	103,13	BATHORY
2009	403 198	12 469 365	1 363 661 259	109,36	LÍBÁŠ JAKO BŮH
2010	399 099	13 536 869	1 647 053 947	121,67	ŽENY V POKUŠENÍ
2011	408 760	10 789 760	1 330 861 496	123,34	MUŽI V NADĚJI
2012	402 194	11 181 851	1 454 179 997	130,05	DOBA LEDOVÁ 4
2013	413 251	11 057 559	1 424 245 647	128,80	BABOVŘESKY
2014	438 405	11 558 586	1 462 670 233	126,54	TŘI BRATŘI
2015	457 327	12 958 099	1 669 176 581	128,81	MIMONI

Zdroj: Vlastní kalkulace na základě dat Unie filmových distributorů.

uváděna hrubá tržba, kterou v kinech nechají diváci včetně DPH a poplatku SFK. Pro tento přehled jsem výsledky UFD dopočítal na úroveň hrubé tržby, tím se tato data liší od dříve publikovaných čísel.

Těsně před digitalizací a v jejích počátcích byly výsledky filmové distribuce na nejlepších číslech od vzniku České republiky. Vrcholem pak byl rok 2010 s pěti filmy, které vidělo v průběhu roku přes půl milionu diváků: SHREK: ZVONEC A KONEC, HARRY POTTER A RELIKVIE SMRTI 1. ČÁST, KAJÍNEK a zejména AVATAR a ŽENY V POKUŠENÍ. Z toho důvodu je pravděpodobné, že více než digitalizace ovlivnila skvělé výsledky roku 2010 kombinace atraktivních domácích i zahraničních filmů, i když nepopírám, že úspěchu AVATARA digitalizace výrazně pomohla. V roce 2011 ovšem došlo k výraznému poklesu návštěvnosti k úrovni počátku tisíciletí a jen velmi mírně rostla až do roku 2014. Poslední dva roky sledovaného období však představují zřetelný nárůst až k rekordnímu loňskému roku. Z tabulky je zároveň patrné zvýšení průměrného vstupného při přechodu na digitální formát, které dosáhlo nejvyšší úrovně v roce 2012, přičemž po stabilizaci digitální distribuce se nárůst zastavil a vstupné dokonce mírně pokleslo. Důvody nárůstu vstupného v době transformace jsou dva. Vyšší průměrné vstupné nových formátů zejména stereoskopické projekce a rychlejší dostupnost filmů po premiéře v širším spektru kin.

Po dokončení transformace je zcela patrný nárůst počtu premiér, který vrcholí právě v roce 2016. V rámci digitální distribuce je pro producenta i distributora vydání filmu do kin výrazně levnější, než tomu bylo v době výroby 35mm kopií. Do distribuce jsou dnes nabízeny i poměrně okrajové filmy. Jejich rozmanitost komplikuje hodnocení celého procesu. Můžeme vidět filmy, které mají mimořádný umělecký charakter. Objevují se filmy zajímavé pro menší zájmové komunity, které je dnes prostřednictvím internetu možné cíleně oslovit, ale kinům jsou někdy nabízeny i filmy velmi špatné, které mají charakter osobní exhibice tvůrců. Nejde jen o náklady na distribuci, dnes je možné natočit celovečerní film i na mobil a pak s ním odvážně přijít do kina. Zásadním úkolem distributorů, ale i organizátorů filmových festivalů, přehlídek a eventových akcí je ve změti nabídky odhalit talentované tvůrce, kteří na koleně natočili levný film a jejichž tvůrčí potenci je možné dále rozvíjet.

Tab. č. 3: Počty registrovaných premiér a podíly na celkových ročních výsledcích podle vybraných skupin filmů

Rok	Počet premiér	České filmy	Podíl diváků	Podíl tržeb	Evropa	Podíl tržeb	MPA	Podíl tržeb	Podíl Top 20	<1000 diváků
2007	219	29	35,2 %	35,5 %	70	10,9 %	70	47,0 %	62,2 %	18
2008	201	38	39,6 %	39,1 %	57	8,5 %	60	44,5 %	53,0 %	12
2009	238	48	25,6 %	22,8 %	73	6,9 %	65	58,1 %	53,6 %	12
2010	223	37	34,8 %	30,3 %	72	6,8 %	56	52,9 %	62,2 %	23
2011	220	47	28,5 %	24,9 %	54	5,9 %	71	57,4 %	55,6 %	25
2012	234	46	24,3 %	21,5 %	89	12,7 %	58	51,8 %	54,8 %	27
2013	287	47	24,2 %	22,3 %	106	7,2 %	68	58,3 %	48,7 %	54
2014	265	53	23,8 %	21,9 %	91	11,9 %	61	53,0 %	45,2 %	50
2015	262	49	18,4 %	16,9 %	101	17,8 %	74	61,3 %	51,1 %	23
2016	345	79	29,5 %	27,3 %	128	14,1 %	79	58,1 %	47,8 %	83

Zdroj: Vlastní kalkulace na základě dat Unie filmových distributorů.

Z výše uvedených důvodů jsem se podíval nejen na podíl filmů, které se umístily v ročním Top 20, ale také na počet premiér, které zhlédlo v kinech méně než 1 000 diváků. S určitými výkyvy vidíme jednoznačný trend. Koncentrace diváckého zájmu v kinech na skupinu nejúspěšnějších filmů je trvalá, avšak s příchodem digitalizace a nárůstem počtu premiér mírně klesla. Naopak počet filmů, které jsou sice oficiálně nahlášeny do premiéry, ale téměř nikdy je v kinech neviděl, s digitální technologií stoupl. Často jsou důvodem uvedení do kin jen veřejné podpory, které klasická filmová distribuce umožňuje na národní i evropské úrovni.

Proto se nelze divit, že s digitalizací se zvýšil také počet uváděných českých filmů. I zde je ovšem z uvedené tabulky patrné, že počet nabízených filmů nijak nesouvisí s počtem diváků, kteří v průběhu roku české filmy navštíví. Právě na počátku sledovaného období v letech 2007 a 2008 viděl české filmy největší podíl návštěvníků kin za posledních 30 let. Bez ohledu na občasné nářky na kvalitu české produkce patříme v tomto ohledu mezi nejúspěšnější země Evropy. Jen dvakrát v tomto tisíciletí klesl podíl české produkce v návštěvnosti pod 20 %, v letech 2002 a 2015. Zjevně však na tuto okolnost neměla digitalizace distribuce žádný vliv, což dokázal opětovně velmi dobrý výsledek minulého roku. Rozhodně stojí za pozornost, že v osmi z deseti sledovaných let byl nejúspěšnějším filmem roku ten český.

Bezprostřední vliv nemá digitalizace ani na distribuční pozici filmů mezinárodních korporací sdružených do MPA, které se často nazývají hollywoodská studia, ačkoli v Hollywoodu již většinou žádná studia nemají. Počet jejich mezinárodně distribuovaných filmů přiměřeně kolísá bez nějakého jednoznačného trendu souvisejícího s digitalizací. Podíl na celkových tržbách kin pak závisí zejména na aktuální síle domácí produkce. Ve většině evropských zemí je jejich podíl větší, což právě koresponduje s oblibou domácí

produkce u českých diváků. Logicky pak jediný rok, kdy jejich podíl překonal 60 %, byl právě tím, kdy poprvé po 13 letech naopak klesl podíl domácích filmů pod 20 %.

Zajímavé, ale velmi rozporuplné pak je hodnocení prezentace a výsledků evropských filmů. Počet nabízených filmů se jednoznačně zvyšuje. Za poslední čtyři roky je průměrný počet evropských filmů v roční nabídce premiér 106. Pro srovnání: v první polovině sledovaného období to bylo 65 premiér ročně, a pokud se vrátíme do devadesátých let minulého století, bylo kinům ročně nabízeno průměrně 37 evropských filmů. Na druhé straně ovšem nelze přehlédnout, že řada evropských filmů má minimální návštěvnost a jdou si do kin hlavně pro dotace. Z neobvyklého počtu 83 filmů, které vidělo v roce 2016 méně než 1000 diváků, bylo 45 evropské produkce, 26 českých, 7 amerických a 5 ze zbytku světa.

Když se naopak podíváme na Top 20 nejúspěšnějších „evropských“ filmů za posledních deset let, zjistíme, že osm z nich jsou v Británii natočené studiové filmy, včetně dvou nejúspěšnějších FANTASTICKÁ ZVÍŘATA A KDE JE NAJÍT a DÍTĚ BRIDGET JONESOVÉ (navíc nutno podotknout, že Harryho Pottera a Jamese Bonda jsem z pořadí vyjmul, protože byly distribuovány jako majoritně americké). Čtyři filmy svůj ohlas získaly díky výrazné české spoluúčasti — GOYOVY PŘÍZRAKY, EDITH PIAF, ANTHROPOID a ONCE. Zbývají 4 filmy — dvakrát ASTERIX a dvakrát FAKJŮ PANE UČITELI. Britských filmů bylo i bez Bonda a Pottera v Top 20 třináct. A ještě z téhož pohledu rok 2016. Celkem distribuce nabízela filmy z 37 zemí světa, 128 z nich bylo evropské produkce, jejíž celkový podíl na tržbách kin dosáhl 14,1 %, ale jen britské filmy, samozřejmě včetně amerických koprodukcí, ovšem kumulovaly 10,4 % trhu. Pokud odečteme ještě 0,3 % podílu ostatních evropských zemí mimo EU, získáme pozici filmů ze států Evropské unie po Brexitu — 3,4 % obratu českých kin.

F/ Jsou ještě potřeba distribuční společnosti?

Co je vlastně náplní práce filmových distributorů? Každý distributor musí zajistit pět základních činností při uvádění filmu — akvizici, technické zajištění, marketing, logistiku a prodej. Většinou upozorňují, že klíčové jsou akvizice a prodej, zatímco ostatní činnosti jsou vlastně „obalem“ dodávaného zboží, přičemž nechci snižovat rostoucí význam marketingové komunikace. Prvotní historický impuls ke vzniku distribučních společností dali provozovatelé kin, pro které bylo jednodušší oslovovat producenty společně. První distribuční společnost na našem území vznikla v roce 1912 a jmenovala se Spolek českých majitelů kinematografů.¹⁴⁾ Druhou významnou skupinu distributorů představují producent-ské společnosti, které se do distribuce pouští, aby lépe uplatnily vlastní filmy. V této kategorii najdeme mezinárodní korporace, které zakládají po světě své distribuční pobočky, ale i výrobce malého filmu, který si svůj film distribuuje sám. Třetí skupinou pak jsou nezávislí distributoři, kteří vybírají filmy do svého portfolia a nabízejí je kinům, tato cesta je v České republice nejrozšířenější.

