

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI**

Filozofická fakulta

Bakalářská práce

**STUDIE SOCIÁLNÍHO A EKONOMICKÉHO  
DOPADU FILMOVÉHO FESTIVALU NA MĚSTO A  
REGION**

Autor: Radana Korená

Katedra divadelních, filmových a mediálních studií

Vedoucí práce: Mgr. Petr Bilík, Ph.D.

Studijní program: Teorie a dějiny divadla, filmu a masmédií

**Olomouc 2014**

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „*Studie sociálního a ekonomického dopadu filmového festivalu na město a region*“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Olomouci dne: 6. 4. 2014

Podpis: .....

### **Poděkování**

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Petru Bilíkovi, Ph.D. za ochotný a vstřícný přístup a za poskytnutí cenných rad a připomínek při zpracování mé práce.

**AUTOR:**

Radana Korená

**KATEDRA:**

Katedra divadelních, filmových a mediálních studií

**VEDOUcí PRÁCE:**

Mgr. Petr Bilík, Ph.D.

**ABSTRAKT:**

Bakalářská práce se zabývá posouzením organizace a realizace filmového festivalu a jeho dopadu na sociální a ekonomický rozvoj města či regionu. Na základě historie pořádání filmových festivalů se ukazuje, že pořádání tohoto typu akce má pro město i region významnou důležitost, která se odráží nejen na celé infrastruktuře služeb a nově vytvořených pracovních míst, ale také na výsledném obrazu vnímání kulturní nabídky města. Tato studie bude založena na analýze Letní filmové školy v Uherském Hradišti, její současné podobě vzhledem k městu a jeho rezidentům, financování, organizaci a marketingu.

**Klíčová slova:**

Letní filmová škola, Asociace českých filmových klubů, město Uherské Hradiště, filmový festival, doprovodné akce, ekonomický dopad, ubytování, stravování, marketing, rozpočet, dotace, návštěvník, propagace.

**TITLE:**

Study of social and economic impact on the city and region during organizing of film festival.

**AUTHOR:**

Radana Korená

**DEPARTMENT:**

Department of Theatre, Film and Media Studies

**SUPERVISOR:**

Mgr. Petr Bilík, Ph.D.

**ABSTRACT:**

The bachelor thesis deals with the assessment of the organization and implementation Film Festival and its impact on social and economic development of the city or region. Based on the history of organizing film festivals, shows that the organization of this type of action is for the city and region of significant importance , which reflects not only the entire infrastructure for a newly created jobs , but also on the resulting image perception of the cultural offer of the city . This study will be based on an analysis of the Summer Film School in Uherské Hradiště its current form due to the city and its residents , financing, organization and marketing.

**Keywords:** Summer Film School, Association of Czech Film Clubs, film festival , special events , economic impact, accommodation , catering , marketing , budget, grants, visitor promotion.

## OBSAH:

Úvod .....	8
<b>1. Teoreticko – metodologická část .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1. Teze a metodologie práce .....</b>	<b>11</b>
1.1.1. Teze bakalářské práce .....	11
1.1.2. Metodologie .....	12
<b>1.2. Charakteristika filmových festivalů .....</b>	<b>16</b>
1.2.1. Filmový festival .....	16
1.2.2. Socioekonomický význam filmových festivalů .....	18
1.2.3. Marketing filmových festivalů .....	19
<b>2. Analytická část .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1. Město Uherské Hradiště .....</b>	<b>22</b>
2.1.1. Socioekonomická úroveň města .....	22
2.1.2. Využití kulturní infrastruktury města v rámci festivalu .....	23
2.1.3. Mimořádné kulturní akce města a jejich financování .....	24
<b>2.2. Charakteristika festivalu Letní filmová škola .....</b>	<b>27</b>
2.2.1. Stručná historie a současnost Letní filmové školy .....	27
2.2.2. Segmentace cílových skupin .....	28
2.2.3. Akreditace .....	29
2.2.4. Organizace a produkce .....	30
2.2.5. Propagace a marketing .....	37
<b>2.3. Analýza sociálního dopadu LFŠ .....</b>	<b>41</b>
2.3.1. Doprovodný program a akce pro veřejnost .....	41
2.3.2. Statistiky návštěvnosti za roky 2003-2013 .....	43
2.3.3. Výzkum Univerzity Tomáše Bati .....	44
<b>2.4. Analýza ekonomického dopadu LFŠ .....</b>	<b>47</b>
2.4.1. Služby spojené s pořádáním LFŠ .....	47
2.4.2. Financování LFŠ .....	50
2.4.3. Odhad ekonomického dopadu LFŠ na město Uherské Hradiště .....	54
<b>3. Dotazníkové šetření mezi obyvateli Uherského Hradiště .....</b>	<b>60</b>
<b>Závěr .....</b>	<b>68</b>
<b>Seznam použité literatury a pramenů .....</b>	<b>71</b>