K jakým proměnám tedy v průběhu posledních deseti let v jednotlivých činnostech došlo. Akvizice vytváří profil distribuční společnosti, což digitalizace distribuce nijak ne-

14) Luboš Bartošek, *Náš film — Kapitoly z dějin 1896–1945*. Praha: Mladá fronta 1985, s. 20.

změnila. Česká republika je poměrně malé teritorium, kde velké mezinárodní korporace spíše hledají obchodní partnery, než aby tu zakládali vlastní pobočky. Jediná taková společnost Warner Bros. Entertainment s. r. o. vstoupila 5. června 2015 do likvidace po tom, co 7. dubna téhož roku předala zastoupení svých filmů jiné společnosti. To ovšem s digitalizační distribuce nesouviselo. Naopak bezprostřední vliv má na výrazný nárůst počtu společností, které na trhu své filmy nabízejí. Vlastní nabídka filmů kinům bez distributora je v digitálním prostoru zdánlivě jednodušší, ovšem výsledky těchto aktivit jsou často mizivé. V zásadě existují tři důvody k tomu, že se výrobce rozhodne distribuovat si film sám. Zprv má jasnou vlastní představu o alternativní distribuční cestě pro svůj film. Typovým příkladem z analogové éry roku 2007 je cesta s 16mm projektorem po hospodách organizovaná Čestmírem Kopeckým a jeho společností První veřejnoprávní s. r. o. s filmem ...A BUDE HŮŘ. Dnes jsou alternativní distribuční metody populární a celá řada z nich distribuci obohacuje. Druhou variantou jsou rozhodnutí související s nedůvěrou k stávajícím distributorům a snahou vydat film co nejlevněji, případně jen splnit podmínky na udělení grantu. I tato cesta může mít smysl, zejména pokud jde o film určený menší zájmové komunitě, kterou producent umí oslovit a nechce podstupovat celý distribuční mechanismus. Třetí skupinou pak jsou výrobci, kteří pro svůj film distributora hledali, ale nenalezli, a přesto jsou přesvědčeni, že distribuce jejich filmu má smysl.

Technické zajištění filmové distribuce se samozřejmě zcela proměnilo. Místo filmových kopií se vyrábí DCP (digital cinema package), konečný souborový blok dat, který je dodáván kinům. V této souvislosti stojí za připomenutí, že základní DCI standard sleduje dvě rovnocenná hlediska — kvalitu a ochranu před zneužitím. Vlastní DCP představuje onu kvalitu, ovšem podle DCI standardu se dodává kinům v zakódované podobě a následně dostávají KDM (key delivery message) „klíč“, který slouží k odkódování filmu pro specifický server, projektor a vymezený čas. Bez správného klíče nelze DCP v kině přehrát. Celá řada menších a alternativních nezávislých filmů je přitom do kin distribuovaná na DCP v otevřeném formátu a lze je přehrát bez klíče. To technické náklady snižuje a zjednodušuje logistiku, ale tento postup neodpovídá DCI standardům. Samozřejmě musíme při technickém zajištění počítat s možností výroby a distribuce dalších formátů (IMAX, 4DX, MP4, Blu-ray, DVD a zvukové formáty 5.1, 7.1, Auro a Atmos). Zahraniční film je samozřejmě nezbytné vybavit titulky nebo českou verzí. Vybavení filmu dabingem je pro digitální formát levnější, než tomu bylo v době 35mm kopií. Když bylo v roce 2008 vydáno 23 filmů s dabingem, byl to nejvyšší počet od počátku tisíciletí. Z nástupem digitální technologie se tento počet rychle zvedl ke třiceti, v roce 2014 to bylo již 41 a v roce 2015 42. V minulém roce bylo dokonce 54 zahraničních filmů pro kina vybaveno českou verzí.

K proměně marketingu by v posledním desetiletí nepochybně došlo, i kdybychom stále filmy uváděli v analogové podobě. Marketingová komunikace je dnes přesněji cílená, výrazně využívá sociální sítě, doprava reklamních spotů do kin i médií je elektronická a mohou být uváděny variabilněji, než tomu bylo dříve. Projekce před filmem v sále je stále funkční, ale již je to jen jedna z mnoha cest. Filmy jsou distribuovány od premiéry daleko šířeji, než tomu bylo v analogové době, ale jejich život v kinech je výrazně kratší. I to má na proměnu marketingové komunikace výrazný vliv.

Logistika fungování filmové distribuce je nepochybně náročnější a složitější, než tomu bylo dříve, kdy kina obíhala pár filmových kopií. Dnes existují stovky nosičů s rozdílnými

technickými parametry a pro distributora i pracovníky kin je někdy velmi složité zajistit, aby vše bylo včas a v potřebné kvalitě připraveno k uvedení filmu. Trailery kina dostávají online, ale filmy zatím stále putují na pevných nosičích z kina do kina. Satelitní distribuce, která je v některých zemích využívána, je v našich podmínkách výrazně dražší a k posílání celých filmů po síti nejsou zatím dostatečné kapacity, i když to zřejmě je perspektiva dalších let. Také je pravdou, že řada promítačů byla dříve schopna v případě poruchy zajistit opravy svých mechanických zařízení, dnes při případné poruše elektronického zařízení projektoru nebo serveru je situace daleko složitější. Vytvoření základních nezbytných materiálů pro uvedení v kinech se výrazně zlevnilo, vlastní zajištění technologického procesu distribuce však je logisticky náročnější i dražší.

Obchodní vztahy mezi distributory a provozovateli kin se vlivem digitální distribuce výrazně proměnily. Největší síť multiplexů, které zajišťovaly přechod na digitální distribuci z vlastních distribučních prostředků na základě celosvětové dohody, uplatňovaly k financování systém VPF (virtual print fee), který znamená, že významná část nákladů na technologickou proměnu přechází na distributory a jejich prostřednictvím na producenty filmů. Distributor pak platí poplatek za umístění filmu v takovémto multiplexu v rozsahu odpovídajícím počtu klasických kopií, které by na realizované nasazení byly potřebné. Na základě této skutečnosti se uvádění méně atraktivních filmů v takovýchto komplexech stává nevýhodné. Systém VPF je v současné době již na ústupu, protože podmínky splacení nákladů se postupně naplňují. Přesto ještě existuje a v následujících letech zřejmě bude jeho úplné ukončení předmětem mnoha diskuzí o vzájemném vztahu provozovatelů velkých sítí kin, distributorů, producentů a provozovatelů jiných platforem šíření filmů k individuální spotřebě. Velké množství digitalizovaných klasických kin je v České republice nepochybnou výhodou. Ekonomické bariéry v počtu vyráběných kopií, kdy tato kina musela čekat, až se kopie uvolní z multiplexu nebo jiného kina a často uváděla filmy s velkým zpožděním od premiéry, jsou historií. Dříve i nejméně úspěšnější filmy startovaly maximálně ve 30–40 kinech, dnes jsou filmy, které otevírají svou distribuční cestu ve více než 200 sálech. Zde pak docházíme k té nejpodstatnější změně přechodu z analogové na digitální filmovou distribuci. Dříve měl distributor pár kopií a celá řada kin usilovala o to, uvádět je co nejdříve. Poptávka v tomto obchodním vztahu výrazně převyšovala nabídku. Dnes je tomu přesně naopak. Kino si prakticky může vybrat jakýkoli film, který je aktuálně na trhu, přičemž jejich počet, jak jsem již uvedl, roste, a navíc může využívat i alternativní obsah. Nabídka na distribučním trhu jednoznačně převyšuje poptávku. Když situaci zhodnotím z obecně ekonomického hlediska, filmový distributor je vlastně obchodní zástupce prodávající zboží/film a jeho role je daleko významnější v situaci, kdy na trhu převažuje nabídka nad poptávkou než naopak. Na počátku digitalizace se navíc výrazně zhoršila pozice menších a umělecky náročnějších filmů. Nejen vlastní zaměření, ale i systém VPF jim komplikoval cestu do multiplexů. Celá řada regionálních kin, oslněna novými možnostmi a často i pod vlivem radnice, která financovala digitalizaci, podlehla představě, že nejlepší je uvádět stejné premiéry jako v multiplexech. Tato situace se našťastí vyrovnává a otevřenost kin vůči kvalitnějším, ale méně komerčním filmům je již dnes větší. Distributor musí dokázat přesvědčit provozovatele kina, že právě jeho film je dobré divákům nabídnout a pomoci mu film představit divákům odpovídajícím způsobem.

G/ Kdo že jsou ti distributoři?

Ve sledovaných deseti letech uvedlo do kin alespoň jeden film 86 distributorů. Jejich počet rostl srovnatelně s počtem nabízených filmů. Ještě v roce 2007 uvedlo do premiéry svůj film 20 distributorů, od roku 2010 do roku 2015 se tento počet posouval od 25 k 30 distributorům a v roce 2016 alespoň jednu novou premiéru nabídlo kinům 41 distributorů.

Nejsilnějším distributorem v tomto desetiletí byl Falcon a. s. založený v roce 1994 Pavlem Vodičkou, který byl po celou sledovanou dobu jeho jediným akcionářem a jehož management představují Jan Bradáč a Svatava Peschková. Hlavní devizou společnosti je její stabilita. Nejúspěšnějším distributorem byl Falcon jen v letech 2007 a 2013, ale v osmi zbývajících letech držel druhou pozici. Po celou dobu Falcon na českém trhu zastupuje společnosti Walt Disney a Sony a zároveň je aktivním distributorem českých filmů, u nichž často vystupuje i jako koproducent. Orientuje se více na komerční produkt, ale ve výjimečných případech vydává i náročněji orientované filmy. Jde o jediného stabilního distributora, který nemá vlastní akvizici zahraničních nezávislých filmů. Na druhé straně je ovšem Pavel Vodička zároveň 50% vlastníkem společnosti CineStar s. r. o.

Druhé místo mezi distributory zaujala společnost Bontonfilm a. s., která byla na druhém místě v roce 2007 a nejúspěšnějším distributorem v letech 2008 až 2012. Na počátku sledovaného období byla jediným vlastníkem společnost Bonton Film Entertainment a. s., která vznikla v roce 2003 rozpadem původního Bontonu. V roce 2010 se mateřská a dceřiná společnost sloučily a 16. srpna 2011 se vlastníkem nového Bontonfilmu stala nizozemská společnost CME Media Pro, provázaná i na vlastnictví televize Nova. Exekutivním ředitelem společnosti byl Ladislav Hrabě, kterého v polovině roku 2012 vystřídal Martin Palán. Koncem roku 2012 zároveň Bontonfilm opustili dva klíčoví manažeři Aleš Danielis a Marek Jeníček. 24. dubna 2014 CME Media Pro Distribution, která vlastnila společnost od 23. června 2012, prodala Bontonfilm a. s. společnosti Redbloom s. r. o. jejímž jediným společníkem a jednatelem je výkonný ředitel a nyní tedy i majitel společnosti Bontonfilm Martin Palán. Bontonfilm zastupoval do března roku 2013 v oblasti klasické distribuce společnosti Universal, Paramount a 20th Century Fox. Bontonfilm byl a do dnešního dne je zástupce společností Universal, 20th Century Fox a Sony pro oblast distribuce nosičů audiovizuálních záznamů. Bontonfilm dnes pokrývá v této oblasti okolo 50 % trhu a je aktivní i v jiných zemích. V klasické filmové distribuci nabízí jen omezené množství českých a nezávislých filmů.

Na třetí místo se dostal Cinemart a. s., který byl v roce 2013 mezi distributory na druhém místě a od roku 2014 zaujímá vedoucí pozici. Vznikl transformací Lucernafilmu a do roku 2013 byl artově orientovaným distributorem, který zároveň uváděl české filmy. V první polovině sledovaného období byli v představenstvu společnosti Aleš Tříška, Jan Jíra a Zdeněk Svěrák. Od 21. března 2014 funguje představenstvo ve složení Aleš Tříška, Aleš Danielis a Marek Jeníček. Od března roku 2013 Cinemart získal obchodní zastoupení společností Universal, Paramount a 20th Century Fox. Cinemart dnes nabízí nejširší portfolio filmů a svoji vizi staví na tezi „V naší nabídce si vybere každý“. Vedle zastupování zmíněných tří studií uvádí české filmy, přičemž na některých se koprodukčně spolupodílí, a nakupuje nezávislé filmy. Přitom ve své nabídce má klasické komerční i umělecky náročnější tituly ze všech zmíněných zdrojů.

Čtvrté místo mezi distributory za sledovaných deset let zaujímá již zmíněná společnost Warner Bros. Entertainment, která distribuovala filmy mateřské společnosti a svoji distribuční činnost ukončila 7. dubna 2015. Po celé sledované období byla její exekutivní ředitelkou Dana Janovská. Od roku 2009 do roku 2014 zaujímal tato společnost třetí místo na trhu.

Páté místo zaujímá distribuční label Bioscop. Bioscop a. s. byla distribuční společnost založená 11. června 2001, ale již 2. října 2006 zanikla sloučením se sesterskou společností Magic Box a. s. Magic Box a. s. pak zanikl 1. října 2012 sloučením s mateřskou společností AQS a. s., která je dnes distributorem a pokrývá obě původní značky. Label Bioscop reprezentuje klasickou filmovou distribuci a Magic Box distribuci nosičů audiovizuálních záznamů. Magic Box zastupuje studia Paramount, Warner a Disney a představuje stejně jako Bontonfilm skoro polovinu aktuálního trhu. Pod labellem Bioscop vydává AQS celou řadu domácích filmů a nakupuje nezávislé zahraniční filmy, jeho důraz je zaměřen zejména na komerční oblast kinematografie. Představenstvo společnosti AQS představují po sledované období Robert Schaffer, Andrea Metcalfe a Ivana Vejdělková. Bioscop byl třetím nejlepším distributorem v roce 2007 a aktuálně má k této pozici nakročeno i v letošním roce.

Na šestém místě je společnost Hollywood C.E. s. r. o., která sice ještě formálně existuje, ale poslední film vydala v roce 2014. Do 5. února 2014 byla ve 100% vlastnictví Igora Konyukova. Jeho podíl byl postupně omezován a ztratil jej 27. května 2016. Obdobná situace se týká i sesterské společnosti 35 mm s. r. o. (12. místo ve sledovaném období), kterou Igor Konyukov vlastnil společně s Martinou Sejkovou do října 2015. Tato společnost vydala poslední film počátkem roku 2015. Obě společnosti se specializovaly na nákup nezávislých zahraničních filmů, přičemž Hollywood C.E. se orientoval více komerčně a 35 mm více alternativně. V roce 2015 pak „na rozvalinách Hollywoodu“ vznikly dvě nové společnosti. Dne 7. ledna 2015 Bohemian Motion Pictures a. s. (16. místo), jehož exekutivní představitelkou je Ester Honysová a akcionářem kyperská společnost Ergoapex Limited. Dne 9. ledna 2015 Indigo Film s. r. o. Igora Konyukova (21. místo). Zatímco Bohemian Motion Pictures má ovšem značné ambice v domácí produkci i nákupu nezávislých zahraničních filmů, Indigo Film po rozjezdu v roce 2015 vydalo v roce 2016 jediný film.

Sedmé místo zaujímá společnost Freeman Entertainment s. r. o., která vznikla 16. února 2015 a 24. března 2017 se přejmenovala na Vertical Entertainment s. r. o. Dne 7. dubna 2015 tato společnost převzala obchodní zastoupení studia Warner Bros. Zároveň nakupuje práva největších komerčně orientovaných nezávislých společností pro více zemí střední a východní Evropy, kde má své zastoupení. Je vlastněna maltskou společností Freeman Media Limited (od 15. února 2017 Vertical). Jednatelem je Anca Sorina Truta, která byla do roku 2014 i představitelkou společnosti CME Media Pro Distribution. Exekutivním ředitelem společnosti v České republice je Radovan Čech. V roce 2016 již byla společnost Freeman třetím nejúspěšnějším distributorem v ČR.

Osmé místo podle UFD kumuluje výsledky dvou distribučních společností, které spojuje osoba jediného společníka a jednatele Ivana Hronce. SPI International Czech Republic s. r. o. založil 25. dubna 2001 a tato společnost byla v distribuci aktivní do 30. září 2010, kdy její aktivity převzala společnost Film Europe s. r. o. Tu Ivan Hronec založil 25. června 2009 a do distribuce vstoupila první premiérou 5. listopadu 2009. Společnost SPI, kterou na našem území Ivan Hronec reprezentoval, byla franšíza mezinárodní společnosti, která

nakupovala pro více zemí komerční nezávislé filmy. V roce 2008 byla česká SPI dokonce třetí nejúspěšnější distribuční společností na trhu. Film Europe se orientuje na evropské nezávislé filmy, vedle distribuce do kin je aktivní i na televizním trhu. V posledních letech se vyznačuje vydáváním velkého množství filmů a organizováním speciálních filmových přehlídek, jako je Be2Can, Scandi atd.

Deváté místo mezi distributory zaujímá společnost Aerofilms s. r. o. Společnost vznikla pod jiným názvem 27. května 2004, ale jako Aerofilms existuje od 15. prosince 2005 a do distribuce vstoupila první premiérou 12. ledna 2006. Vlastnické vztahy se ve společnosti v průběhu sledované doby proměňovaly, v celém období ale byli spolumajiteli a jednatelem společnosti Ivo Andrle a Petr Jirásek. Společnost je personálně propojena se společnostmi provozujícími pražská kina Světozor, Aero, Oko, brněnskou Scalu a hradecké Bio Centrál. Akviziční strategie společnosti se opírá o tři základní zdroje. Aerofilms je nejsilnější společnost v oblasti šíření alternativního obsahu do kin, zejména spolupráce s Metropolitní operou New York je velmi úspěšná. Za zmínku v této souvislosti stojí i velmi úspěšný přenos představení Divadla Jára Cimrmana *České nebe*. Alternativní obsah představuje více než 50 % obrátu distribuční nabídky společnosti. Druhým pilířem je distribuce úspěšných českých dokumentárních filmů. Třetím nákup nezávislých zahraničních filmů, které bychom z mezinárodního hlediska označili za upscale, jde o kvalitní filmy, které nejsou vysloveně umělecky náročné, ale ani přímočaře komerční.

Desáté místo zaujímá společnost Forum Film Czech s. r. o., která byla založena 3. června 2008 nizozemskou společností Cinema City International pod jiným názvem a na Forum přejmenována 29. prosince 2010. Aktivní distribuci v ČR zahájila 21. června 2012 uvedením prvního filmu. Od roku 2013 je vlastníkem nizozemská společnost Cinema City Holding a od roku 2014 zde má kontrolní procento britská společnost Cineworld Group PLC. Ačkoli propojení s provozováním kin jsem zmiňoval již u Falconu a Aerofilms a také Cinemart provozuje v Praze dvě kina s třemi sály, toto je první distribuční společnost, která vznikla jako vedlejší produkt velké mezinárodní sítě multiplexů. Její distribuční strategie je orientována výhradně na zahraniční nezávislé komerční filmy. V roce 2015 se tato společnost dokonce dostala na třetí místo mezi českými distributory. Exekutivně je tato společnost řízena ze Slovenska Andreou Baisovou.

Není to ovšem první případ, kdy distribuční společnost vznikla jako vedlejší produkt provozovatelské aktivity. Palace Cinemas Czech s. r. o. provozovalo od roku 2006 do roku 2011 svůj distribuční label Palace Pictures (13. místo ve sledovaném období). APK Cinema Service s. r. o. (24. místo) je dokonce zřízeno Asociací provozovatelů kin a v současné době se zabývá zejména alternativním obsahem.

Popis distributorů podle pořadí bych chtěl zakončit 11. místem. Společnost A-Company Czech s. r. o., která byla založena a fungovala od 6. října 2011 do 1. ledna 2014 jako EEAP Film Distribution CZ-SK s. r. o., je totiž poslední společností, jejíž podíl na výsledcích sledovaného období překročil 1 %. Jde o dceřinou společnost německé A-Company a jediným jednatelem po celé sledované období je Christine Daoudová.

Nejúspěšnějších jedenáct distribučních společností kumulovalo za sledovaných deset let 93,4 % filmových představení, 95,2 % návštěvnosti kin a 96,1 % jejich tržeb. Některé další společnosti jsem zmínil jako doplněk k předcházejícím společnostem. Chtěl bych konstatovat, že ze zmíněných 86 distribučních společností jich 39 vydalo jediný film a dal-

ších 11 společností vydalo za sledovaných deset let filmy dva. Přesto považují za vhodné závěrem této podkapitoly upozornit ještě na několik dalších společností. Jde o společnosti s menším podílem, které však v určitém směru rozšiřují variabilitu distribuční nabídky.

Společnosti soustřeďující se v nabídce na umělecky náročné filmy jsou především Asociace českých filmových klubů z. s. (17. místo), která funguje v různých právních formách již od 30. října 1990. Aktuálně je statutárním zástupcem Radana Korená. AČFK pořádá pravidelné Letní filmové školy a obohacuje distribuční nabídku zejména o filmovou klasiku. Film Distribution Artcam s. r. o. (19. místo) byla založena 4. září 2000 a po celou sledovanou dobu ji vlastnil Philippe Benkemoun. Ve své nabídce se orientovala zejména na francouzské produkční nebo koprodukční projekty uměleckého charakteru. Národní filmový archiv (25. místo) je příspěvkovou organizací zřízenou MK ČR. V prvním období byl jeho ředitelem Vladimír Opěla, odvolaný ministrem Jiřím Besserem za poněkud nejasných okolností. Za jeho působení NFA doplňoval nabídku filmových klubů nákupem výrazných uměleckých filmů. Od roku 2011 je ředitelem Michal Bregant. Dne 23. 5. 2014 uzavřel Státní fond kinematografie s NFA licenční smlouvu k užití československých filmů, u nichž práva výrobce vykonává fond. Původní držitel licence Bontonfilm však mohl uzavírat podlicenční smlouvy až do konce roku 2014. Poslední zahraniční akvizici uvedl NFA v září 2012, nadále se soustřeďuje již jen na distribuci českých filmů z archivního fondu, jejich digitalizaci a následná obnovená uvedení.