<b>Seznam obrázků a grafů .....</b>	<b>74</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>75</b>
<b>Seznam použitých symbolů a zkratk.....</b>	<b>76</b>
<b>Seznam příloh .....</b>	<b>78</b>
<b>Příloha č. P1. ....</b>	<b>79</b>
<b>Zadání bakalářské práce</b>	

# ÚVOD

V současné době existuje ve světě i v České republice celá řada filmových festivalů, které se snaží přilákat diváky a návštěvníky na pestrost svého programu či tematické nebo žánrové profilace. Spousta festivalů takto vznikla a relativně rychle i zanikla,<sup>1</sup> ale mnoho dalších existuje již několik desetiletí a vytvořily si ve městech, kde působí status výrazné a nezaměnitelné kulturní akce.

Mnohé nově vznikající festivaly se nechávají inspirovat těmi, které už existují déle, a ty dlouhodobě fungující pak tvoří stabilní síť, která je provázána nejen cílovými skupinami návštěvníků a filmovou náplní, ale také např. konkurenčním bojem o dotace od státních institucí, či zajímavější dramaturgií. Julian Stringer o festivalech říká, že slouží jako prostor zprostředkování, kulturní základna, v rámci které se vyjednávají cíle a činnosti specifických zájmových skupin, jakož i místo utváření a udržování vzájemných vztahů napříč jednotlivými kulturami. Navíc mají klíčový, byť často opomíjený podíl na psaní filmových dějin. Festivalová promítání často určují, které filmy budou distribuovány v rozhodujících kulturních arénách a ke kterým filmům s největší pravděpodobností získají přístup filmoví kritici, akademici i běžní diváci.<sup>2</sup>

Filmové festivaly přinášejí městům, kde se konají výraznější publicitu díky medializací akcí, slavných filmových tvůrců či herců, kteří na festival přijíždějí či objevných filmů, které jsou na festivalech promítány. Samozřejmě to není jen publicita, ale také zvýšený zájem o turismus, který městům přináší finanční prostředky do městských rozpočtů. Do měst přijíždí mnoho nových návštěvníků nejen z ČR, ale i ze zahraničí, kteří jsou pro města důležitými ekonomickými zdroji. Pro obyvatele měst jsou festivaly vítaným zpestřením sociálního a kulturního prostředí, ve kterém žijí. Pro svou studii sociálního a ekonomického dopadu pořádání filmového festivalu na město jsem si vybrala Letní filmovou školu v Uherském Hradišti, která v roce 2014 oslaví již čtyřicáté výročí své existence. K tématu mé bakalářské práce jsem si tento festival vybrala záměrně, neboť se jí účastním sedmnáct let, pracuji zde posledních deset let a z toho poslední čtyři roky na pozici ředitelky. Letní filmovou školu znám velmi

---

<sup>1</sup> K zaniklým festivalům patří např. Festival nad řekou, MOFFOM atd.