České zastoupení maďarské společnosti Pannonia Entertainment (22. místo) je v české distribuci aktivní od října 2015 a je po Aerofilms druhým nejsilnějším dodavatelem alternativního obsahu kinům, zároveň nabízí i příležitostné projekce speciálních dokumentů a kultovních komerčních filmů. Jejím exekutivním představitelem v ČR je Adam Švancar. Společnost Atlantis Entertainment CZ (29. místo) vydávala od roku 2007 do roku 2010 řadu alternativních filmů, pak přerušila aktivity a v roce 2016 se vrátila se sérií hudebních dokumentů na pomezí klasického filmu a alternativního kontentu. Pozoruhodnou sérii 16 filmů, mezi nimiž dominovaly české a slovenské dokumentární filmy, vydala v rozmezí let 2011–2014 společnost Verbascum Imago s. r. o. (30. místo) Richarda Němce. Poslední společnost, kterou bych chtěl v této souvislosti zmínit je Xtreme Cinemas s. r. o. (33. místo) Jana Konopáska, která vydávala filmy mezi roky 2009 a 2014. Majitel je aktivní hlavně v oblasti digitální technologie a právě na podporu těchto aktivit uvedl již v roce 2009 čtyři filmy ve stereoskopické digitální verzi.

H/ Provozovatelé kin jsou jádrem změny

Rozhodující část přechodu analogové distribuce na digitální se skutečně odehrála v kině. Právě provozovatelé kin museli mít odvahu změnu realizovat a rozhodně dnes můžeme konstatovat, že ti odváží na tom vydělali. Na začátku cesty bylo v roce 2007 v České republice 19 multiplexů se 161 sály a pěti provozovateli, s podílem 74,8 % tržeb. Nejúspěšnější společností byla Palace Cinemas, před společností CineStar, přičemž obě provozovaly po šesti multiplexech. Třetí místo držela společnost Cinema City se čtyřmi objekty, Village Cinemas provozoval dva multiplexy v Praze a šest sálů v Ládví mezi provozovatele multikin přiřadilo Intersonic. Rok 2007 byl rokem očekávání a žádný nový

komplex se neotevřel. V roce 2008 se ovšem počet multikin zvýšil o pět. Tři multikina otevřela společnost CineStar v Mladé Boleslavi, Jihlavě a Liberci, vzniklo nezávislé multikino jako součást obchodního centra Golden Apple v centru Zlína a Cinema City otevřelo Plzeň Plaza. Na druhé straně ovšem na sklonku roku 3. prosince 2008 byl ukončen provoz neúspěšného multikina v pražském nákupním centru Novodvorská. V průběhu roku tedy bylo v provozu 24 multikin a jejich podíl na tržbách kin se zvedl na 77,2 %.

15. ledna 2009 otevřelo Cinema City AFI Palace Pardubice, ale protože na konci předcházejícího roku byla zavřena Novodvorská, celkový počet multikin se nezměnil, nicméně multiplexy kumulovaly největší podíl tržeb za celé sledované období 79,8 %. Dne 31. prosince 2009 ukončila své aktivity v České republice společnost Village Cinemas a oba jejich multiplexy v Praze získala společnost CineStar, která dosud provozovala kina pouze v regionech, a takto se dostala i k pražskému publiku. V roce 2010 uvedlo do provozu dvě nová multikina Palace Cinemas: 29. dubna Forum v Ústí nad Labem a 23. září Forum v Liberci. V provozu tedy bylo 26 komplexů s 206 sálů, vzhledem k rozvoji digitalizace klasických kin ovšem jejich tržní podíl nepatrně poklesl na 78,6 %. Nejsilnějším provozovatelem se díky akvizici stal CineStar s 33,2 %, Palace Cinemas držel 25,8 % trhu, Cinema City 16,2 %. Na konci roku se odehrála druhá velmi podstatná změna vlastnické struktury, protože vlastník Cinema City získal Palace Cinemas. Od roku 2011 se tedy rozhodující část multiplexů v České republice koncentrovala do rukou dvou společností. Počet multiplexů i sálů se však v roce 2011 neměnil, veškerá iniciativa se soustředila na digitalizaci. V průběhu roku vzrostl počet digitalizovaných sálů v multiplexech z 62 na 191. Rostl však i počet digitalizovaných klasických kin a podíl multiplexů klesl na 75,3 %, 39,4 % kumuloval Cinema City a 33 % CineStar.

Na počátku roku 2012 zaniklo jako multikino Ládví, protože nebylo schopné zafinancovat digitalizaci dalších sálů, a pokračovalo v provozu jako klasické dvousálové kino. Zároveň byly otevřeny dva nové komplexy. 21. března otevřelo Cinema City multiplex Nová Karolína v Ostravě a 14. listopadu CineStar v Obchodním centru Breda v Opavě. Dne 31. března sice ukončilo Cinema City provoz multiplexu Park Hostivař, ale rychle se našel nový provozovatel, společnost Premiere Cinemas, která objekt rekonstruovala a obnovený multiplex Park Hostivař zahájil provoz již 24. června téhož roku. Významnou skutečností bylo, že v průběhu roku 2012 byla dokončena kompletní digitalizace multikin. Na konci roku bylo v provozu 27 multikin s 214 plně digitalizovanými sálů, z nichž 98 mělo i zařízení na 3D projekci. Podíl multiplexů v roce 2012 nepatrně narostl na 75,9 %.

Dne 23. března 2013 byl otevřen nový multiplex v rámci obchodního centra Černý most, nahradil původní komplex, který zde již společnost CineStar provozovala. Nově se rozvíjející Premiere Cinemas otevřela 17. října 2013 multiplex Šantovka v Olomouci a 13. března 2014 Multikino Galerie Teplice. Cinema City ještě 10. dubna 2015 rozšířilo provoz multikina v Letňanech na 12 sálů z původních osmi. Mnoho změn se tedy v síti multiplexů za poslední tři roky neodehrálo. Celkový počet multikin je 29 již od roku 2014 a počet sálů se ustálil na 229 v roce 2015. Samozřejmě všechny jsou digitální v DCI standardu. Podíl multiplexů na tržbách se však od roku 2013 snížil z 76,5 % na 72,1 % v roce 2016, přičemž podíl na návštěvnosti byl jen 65,4 %.

Aktuálně je největším provozovatelem Cinema City Czech s. r. o., která byla založena již 25. dubna 2001 jako I.T. Czech cinemas s. r. o. a na Cinema City byla přejmenována 29. led-

na 2008. Ve sledovaném období se stala nástupnickou organizací společností Kino 2005 a.s. (původní provozovatel kina Galaxie) 24. října 2007 a Palace Cinemas Czech s.r.o. 29. září 2011. Do 12. srpna 2012 byla ve 100% vlastnictví nizozemské společnosti pod kontrolou rodiny Greidingerů. Dědeček stávajícího nejvyššího představitele společnosti Moshe Greidinger otevřel své první kino v Haifě v roce 1931. V roce 2014 došlo k propojení Cinema City Holding B.V. s britskou společností Cineworld Group PLC, která od 12. srpna 2014 drží 1 % české společnosti. Moshe (Mookie) Greidinger je od února CEO Cineworld, druhého největšího provozovatele kin v Evropě s 2 049 sálů v 221 kinech v 9 zemích. V České republice ke konci roku 2016 provozovali 116 sálů v 13 multiplexech s podílem 37,9 % na tržbách a 33,2 % na návštěvnosti kin.

Druhé místo zaujímá CineStar s.r.o. založená 29. ledna 2001 rovnocenným podílem Pavlem Vodičkou a nizozemskou společností CineStar International B.V. a v této formě existovala po celé sledované období, jen 14. června 2010 se formálně stala nástupnickou organizací zaniklé Village Cinemas Czech Republic s.r.o. Ke konci roku 2016 provozoval CineStar 90 sálů ve 12 multikinech s podílem 27,7 % na tržbách a 26,2 % na návštěvnosti kin.

Na třetí místo se prosadila Premiere Cinemas Czech s.r.o. založená jako CEC Development Czech 16. prosince 2011 Davidem Horáčkem. Na Premiere Cinemas byla přejmenována 25. září 2012 a zároveň přešel 50% podíl na Davida Jelinka. Oba společníci a jednatele byli původně v exekutivě zaniklé společnosti Palace Cinemas. Ke konci roku 2016 provozovalo Premiere Cinemas 18 sálů ve třech komplexech s podílem 4,3 % na tržbách a 4,2 % na návštěvnosti kin.

Čtvrtým nejsilnějším provozovatelem je Golden Apple Cinema a.s. založená 2. března 2007, která je pod kontrolou rodiny Sokolových a provozuje šestisálové multikino a jedno klasické kino ve Zlíně s podílem 2,3 % na tržbách a 2,1 % na návštěvnosti kin v roce 2016.

Je zřejmé, že provozovatelé multikin jsou nejsilnějšími subjekty na trhu, přesto jsem již několikrát uvedl, že podíl klasických kin na celkovém obratu filmové distribuce stoupá. Jednosálová kina jsou v České republice tak silná díky historickému napojení na lokální úřady, které je dlouhodobě podporují. Na druhé straně ovšem právě z toho důvodu je jejich provozování roztržštěné. A drtivá většina provozovatelů klasických kin spravuje většinou jedno nebo dvě kina. Na pátém a šestém místě tak jsou provozovatelé dvou nejúspěšnějších pražských dvousálových kin Světozor a Lucerna. Světozor je dvousálovým kinem po celé sledované období, Lucerna otevřela druhý sál až 9. ledna 2014. Je pozoruhodné, že Světozor byl devět ze sledovaných deseti let nejúspěšnějším klasickým kinem, zatímco Lucerna držela zpočátku třetí a od roku 2010 druhé místo. Po otevření druhého sálu se však začala rychle dotahovat, v roce 2015 se dostala na první místo v návštěvnosti a v roce 2016 poprvé i v tržbách. Provozovatelem kina Lucerna je Lucerna — Barrandov spol. s r.o., založená již 12. listopadu 1991, s jedinou společnicí a jednatelkou Dagmar Havlovou.

Při představení distributora Aerofilms jsem se již zmínil o propojení pěti úzce spolupracujících kin, která však mají rozdílné provozovatele. Kino Světozor provozuje Union Film s.r.o., založená 31. října 1994, kino Aero provozuje Společnost pro podporu a rozvoj kina Aero z.s., založená 31. prosince 1997, Bio Oko provozuje Pro-Okó z.s., která vznikla 9. července 2009, Bio Centrál v Hradci Králové provozuje Centrální kino s.r.o., založená

25. října 2012, a konečně brněnské kino Scala provozuje Aeropolis s.r.o., založená 28. srpna 2013. Kino Aero se stejně jako Světozor mezi nejlepšími deseti kiny udrželo po celou sledovanou dobu a celkově bylo třetím nejúspěšnějším klasickým kinem. Pokud budeme toto seskupení sledovat jako celek, v roce 2016 šlo o pět kin se sedmi sály s podílem 2,3 % na tržbách a 2,8 % v návštěvnosti.

Nejúspěšnějším klasickým mimopražským kinem bylo kino Oko v Šumperku, čtvrté a poslední kino, které se v Top 10 klasických kin udrželo nepřetržitě celých deset let. Páté místo drží již zmiňované pražské Bio Oko, na šestém místě je kino Máj z Litoměřic, sedmé je dvousálové kino Svět ze Znojma, osmé také dvousálové kolínské Kino 99, devátý děčínský Sněžník a Top 10 uzavírá kino Crystal z České Lípy.

Abychom výrazněji posoudili vliv digitalizace a schopnost využít jejich výhod, seřadil jsem klasická kina do Top 10 i za druhou polovinu sledovaného období od roku 2012 do roku 2016. Pět nejúspěšnějších kin zůstalo stejných, jen Bio Oko se posunulo z pátého na třetí místo. Nejvýznamnější posun zaznamenalo nové digitální dvousálové kino Svět z Chomutova, kino Hutník z Kladna a do Top 10 se posunulo i kino Svět z Loun. Jinak je zajímavé, že mezi nejlepšími klasickými kiny nedošlo k radikálním změnám, jen nárůstem celkového podílu klasických kin došlo k zvýšení konkurence. Samozřejmě ztrátu znamenala některá kina v městech, kde byly otevřeny nové multiplexy, ale ani to nemusí být při kvalitní dramaturgii zcela likvidační. V principu se ukazuje, že nejlepší provozovatelé kin dokázali využít možnosti digitální projekce k zvýšení zájmu o své kino i udržet komerčně i umělecky přitažlivou a pro různé divácké skupiny dobře čitelnou dramaturgii.

I/ Eventová distribuce

Základem klasické filmové distribuce je samozřejmě promítání filmů v kinech, ale vedle běžné distribuce existuje mnoho dalších příležitostí, jak se setkat s nejrůznějšími filmy a navštívit jejich veřejné projekce. V posledních letech se těmto akcím začalo říkat eventové projekce. Jejich základem jsou nejrůznější filmové festivaly a přehlídky. V minulosti jsem četl i názory, že tyto typy akcí škodí klasické filmové distribuci. Tento názor musím zásadně odmítnout. Specializované filmové festivaly a přehlídky rozšiřují distribuční nabídku způsobem, kterého by klasická distribuce bez jejich existence nebyla schopna. Je samozřejmě pravdou, že může být na festivalu uveden film, a dokonce zde dostat diváckou cenu a pak, když se promítá v běžné distribuci, je o něj velmi nízký zájem. To ovšem není chyba festivalu, spíše naopak. Na festivalech a přehlídkách se schází publikum, které očekává určité typy filmů, právě tyto eventové akce jim umožní na jednom místě v přesně vymezenou dobu zhlédnout tituly, které je zajímají. Zároveň je potřeba si uvědomit, že oficiální distribuční statistiky uvádějí počty představení, diváků, tržby kin a také počet premiér filmů, ale zahrnují jen velmi malou část těchto eventových akcí. Ve skutečnosti tedy lze přepokládat, že počet diváků, kteří navštíví v průběhu roku nejrůznější veřejné projekce filmů, je znatelně vyšší. Odvážil bych se počet návštěvníků eventových akcí, kteří nejsou zahrnuti ve standardních distribučních výsledcích, odhadnout na 300 až 500 tisíc ročně. Digitální technologie samozřejmě učinila tyto speciální projekce dostupnější. Většina větších festivalů sice respektuje technologii standardu DCI, ale zároveň celá řada

projekcí využívá i technologii E-cinema. Eventová distribuce je navíc často i podporována SFK, MK ČR, regiony, městy a také z programu Media.

Jádrem jsou velké filmové festivaly. Nejvýznamnější pozici mezi nimi má MFF v Karlových Varech. Jeho nepopiratelnou výhodou, kterou oceňuje i řada zahraničních návštěvníků, nejsou sponzorské recepcce, ale obrovský zájem mladých diváků a naplněné projekce filmů, které by v běžné distribuci často počítaly diváky na prstech. Mezi tradiční a divácky přitažlivé akce patří Mezinárodní festival pro děti a mládež ve Zlíně, Mezinárodní festival dokumentárních filmů Jihlava, MFF Praha FebioFest, Festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden Svět, Ostrava Kamera Oko, Letní filmová škola AČFK v Uherském Hradišti, AFO Olomouc, Finále Plzeň. Samozřejmě u některých festivalů došlo k proměně jejich dramaturgie či organizátorů. Anifest se přestěhoval z Třeboně do Teplic, aby tam zanikl, ale v Třeboni pokračuje úspěšně dál jako Anifilm. Objevily se nové akce z iniciativy FilmEurope, jako Be2Can, Crème de la Crème či Scandi. V Praze, ale často i v dalších městech se odehrávají přehlídky nejružnějších národních kinematografií. Nejde jen o filmové festivaly a přehlídky s celostátním ohlasem. V kinech probíhá celá řada jednotlivých eventových projekcí či regionálních přehlídek nejružnějšího charakteru, ať již jde o žánrovou, tematickou, historickou nebo technickou specifikaci. Odehrávají se speciální projekce krátkých, odborných, studentských, ale i reklamních filmů.

Pokud pojmem veřejné projekce bez omezení klasickými kiny, můžeme do našeho systému zahrnout i nejružnější performance nebo výstavy, jejichž součástí jsou dnes velmi často projekce filmů nebo audiovizuální prezentace vytvořené speciálně pro daný účel. Fanoušci navštěvují své filmy v kostýmech nebo v rámci připravené hry hledají místo, kde se bude promítat. Svá díla nabízejí na setkáních s příznivci youtubeři. Tyto akce již stojí mimo klasickou filmovou distribuci, ale chtěl jsem na ně upozornit, aby bylo jasné, jak se prezentace audiovizuálních děl v posledních letech prostřednictvím digitální technologie rozběhla do světa.

J/ Shrnutí a výhled

Je nepochybné, že v digitálním prostředí neustále roste celý propojený a vzájemně bojující systém šíření k individuální spotřebě, zároveň je i častější veřejné sdílení audiovizuálních děl v prostorách kin i mimo ně. A mnoho forem má právě onen cenný charakter vzájemně sdíleného uměleckého zážitku. Jádrem „cinematic rights“ jsou ovšem klasická kina. První otázkou je, jaké další technologické změny lze očekávat v následujících letech. Klasickou projekci nahrazují laserové promítací přístroje, které se již objevují v E-cinema i D-cinema formátech. Zlepšení světelného toku by podle řady odborníků mělo opětovně pomoci oživit zájem diváků o 3D projekce. Samsung Electronics oznámil v letošním roce otevření prvního DCI kompatibilního LED screen cinema v Koreji. Klasické plátno zde nahrazuje obrazovka, z technologického řetězce tedy poprvé v historii kina odpadá projektor. Technický rozvoj oboru bude nepochybně pokračovat, nemyslím však, že by mělo dojít v dohledné době k technologickému převratu, který by byl srovnatelný s nahrazením analogové projekce. Kina již možná nebudou potřebovat projekční kabiny a před diváky budou místo pláten obrovské obrazovky. Předpokládám, že kina nebudou dostávat DCP

na harddiscích, ale budou si filmy stahovat online. Možná se zjednoduší logistika spojená dnes s digitální distribucí filmů do kin. Nic z výše naznačených změn by ovšem nemělo změnit postavení kina v celém komplexu šíření audiovizuálních záznamů.

Nepochybně bude pokračovat diskuze o exkluzivitě uvedení filmu v kinech a délce windows, které mají jednotlivé typy šíření filmů k dispozici.¹⁵⁾ Již dnes existují filmy, které jsou k dispozici souběžně nebo s velmi malým odstupem pro všechny distribuční cesty. Příjmy z kin u těchto filmů jsou ovšem v drtivé většině velmi malé. Když film stejně nevidí v kině ani 1000 diváků, proč bránit jeho uvolnění k individuální spotřebě. Takové filmy ovšem odmítají uvádět největší sítě kin po celém světě. Komerční filmy, ať již jsou studiové, evropské nebo domácí, ovšem získávají podstatnou část svých výnosů právě z kin. To pochopitelně vede výrobce těchto filmů k opatrnosti vůči úvahám o zrušení časově omezené exkluzivity jejich uvádění v kinech. Na druhé straně ovšem čtyměsíční odstup od premiéry v kinech, který je aktuálně u nás uplatňován, zřejmě další desetiletí nepřežije. O smysluplnosti a délce windows mezi jednotlivými typy šíření a zejména mezi kiny a individuální spotřebou se vedou diskuze již několik posledních let. Jedním z důvodů úvah o omezení windows je nelegální šíření audiovizuálních záznamů.

Nelegální šíření audiovizuálních záznamů není novinka posledních deseti let, avšak s rozvojem internetu se masově rozrostlo. Někteří to považují za zábavu, jiní na tom vydělávají velké peníze. Zcizování duševního vlastnictví vydávají nelegální platformy za svobodu internetu. A zejména v zemích naší části světa, kde společné vlastnictví bylo výzvou, aby si z něj každý vzal, co potřebuje, a nelegální šíření uměleckých děl bylo bojem proti státní cenзуře, to má ohlas. V zemích, jako je Rusko a Čína, je nelegální šíření audiovizuálních děl tak rozšířené, že bývají uváděny jako příklad toho, že odstupy uvedení jsou stejně zbytečné. Většina filmů v kinech je dnes aktivně uváděna po dobu jednoho až dvou měsíců a pak nastává období, kdy je kina již nepromítají a ostatní formy distribuce ještě nejsou zahájeny. Toto období pak často vytváří živnou půdu nelegální distribuce. Nezákonné šíření audiovizuálních děl po internetu přitom postihuje v první řadě legální poskytovatele VOD, v druhé řadě ostatní formy legálního poskytování audiovizuálních děl k individuální spotřebě, tedy lineární televizní vysílatele a prodejce nosičů. Finanční ztrátu legálních VOD platforem lze odhadnout na cca 70 %. Teprve ve třetí řadě postihuje zcizování filmů klasickou distribucí, zde lze ztrátu tržeb odhadnout někde mezi 10 a 20 %. Někdy se argumentuje i tím, že únik filmu na internet může mít i propagační efekt podporující jeho návštěvu v kině, zejména pokud kvalita zcizené nahrávky je špatná. To je sice pravda, ale propagační efekt je vůči ztrátě mizivý. Z toho vyplývá nezbytná potřeba podpory legálních forem šíření audiovizuálních záznamů a omezení nelegálních cest. To je pro nárůst výnosů nezávislých a domácích výrobců, snížení jejich závislosti na veřejných podporách a tím i svobodnější tvorbu důležitější než jen zkrácení odstavu individuálních forem šíření od premiéry v kinech.

Rozvoj kin samozřejmě souvisí s kvalitou obrazu i zvuku a předpokládám, že rozvoj v obou oblastech v následujících letech pokročí. Rozhodně bude více kin používat Dolby

15) Geoffrey Macnab – Gabriele Niola – Martin Blaney – Elisabet Cabeza – Melanie Goodfellow, Are much shorter theatrical windows around the corner? *Screen Daily*, 2. 1. 2017. Dostupné online: <<https://www.screendaily.com/features/are-much-shorter-theatrical-windows-around-the-corner/5112398.article>>, [cit. 8. 9. 2017].