<sup>2</sup> STRINGER, Julian. Globální města a ekonomie filmových festivalů. *Illuminace*, roč. 15, 2003, č. 1, s. 53.



dobře, prošla jsem spolu s ní složitým obdobím odchodu bývalého vedení a velké zadluženosti, do které se organizátoři dostali, přes její znovuzrození a nastavení nových pravidel, až po současnou finanční a organizační stabilitu festivalu. Pro zpracování sociálního a ekonomického dopadu této akce na město jsem tak mohla získat a předložit všechna relevantní data, statistiky i závěrečné zprávy.

Na současné podobě festivalu má velký podíl město Uherské Hradiště, které vytváří již více jak dvacet let Letní filmové škole stabilní zázemí, díky němuž návštěvníci zažívají nezaměnitelnou atmosféru letního filmového festivalu.

Svým charakterem se Letní filmová škola řadí k výjimečným filmovým festivalům a dlouhodobě se snaží budovat si obraz největšího nesoutěžního filmového festivalu v ČR s neformální a uvolněnou atmosférou. Slavní režiséři, tvůrci i herci nejsou uzavřeni ve zvláštních VIP zónách, jak je to obvyklé na velkých filmových festivalech, ale potkávají se a komunikují s účastníky v ulicích, parcích i restauracích, což je pro všechny velmi příjemné a přínosné. I když má festival školu v názvu, přesto organizátoři účastníky neznámkuje a celý program je navrhován komplexně jako strukturovaný katalog filmů, přednášek, besed, odborných úvodů, ale i doprovodného programu. Zároveň patří k největším filmovým festivalům v České republice, což ji řadí mezi zajímavou oblast zájmu komerčních partnerů. Podporuje ji také státní sektor, zastoupený především Ministerstvem kultury a Státním fondem kinematografie.

Vzhledem k tomu, že se v době konání festivalu každoročně město rozroste průměrně o pět tisíc návštěvníků, je to pro všechny obyvatele města významná událost, která na deset dnů výrazně ovlivní jejich život, a to jak v oblasti sociální, tak v celkovém ekonomickém přínosu pro město. Díky mnoha zahraničním návštěvníkům a věhlasu, který šíří, získává Letní filmová škola statut globální události, kvůli které stojí za to, do Uherského Hradiště v létě přijet.

Podrobnou analýzou této akce se tedy pokusím ukázat, jaký dopad na město a jeho obyvatele má pořádání takovéto akce, a to jak v oblasti sociální, tak ekonomické.

Věřím, že má práce bude přínosná a pomůže dalším organizátorům kulturních akcí využít zjištěných poznatků při jednání o podporách ve městech a krajích, kde své akce pořádají.

# **1. TEORETICKO – METODOLOGICKÁ ČÁST**

## **1.1. TEZE A METODOLOGIE PRÁCE**

Tato kapitola se věnuje teoretické základně, která bude potřebná pro porozumění analytické části práce. Nejprve je potřeba definovat teze práce, které budu analýzou ověřovat. Následně pak vyspecifikovat metody, které budu při analýze využívat s využitím dostupné teoretické literatury.

### **1.1.1. Teze bakalářské práce**

Letní filmová škola je druhou největší filmovou akcí v České republice a největším nesoutěžním filmovým festivalem s téměř padesátiletou tradicí. Hraje významnou úlohu v rozvoji a popularizaci filmového umění mezi mladými lidmi, které učí vnímat, dívat se a rozumět filmům během devíti letních dnů. Nejen pro ně, ale také pro uherskohradištskou veřejnost je určena celá řada doprovodných programů, kterými se organizátoři snaží obě skupiny propojit. Během devíti dnů se město rozroste o několik tisíc dalších návštěvníků, kteří ve městě utrácejí své peníze stejně jako organizátoři, kteří většinu služeb pro zajištění festivalu poptávají právě od firem v Uherském Hradišti. Práce analyzuje sociální a ekonomický dopad pořádání tohoto filmového festivalu na město Uherské Hradiště. Na základě získaných poznatků budu ověřovat tyto teze:

- 1. Letní filmová škola má pozitivní vliv na podnikatelské subjekty i příjmy města Uherské Hradiště.*
- 2. Letní filmová škola pozitivně ovlivňuje návštěvnost města a zvyšuje jeho prestiž v rámci ČR.*
- 3. Letní filmová škola pozitivně ovlivňuje sociální interakci obyvatelstva města s návštěvníky festivalu*

Výsledkem analýzy bude ověření stanovených tezí. Ty mohou být potvrzeny, vyvráceny či upřesněny. Cílem práce je ukázat pořadatelům dalších filmových festivalů, ale především zástupcům měst, ve kterých se konají, reálnější pohled na míru výhodnosti podpory filmovým akcím ve městech, kde se akce konají.

### 1.1.2 Metodologie

Práce je rozdělena do dvou částí, které jsou vzájemně úzce propojeny. Založena je na postupu od obecného ke konkrétnímu, od teoretického k aplikovanému. Tedy je využito především deduktivní metody zkoumání, srovnávání a ověřování.

Teoreticko-metodologická část se zabývá vysvětlením základní specifikace filmových festivalů a jejich sociálním i ekonomickým dopadem na města, ve kterých se pořádají. Poznatky čerpám především od Marijky de Valck a její knihy *Film festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*<sup>3</sup>, která se zabývá fenoménem filmových festivalů. Na příkladových studiích nejslavnějších filmových festivalů v Cannes, v Berlíně, v Benátkách či v Rotterdamu ukazuje, jak festivaly po 2. světové válce obrátily politické rozdělení světa ve svou výhodu, a díky tomu se rozšířily do úspěšné globální sítě. Marijka de Valck díky historii filmových festivalů definuje své pojetí teorie festivalových sítí<sup>4</sup>, ve kterých jsou města, kde se festivaly konají, uzlovými body. Všímá si důvodů, které vedly ke vznikům festivalů po 2. světové válce, kdy festivaly vznikaly z jakési kulturní nutnosti, a navazuje na to rozbořem důvodů, které vedly v osmdesátých letech k jejich velkému rozšíření.

Organizátoři festivalů získali v šedesátých letech nezávislost a programování již nezajišťovaly národní rady, nýbrž jednotlivé festivaly. Tím docházelo k velkému nárůstu různě profilovaných festivalů, které začaly vytvářet jakousi festivalovou síť nebo mapu, se zřejmým pravidelným přílivem návštěvníků. Byla to právě města, kde se festivaly konaly, která reagovala na ekonomický přínos konání festivalů a která těžila z pravidelného přílivu návštěvníků.

V příkladových studiích Marijka de Valck si u jednotlivých festivalů všímá důležitosti městského marketingu, tedy začlenění festivalu do marketingového plánu komunální politiky. Způsobu, jak jednotlivá města využívají pro své propagační účely jméno festivalu, který se u nich koná. Stejně tak se věnuje marketingu filmových festivalů, pro které je toto odvětví klíčovou složkou zajišťující návštěvníky, udržitelnost i další rozvoj. Dále dopadům pro filmový

---

<sup>3</sup> DE VALCK, Marijke. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007. 57s.

<sup>4</sup> Teorie festivalových sítí je podle de Valck systémem prostorové a časové koncentrace festivalů, které na sebe navzájem působí, stejně jako na města, ve kterých se konají.

průmysl, pro který jsou filmové festivaly nezastupitelným segmentem. Rozebírá různé druhy návštěvníků, pro které organizátoři připravují rozdílné typy akreditačních karet. Rovněž ukazuje jaký dopad na ubytovací a stravovací služby mají filmové festivaly ve městech. Velký prostor dostává také důležitost sponzoringu a fundraisingu.<sup>5</sup> Podstatná část jejich studií se pak věnuje rozboru mediálního a ekonomického dopadu různých filmů, které byly promítány či oceněny na těchto festivalech.