Atmos a jistě se bude zlepšovat i obraz. Nicméně boj o diváka nesmí být veden jen v potměných sálech. Stále více se hovoří o potřebě získat mladé diváky celkovým přístupem kin. Kino by nemělo zůstat místem, kam přijdete, koupíte si předražené občerstvení a po filmu budete muset prostor kina co nejrychleji opustit. Kino by mělo být prostorem, kam půjdete s přáteli strávit příjemný večer, před promítáním si zahrajete nějaké hry, po promítnutí si v klidu sednete, popovídáte a dáte třeba sklenku. Již dnes je patrné, že kina, která umožňují komplexnější zážitek než jen vlastní projekci, jsou úspěšnější.

Je pravda, že většina dnešních diváků je schopna zorientovat se prostřednictvím internetu, nač jde. Přesto není dobré, když na to provozovatel kina spoléhá. Zejména regionální kina s diferencovanou dramaturgií, kde je prostor pro zábavné komerční hity a jednoduché komedie i náročnější filmy uměleckého charakteru, by měla být schopna své diváky dobře navigovat. Návštěva filmu, který vás zklame, otravuje nebo nudí, může odrazovat od další návštěvy. Diverzifikovaná dramaturgie je přitom dnes jedním z klíčů k úspěchu. Diváků komerčních hitů je sice určité víc, ale rozhodně to nejsou všichni potenciální návštěvníci kin. Když bude provozovatel v dramaturgii na nějakou diváckou skupinu trvale zapomínat, kino ji ztratí. Rozhodně přitom nehrozí, že by provozovatel kina neměl k dispozici dostatečně pestrou nabídku, jen bude podle mě stále důležitější schopnost se v ní orientovat a dokázat program kina dobře sestavit. Eventové projekce v kinech, případně i mimo ně k celkové nabídce veřejných projekcí patří a věřím, že jejich význam nebude klesat.

Ještě jedna významná oblast se v posledních letech rozvíjí a nepochybně se o ní bude v následujícím období ve vztahu k šíření audiovizuálního obsahu hodně hovořit. V rámci letošního CineEurope v Barceloně, které je nejvýznamnějším setkáním provozovatelů kin a distributorů v Evropě, proběhl seminář s názvem: Virtuální realita — hrozba nebo příležitost? Název semináře klade podle mého názoru jednu z nejožehavějších otázek souvisejících s dalším rozvojem šíření audiovizuálních děl. Na tu však dávat jednoznačnou odpověď je opravdu předčasné.

Závěrem bych chtěl konstatovat, že digitalizace klasické filmové distribuce proběhla v České republice obdobně jako ve většině evropských zemí úspěšně a kina z ní vyšla posílena. Své diváky zatím neztrácí, ale šíření audiovizuálních záznamů se dále rozvíjí a kina rozhodně nemohou usnout na vavřínech.

Příloha: Vysvětlení některých užívaných pojmů:

Cinematic Rights jsou práva, která odpovídají klasické distribuční cestě, tedy práva zahrnující veřejné projekce filmů v kinech a obdobných místech.

Distribuční společnosti, provozovatele kin i jednotlivá kina v textu řadím podle dosažených výsledků v hrubých tržbách za celých sledovaných deset let. Tím se může na významné místo dostat i subjekt, který již dnes neexistuje. Hrubá tržba (Gross Box Office) jsou celkové tržby kina za vstupné, čistá tržba (Net Box Office) pak jsou hrubé tržby snížené o DPH, pokud jsou provozovatelé plátcí, poplatek SFK (1 %) a poplatek OSA (0,8 %). Čistá tržba je základem pro dělení výnosu mezi distributora a provozovatele, podíl distributora je licenčním poplatkem a nazývá se půjčovné (Rental) a je stanoven procen-

tem z čisté tržby. V některých případech platí provozovatel licenční poplatek fixní částkou.

Multiplexy respektive multikina jsou vícesálová kina. První kino nesoucí toto označení v Česku byla pražská osmisálová Galaxie otevřená 4. dubna 1996. Za multikina aktuálně v Česku považujeme kina mající čtyři a více sálů. Pojem multiplex je obdobou, ale v mezinárodních přehledech je vždy potřeba sledovat patřičnou definici. Některé přehledy považují za multiplexy pouze multikina s minimálně šesti sály, v některých podkladech dokonce minimálně osmi sály. Za klasická kina pak považují kina s jedním nebo dvěma sály.

Za klasické kino je podle mezinárodních zvyklostí považován provoz, jehož hlavní náplní je veřejné předvádění filmů. V textu čerpám z evidence UFD, která registruje všechna aktivní kina, pro potřeby distributorů, provozovatelů kin i SFK, mimo jiné pro evidenci plátců poplatku. Za stálá kina jsou považována kina, která hrají pravidelně minimálně jedno představení týdně, což je benevolentnější výklad, než je obvyklý. Kromě toho jsou registrována letní kina, provozovatelé mimořádných představení ve víceúčelových sálech i putovní projekce. Definice kina se u nás digitalizací nijak nezměnila.

MPA (Motion Picture Association) v USA funguje jako MPAA (Motion Picture Association of America), vznikla již v roce 1922 a dnes jsou jejími členy: Walt Disney Studios Motion Pictures, Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Twentieth Century Fox Film Corporation, Universal City Studios LLC, and Warner Bros. Entertainment Inc. Jde o sdružení šesti největších mezinárodních korporací, někdy jsou označovány jako Majors nebo také hollywoodská studia. NATO (National Association of Theatre Owners) je asociace provozovatelů kin v USA, ale zároveň i v dalších 93 státech světa. Obdobná Evropská asociace se nazývá UNIC (Union Internationale des Cinémas) reprezentující provozovatele z 36 zemí Evropy.

Videodistribuce je pojem, který se začal obecně používat při šíření filmů na videokazetách a přetrvál i po nahrazení videokazet nosičem DVD. V mezinárodním obchodě jsou používány pojmy jako Home video či Home Entertainment.

Videokazety se šířily v různých formátech. U nás nakonec převládla značka VHS (Video home system) od firmy JVC. V počátcích videodistribuce se filmy vydávaly i na značce Video 2000 a Betamax, zkráceně Beta od společnosti Sony. Ta byla sice vytlačena z individuální spotřeby, ale Betacam byl nadále využíván jako nosič záznamů v televizi a postprodukci.

DVD (Digital versatile disc nebo Digital video disc) je nejrozšířenější formát digitálního optického datového nosiče používaného ve videodistribuci.

Blu-ray disk je třetí generací optických disků určených k ukládání digitálních dat. Blu-ray přinesl výrazné zkvalitnění obrazové i zvukové složky nahraného filmu. O svoji pozici v počátku soupeřil se značkou HD DVD, která ovšem neuspěla.

Televizní licenční práva jsou historicky členěna na tři druhy podle finančního vztahu vysílatele a diváka. Pay-per-view je systém, v němž divák platí pouze za film/pořad, na který se dívá. Tento obchodní model byl původně rozšířen zejména v USA a v Evropě užíván sporadicky do příchodu online distribuce. PayTV představuje placenou televizi, kde divák platí za možnost vybraný televizní kanál sledovat bez ohledu na to, jak často jej ve skutečnosti sleduje. U nás to je kupříkladu HBO. Free TV představuje volně šířený televizní program. Z tohoto pohledu je lhostejné, zda jde o veřejnoprávního nebo komerčního televiz-

ního vysílatele. Koncesionářský poplatek je poplatek stanovený státem za užití televizní obrazovky a není považován za platbu televiznímu vysílateli.

Lineární a nelineární nabídka — o lineární a nelineární nabídce se hovoří ve vztahu ke kontinuálnímu televiznímu vysílání, kdy divák, který chce sledovat film, musí akceptovat čas, kdy je vysílán, případně si vysílání nahrát, pokud k tomu má potřebné zařízení. Nelineární nabídka pak představuje soubor audiovizuálních děl, která si zájemce může pustit v čase, který mu vyhovuje. Lineární vysílání přitom již dávno není doménou pouze klasických televizních vysílatelů. IPTV (Internet Protocol television) neboli televize šířené po internetu existují již od roku 2005.

Catch-up TV je rozšíření nabídky klasického lineárního televizního vysílatele o možnost audiovizuální díla, na která má tato práva po určitou dobu, nechat k dispozici pro nelineární zhlédnutí, což může fungovat v systému PayTV i FreeTV, tedy s předplatným, nebo zdarma.

Online šíření audiovizuálních záznamů bývá často souhrnně označováno jako VOD (video on demand). I zde se postupně jednotlivé způsoby rozlišují podle finančního vztahu poskytovatele a diváka. Pay-per-view systém se v online formě šíření také někdy nazývá Demand View. Označení TVOD (transactional video on demand) znamená, že uživatel platí za každé individuální stažení. Existuje možnost audiovizuální dílo zhlédnout, aniž by byl vytvořen záznam (streaming), nebo stáhnout (downloading) k časově omezenému přístupu (DTR — download to rent), nebo stáhnout bez časového mezení (EST — electronic sell-through). Příkladem TVOD služeb je iTunes od Apple. Variantě PayTV odpovídá systém SVOD (subscription video on demand), obvykle s měsíčním pravidelným poplatkem. Tento systém využívá například Netflix a Amazon. FreeTV má v oblasti šíření také několik forem podle způsobu financování platformy poskytující audiovizuální obsah. Příkladem je AVOD (advertising video on demand), který využívá stejně jako komerční televize spojení s reklamou.

Home Media Distribution — jeden z používaných pojmů pro obchod s audiovizuálními záznamy k individuální spotřebě, zahrnující videodistribuci, televizní vysílání i šíření filmu online.

Analogová filmová kopie měla v průběhu historie více formátů. Komerčně se nejvíce prosadil formát 35 mm. 16mm formát, který byl využíván v menších kinech od šedesátých let, a klasická 70mm projekce přestaly být komerčně aktivní počátkem 90. let minulého století. V počátku sledovaného období již byly komerčně využívány jen dva standardní analogové formáty 35 mm a 70mm IMAX verze. Dnes zůstává využívání analogových kopií doménou archivních kin a občasných eventových akcí. Neobvyklým příkladem u nás je uvádění filmu *DUNKERK* v IMAXu z analogové kopie, která umožňuje projekci v rozšířenějším formátu než digitální IMAX s použitím Xenon systému, který je v České republice. Digitální IMAX Laser, který je dnes v zahraničí poměrně obvyklý, již zobrazí plný formát jako původní analog. Dnes již není registrováno žádné stálé kino promítající výhradně z analogových kopií.

DCI (Digital Cinema Initiatives) byla založena členy MPA v březnu roku 2002. DCI specifikace je soubor pravidel, která musí dodržovat kino i film, aby bylo uznáno jako DCI kompatibilní digitální projekce. Po počátečních rozporech je tato specifikace uznávána jako norma téměř na celém světě. Kina, která splňují tuto specifikaci, jsou označována

jako D-cinema, zatímco kina, která také mají digitální projekci, ale nesplňují tuto specifikaci, jsou označována jako E-cinema. E-cinema zpravidla promítají z alternativních zdrojů, jako jsou DVD a Blu-ray, ale také mohou uvádět filmy ve formátu MP4 nebo digitální přenosy online.

DCP (Digital Cinema Package) je digitální datový soubor obsahující film. Tento datový soubor obdrží kino na harddisku, ale možné je i dodání přes satelit nebo po internetu. Podle DCI specifikace musí být DCP kódován a D-cinema je schopno jej přehrát pouze za použití klíče KDM (Key Delivery Message), který dostane zpravidla od distributora e-mailem. KDM obsahuje kód obsahující jedinečnou identifikaci serveru, jedinečnou identifikaci DCI projektoru a zároveň přesnou dobu platnosti. Film lze přehrát pomocí KDM tedy z jediného serveru na jediném projektoru v přesně určenou dobu. V některých případech jsou DCP do kin poskytovány v nezakódované podobě. Pak lze film přehrát bez klíče a v některých případech i na projektorech pro E-cinema. V tom případě ovšem tento proces nesplňuje DCI specifikaci.

Alternativní obsah (alternativní content) je pojem zahrnující přenosy kulturních a sportovních akcí do kin. Zpravidla se k přenosu používá satelitní spojení.

3D filmy — stereoskopická projekce se prolíná celou historií kinematografie s určitým vrcholem v první polovině padesátých let minulého století. V komerční kinematografii se neudržela kvůli vysoké ceně, velkým technickým nárokům na preciznost projekce, a přesto nikoli špičkové kvalitě. Na přelomu tisíciletí se tento formát uplatňoval v analogové formě ve velkoformátové projekci IMAX. V IMAXu se stereoskopický analogový formát udržel až do nástupu digitalizace. S nástupem digitalizace ovšem došlo k opětovnému velkému rozvoji tohoto formátu, který se podle mého názoru již trvale usídlil na plátnech kin. Na digitální projekci přešel i IMAX, ovšem klasická digitální projekce s xenonovými výbojkami v rozlišení 2K v některých parametrech zaostává za původním IMAX 3D analogovým formátem, proto se ve světě v případě IMAXu přechází na laserovou projekci s rozlišením 4K.

4D filmy umožňují kromě stereoskopického efektu pohyb sedadel, případně další zážitkové efekty. Tento typ zážitkové projekce byl původně spojen zejména se zábavními parky typu Disneyland. S digitální distribucí se tato forma rozšířila i do běžných kin. V České republice byly na konci sledovaného období otevřené dva sály formátu 4DX korejské společnosti CJ 4DPLEX. Kromě toho existují formáty D-Box společnosti D-Box Technologies a MX4D společnosti MediaMation. Ačkoli jde o nadstavbu nad 3D formát, stereoskopická projekce není podmínkou. Jedny z nejúspěšnějších filmů v českém 4DX byla série RYCHLE A ZBĚSILE, uváděná jen ve 2D verzi.

S digitalizací kin se zlepšila i úroveň zvuku v kinech. Základní zvukovou technologií je 5.1, šestikanálový zvuk dnes běžný i v mnoha domácnostech, využívající levý, centrální, pravý, dva zadní reproduktory a subwoofer. Většina kin je již vybavena technologií 7.1, kterou ovšem také můžeme najít i v lépe vybavených domácnostech. 5.1 zvuk je samozřejmý, ale většina filmů již má k dispozici pro kina 7.1 zvuk. Další úrovní je Auro 11.1 společnosti Barco, které mělo docela rychlý start, ale v posledních letech ztrácí podporu. Vedoucím zvukovým formátem je dnes Dolby Atmos. Technologie umožňuje distribuovat zvuk až do 128 zvukových stop. Dolby Atmos je aktuálně nejkvalitnějším zvukovým formátem dostupným v kinech.

Financování digitalizace komerčních provozovatelů bylo postaveno na principu VPF (Virtual print fee). Nejprve byly do systému zapojeny externí společnosti, které se nazývaly integrátory. Tyto společnosti postupovaly velmi podobně, jak známe v případě leasingových smluv. Integrátor na své náklady instaloval do kin digitální projekční zařízení, přičemž provozovatel uhradil při dodání jen část ceny a zbytek byl hrazen distributory za umístění jejich filmů. Po zaplacení nákladů a předem stanoveného zisku integrátora se VPF přestává hradit a projekční zařízení přechází do rukou provozovatele kina. Hned v počátku fungování systému se někteří provozovatelé bránili akceptovat prostředníky, s důrazem, že peníze na digitální technologii mají a nechtějí platit zisk integrátorů. Proto byly nakonec uzavřeny i přímé smlouvy s některými provozovateli, kteří zaplatili digitalizaci ze svých prostředků, a VPF je placeno přímo jim, nikoli integrátorům. V České republice existovaly oba modely. CineStar financoval digitalizaci prostřednictvím integrátora Dcinex, zatímco Cinema City ze svých zdrojů a je přímým příjemcem VPF. V České republice se pojem integrátor používá i pro dodavatele digitální technologie, což neodpovídá mezinárodnímu výkladu pojmu. Platba za VPF se pohybuje okolo 13 000 Kč za jedno nasazení. Pokud je film paralelně uváděn ve více sálech, počet VPF se násobí. Zpravidla se provozovatel zavazuje hrát film minimálně dva týdny, jinak délka nasazení odpovídá atraktivitě filmu a nemá již na platby vliv. Samozřejmě tento typ platby za nasazení je velmi nevýhodný pro menší alternativní filmy, které se tedy v multikinech nehrají nejen proto, že by provozovatelé o ně neměli zájem, ale také proto, že distributor nemá na VPF prostředky.

Windows (okna) je ochranná doba umožňující exkluzivitu jednomu distribučnímu formátu před zahájením dalších. Nejčastěji se o windows hovoří v souvislosti s exkluzivitou klasické distribuce v kinech. Další windows však souvisí třeba s ochranou placeného televizního vysílání před volným a mnoho nových otázek je otevřeno s online šířením filmů. V této souvislosti se hovoří také o holdbacku. Holdback je smluvní závazek nabyvatele licence poskytnout patřičné windows předcházející formě šíření. Takže kupříkladu kino má windows 12 měsíců vůči televiznímu uvedení. Televize kupující práva má ve smlouvě předepsaný holdback, který ji zavazuje film neuvést dříve než 12 měsíců po premiéře v kinech. Právě windows a holdbacky jsou aktuálním tématem diskuze o dalším vývoji distribuce.

Mezi alternativní formy distribuce řadím například: performance za užití projekce audiovizuálních děl, videomapping, který je směrem audiovizuálního umění využívající projekci ve volném prostoru, například na fasády domů nebo v jejich interiérech, Hidden cinema, Secret cinema nebo Cinema Royal, což jsou kombinované interaktivní společenské hry spojené s projekcí filmů většinou na předem neohlášeném místě. Dělam kino je pak aktivita podporující soukromé organizování projekcí s legálním obsahem.

Marvelovské filmy — tento pojem jsem použil pro charakteristiku trikových filmů vznikajících podle comicových předloh vydaných nakladatelstvím Marvel, které jsou velmi často natáčeny ve 3D formátu.

Audiovizuální reklama filmů je spojena s celou řadou reklamních snímků, které mají velmi rozdílné názvy. Dříve se jim říkalo foršpany z německého základu, dnes je nejčastěji nazýváme trailery. V televizi se používá pojem spoty, první náhled filmu se nazývá teaser. Nejprve byly využívány pouze v kinech, pak se začaly uvádět v televizi, dnes je je-

jich největší využití na internetu. Dostatečně variabilní a nápaditá práce s filmovými ukázkami je jedním ze základních stavebních kamenů distribuční marketingové komunikace.

Merchandising je souhrnné označení nejrůznějších předmětů, které jsou logem, názvem, postavami nebo jinak spojeny s určitým filmem, a obchod s nimi. Může jít o oblečení, hračky, knihy, omalovánky nebo vystřihovánky pro děti atp.

Virtuální realita vytváří iluzi skutečného nebo fiktivního světa. Její využití v lékařství, sportu, konstrukci či letectví je dnes již obvyklé. Stále významněji však vstupuje do oblasti zábavy a nejde již jen o počítačové hry, ale i vlastní audiovizuální tvorbu. Vytvoření virtuálního světa v jeho dokonalosti je dnes extrémně drahé a poměrně drahé je ještě i zařízení k osobnímu využití. Tvorba i zařízení na jeho sdílení se však velmi rychle vyvíjí a audiovizuální průmysl s ní musí počítat. V analýze prezentované na serveru *The Wrap*, která se zabývá tím, proč se VR rozvíjí tak pomalu, je uvedeno sedm výstižných bodů: zatím je málo publika, obsah je drahý, technologie ještě mladá a křehká, provozovatelé kin ani herecké hvězdy o VR zatím zájem nemají.¹⁶⁾ Některá vzniklá díla jsou zajímavá, ale kde je AVATAR virtuální reality? A co když to je jen módní výstřelek? Inu uvidíme.

Zdroje:

- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2007. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2007-141.doc>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2008. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2008-142.doc>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2009. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vyrocní-zprava-2009-zip-143.zip>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2010. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vyrocní-zprava-mkcr-2010-144.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2011. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vyrocní-zprava-ministerstva-kultury-za-rok-2011-145.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2012. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2012_1-146.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2013. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2013-147.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2014. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vyrocní-zprava-ministerstva-kultury-za-rok-2014-148.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2015. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2015-6623.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].

16) Matt Donnelly – Matt Pressberg, Why Hollywood Studios Are Slow to Embrace Virtual Reality. *The Wrap*, 23. 7. 2017. Dostupné online: <<http://www.thewrap.com/hollywood-studios-virtual-reality-slow-embrace/>>, [cit. 8. 9. 2017].

- Ministerstvo kultury ČR, Výroční zpráva Ministerstva kultury za rok 2016. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/mkcr_vz2016-6624.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2009. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/tabulka-dotaci-2009-1400.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2010. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vysledna-tabulka-zadosti-oma-2010-1399.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2011. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vysledky-vyberoveho-dotacniho-rizeni-oma-2011-1398.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2012. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/vysledky-vyberoveho-dotacniho-rizeni-oma-pro-rok-2012-1397.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2014. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/tabulka-na-web-1396.xlsx>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2015. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/kopie-tabulka-schvaleni-komise-2015-1395.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- Ministerstvo kultury ČR, Výsledky výběrového dotačního řízení OMA pro rok 2016. Online: <https://www.mkcr.cz/doc/cms_library/tabulka-zadosti-2016-na-web-2813.xls>, [cit. 8. 9. 2017].
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2008. Online: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/424287/focus2008.pdf>>, [cit. 8. 9. 2017].
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2009. Online: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/424287/focus2009.pdf>>, [cit. 8. 9. 2017].
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2010. Online: <<http://www.obs.coe.int/documents/205595/424287/focus2010+optim.pdf>>, [cit. 8. 9. 2017].
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2011.
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2012.
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2013.
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2014.
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2015.
- European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2016.

European Audiovisual Observatory, *Focus — World Film Market Trends*. Cannes: Marché du film. Festival de Cannes 2017.

Vlastní dílčí studie:

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2007. *FilmSk* 9, SFÚ 2008, č. 5, příloha, s. A–F.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2008. *FilmSk* 10, SFÚ 2009, č. 5, příloha, s. A–G.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2009. *FilmSk* 11, SFÚ 2010, č. 5, příloha, s. A–G.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2010. *FilmSk* 12, SFÚ 2011, č. 5, příloha, s. A–G.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2011. *FilmSk* 12, SFÚ 2012, č. 5, příloha, s. 45–51.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2012. *FilmSk* 12, SFÚ 2013, č. 5, příloha, s. 2–6.

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2013. *FilmSk* 15, 2014, č. 6. Online: <<http://www.filmsk.sk/cislo/nove-cislo-6-2014/priloha-ceska-kinematografia-v-roku-2013>>, [cit. 8. 9. 2017].

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2014. *FilmSk* 16, 2015, č. 6. Online: <<http://www.filmsk.sk/cislo/6-2015/ceska-kinematografia-v-roku-2014>>, [cit. 8. 9. 2017].

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2015. *FilmSk* 17, 2016, č. 6. Online: <<http://www.filmsk.sk/cislo/6-2016/ceska-kinematografia-v-roku-2015>>, [cit. 8. 9. 2017].

Aleš Danielis, Česká kinematografie v roce 2016. *FilmSk* 18, 2017, č. 6.

Online: <<http://www.filmsk.sk/cislo/nove-cislo-6-2017/ceska-kinematografia-v-roku-2016>>, [cit. 8. 9. 2017].

Aleš Danielis, Česká filmová distribuce po roce 1989. *Illuminace* 19, 2007, č. 1, s. 53–104. Online: <http://www.iluminace.cz/Joomla/images/stories/obsahy/danielis_iluminace_1_2007.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].

Aleš Danielis, Svět filmu bez perforace. Hrozby a příležitosti digitální filmové distribuce. *Illuminace* 25, 2013, č. 2, s. 89–101. Online: <http://www.iluminace.cz/images/obsah/Illuminace_2_2013_danielis.pdf>, [cit. 8. 9. 2017].

Internetové odkazy:

Státní fond kinematografie
<http://fondkinematografie.cz/>

Unie filmových distributorů
<http://ufd.cz/>

Ministerstvo kultury ČR
<https://www.mkcr.cz/>

Kreativní Evropa Media

<http://www.mediadeskcz.eu/projekty/>

Asociace producentů v audiovizí

<http://www.asociaceproducentu.cz/>

Asociace provozovatelů kin

<http://prokina.cz/>

Pro-Digi

<http://www.digitalnikino.cz/>

MPAA

<http://www.mpa.org/>

NATO

<http://www.natoonline.org/about/>

DCI

<http://www.dcmovies.com/specification/>

Ministerstvo spravedlnosti ČR, Veřejný rejstřík a sbírka listin:

35 mm: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=295785&typ=UPLNY>

a <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=623968&typ=UPLNY>

A-Company: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=411048&typ=UPLNY>

AČFK: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=772428&typ=UPLNY>

Aerofilms: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=308645&typ=UPLNY>

Aeropolis: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=713650&typ=UPLNY>

APK Cinema Service: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=215775&typ=UPLNY>

AQS: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=500145&typ=UPLNY>

Artcam: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=533783&typ=UPLNY>

Atlantis: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=493125&typ=UPLNY>

Bioscop: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=539549&typ=UPLNY>

Bohemia MP: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=885641&typ=UPLNY>

Bontonfilm: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=283233&typ=UPLNY>

Centrální kino: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=72996&typ=UPLNY>

Cinema City: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=89886&typ=UPLNY>

Cinemart: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=416413&typ=UPLNY>

CineStar: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=421808&typ=UPLNY>

Falcon: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=447768&typ=UPLNY>

Film Europe: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=365150&typ=UPLNY>

Forum Film: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=695621&typ=UPLNY>

Freeman Entertainment: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=889145&typ=UPLNY>

Golden Apple: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=622595&typ=UPLNY>

Hollywood: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=433784&typ=UPLNY>

Indigo Film: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=885896&typ=UPLNY>

Intersonic: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=591587&typ=UPLNY>

Lucerna — Barrandov: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=534736&typ=UPLNY>

Magic Box: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=611366&typ=UPLNY>

Palace Cinemas: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=657226&typ=UPLNY>

Pannonia: <http://pannonia-entertainment.com/about-us/>

Premiere Cinemas: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=413880&typ=UPLNY>

Pro-Oko: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=757053&typ=UPLNY>

První veřejnoprávní: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=314918&typ=UPLNY>

SPI: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=536178&typ=UPLNY>

Společnost pro podporu a rozvoj kina Aero: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=745327&typ=UPLNY>

Union Film: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-osoba.vysledky?subjektId=464398&typ=UPLNY>

Verbascum: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=527068&typ=UPLNY>

Warner Bros: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=431805&typ=UPLNY>

Xtreme Cinemas: <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=317696&typ=UPLNY>

Národní filmový archiv

<http://nfa.cz/cz/o-nas/historie/>

Citované filmy:

...a bude hůř (Petr Nikolaev, 2007), *Anděl páně 2* (Jiří Strach, 2016), *Anthropoid* (Sean Ellis, 2016), *Asterix a Obelix ve službách jejího veličenstva* (Astérix et Obélix: Au Service de Sa Majesté; Laurent Tirard, 2012), *Asterix a Olympijské hry* (Astérix aux jeux olympiques; Frédéric Forestier, Thomas Langmann, 2008), *Avatar* (James Cameron, 2009), *Babovřesky* (Zdeněk Troška, 2013), *Bathory* (Juraj Jakubisko, 2008), *Cesta na Měsíc 3D* (Fly Me to the Moon 3D; Ben Stassen, 2008), *Dítě Bridget Jonesové* (Bridget Jones's Baby; Sharon Maguire, 2016), *Doba ledová 3: Úsvit dinosaurů 3D* (Ice Age: Dawn of the Dinosaurs 3D; Carlos Saldanha, Mike Thurmeier, 2009), *Doba ledová 4: Země v pohybu* (Ice Age: Continental Drift; Steve Martino, Mike Thurmeier, 2012), *Dunkerk* (Dunkirk; Christopher Nolan, 2017), *Edith Piaf* (La Môme; Olivier Dahan, 2007), *Fakjů pane učiteli* (Fack ju Göhte, Bora Dagtekin, 2013), *Fakjů pane učiteli 2* (Fack ju Göhte 2, Bora Dagtekin, 2015), *Fantastická zvířata a kde je najít* (Fantastic Beasts and Where to Find Them; David Yates, 2016), *Goyovy přízraky* (Goza's Ghosts; Miloš Forman, 2006), *Gravitace* (Gravity; Alfonso Cuarón, 2013), *Harry Potter a Relikvie smrti — 1. část* (Harry Potter and the Deathly Hallows: Part 1; David Yates, 2010), *Kajíněk* (Petr Ják ml., 2010), *Libáš jako bůh* (Marie Poledňáková, 2009), *Martan* (The Martian; Ridley Scott, 2015), *Mimoni* (Minions; Kyle Balda, Pierre Coffin, 2015), *Muži v naději* (Jiří Vejdělek, 2011), *Once* (John Carney, 2007), *Rychle a zběsile 6* (Fast & Furious 6; Justin Lin, 2013), *Rychle a zběsile 7* (Fast & Furious 7; James Wan, 2015), *Rychle a zběsile 8* (The Fate of the Furious; F. Gary Gray, 2017), *Shrek: Zvonec a konec* (Shrek Forever After; Mike Mitchell, 2010), *Tři bratři* (Jan Svěrák, 2014), *Vratné lahve* (Jan Svěrák, 2007), *Ženy v pokušení* (Jiří Vejdělek, 2010).

Aleš Danielis (1953)

Je programovým ředitelem společnosti Cinemart a působí jako profesor na Katedře produkce Filmové a televizní fakulty AMU. Zároveň působí ve vedení Unie filmových distributorů, kterou reprezentuje v představenstvu České filmové komory, a ve Filmové radě při ČFK. Je členem České filmové a televizní akademie a Evropské filmové akademie. Dříve publikoval informace o vývoji filmového trhu ve *Filmovém přehledu*, nyní občas komentuje otázky filmové distribuce v různých médiích. Po absolvování studia produkce na FAMU nastoupil již koncem sedmdesátých let do Ústřední půjčovny filmů a počátkem devadesátých let se účastnil její transformace na Lucernafilm. V letech 1994 až 2012 byl nejprve ředitelem Bontonfilmu a po jeho sloučení s Bonton Home Video ředitelem filmové distribuce Bontonfilmu. Ke konci roku 2012 odešel z Bontonfilmu do společnosti Cinemart. Aktuálně je členem Výboru SFK. Tři jeho studie o vývoji filmové distribuce v České republice vyšly v minulosti i v *Iluminaci*.

SUMMARY

Czech Film Distribution 2007–2016. A Decade of Change

Aleš Danielis

The study details the development of film distribution during the ten years marked by the shift from analogue to digital technology of projection. It extends a previous study by the author that described the period 1987–2006, covering the disintegration of state-owned film industry and its transformation to standard film distribution.

The first part of the presented study describes the development of various means of dissemination of audiovisual contents with the aim to put classical distribution in the context of other forms of distribution and emphasize that in the course of history its role in the structure of the whole system of dissemination of audiovisual contents has been transformed. The second aim of this chapter is to demonstrate that classical film distribution was forced to digitization by changes in film production, postproduction and other means of dissemination of audiovisual contents. Last but not least, the study shows that while in the past the competition for spectators occurred between classical film distribution and, e.g. television broadcasting, today the main competition occurs between classical linear television broadcasting and online distribution of audiovisual contents.

Subsequent description of the development of film distribution during these years details the legislative and social-political context, including subsidy policy of the state. It reveals that the subsidy policy helped the digitization of single-screen cinemas and created very good conditions for their development. However, at the same time it shows that state subventions focus mainly on the production of Czech audiovisual works, while the distribution of foreign art-house films is marginalized.

The subsequent chapter focuses on the process of digitization itself, detailing the change of the technology of projection in cinemas and media that allow transfer of audiovisual contents. Next part documents the development of frequentation of cinemas, their revenues and the structure of their offerings. The chapter reveals that the period under question saw a rise in the number of films entering distribution and in film attendance and increase in revenues. At the same time, however, it indicates some problems related to the diversification of offerings and frequentation of cinemas.

Furthermore, the study details how the digitization of cinemas changed the relations between distributors and cinema operators and describes the most successful distribution companies on the market during the last ten years, including some smaller companies with distinct offerings, as well as prominent companies of cinema operators. These include not only the chains of multiplexes that play a decisive role on the market but also selected operators of single-screen cinemas, the position of which is notable if we take into account the whole of Europe.

Apart from classical theatrical film distribution concentrated on multiplexes and single-screen cinemas, a wide range of alternative public screenings has been recently developing, for which the term event distribution was coined in recent years. A significant part of event distribution is formed by film festivals, which play a significant role especially in the dissemination of art-house films. However, festivals are not the only form of event distribution as other forms take place also in individual regions on various unique occasions.

The concluding part of the study explores further technological possibilities, other forms of dissemination and the influence of illegal forms of dissemination of audiovisual contents on the future development of distribution. The study includes a glossary of terms that are related to the development and present state of film distribution.