Ve své práci se stejně jako Marijka de Valck zabývám historií Letní filmové školy, jejím marketingem, segmenty návštěvníků i dopadem jejich pobytu na stravovací a ubytovací služby ve městě. Zabývám se sponzoringem a nutností hledání nových zdrojů financování festivalu. Navíc analyžuji sociální dopad festivalu na segment rezidentů města na základě dotazníkového šetření, které bylo realizováno v zimě 2013. Nevěnuji se mediálnímu dopadu programu, ale rozebírám produkční zajištění festivalu, protože to má rovněž přímý dopad na příjmy města. Stejně jako de Valck i já v této práci analyžuji ekonomický dopad pořádání festivalu na město a vzájemnou výhodnou propojenost.

Obecnou charakteristiku filmových festivalů včetně jejich základní historie pak čerpám z knihy *Dějiny filmu*<sup>6</sup> významných filmových teoretiků Kristin Thompsonové a Davida Bordwella. Ti ve své knize podrobně mapují nejen historii filmových festivalů, ale především vývoj celosvětové kinematografie v kontextu 20. století.

Analytická část mé práce se nejprve věnuje rozboru podpory kulturních akcí městem Uherské Hradiště, kde vycházím především z webových stránek města<sup>7</sup>. Dále se věnuji stručné charakteristice Letní filmové školy, kde vycházím především ze sborníku *40. let Letních filmových škol*<sup>8</sup> Rudolfa Fiedlera, ve kterém se souhrnně věnuje každému ročníku prvních třiceti let pořádání Letní filmové školy a deseti let jejich předchůdců, filmových seminářů pro členy filmových klubů.

---

<sup>5</sup> Fundraising je systematické získávání finančních prostředků na obecně prospěšnou činnost organizací či jednotlivců.

<sup>6</sup> THOMPSONOVÁ, Kristin, BORDWELL, David. *Dějiny filmu*. Praha: NAMU a NLN, 2011. s. 827.

<sup>7</sup> *Město Uherské Hradiště* [on-line]. Dostupné na WWW:<<http://www.mesto-uh.cz/>>.

<sup>8</sup> FIEDLER, Rudolf. *40 let Letních filmových škol*. Uherské Hradiště: Letní filmová škola, 2004. 140s.

S využitím teorie managementu představuji organizační tým i produkční zajištění festivalu, kde vycházím z oficiálního materiálu *Organizační řád AČFK*, zveřejněného na stránkách Intranetu AČFK.<sup>9</sup> Přidanou hodnotou každého festivalu jsou udělované ceny a nejinak tomu je u Letní filmové školy. Problematikou předávání cen v rámci kulturních akcí a festivalů se kromě Marijky de Valck zabývá i James F. English, který ve své knize mimo jiné rozebírá přidanou hodnotu, která akcím, kde se ceny udělují, přináší atraktivní hosty a s nimi do měst přibývá dalších účastníků, kteří hvězdy chtějí vidět na vlastní oči, což taktéž přímo souvisí s tématem mé práce. Na Letní filmové škole se rovněž udělují Výroční ceny, které získávají významné světové osobnosti z oblasti filmu, které lákají komerční partnery, média i filmové profesionály.

Součástí práce je také analýza sociálního dopadu festivalu na město, kde je hlavní pracovní metodou sledování, rozbor a konfrontace zjištěných poznatků s teoretickými poznatky získanými rešerší odborné literatury. K analýze použiji statistiky návštěvnosti festivalu, které jsem získala z oficiálních tiskových zpráv festivalu, zveřejněných na webových stránkách Letní filmové školy.<sup>10</sup> Podrobně se věnuji doprovodnému programu určenému převážně obyvatelům Uherského Hradiště.

V rámci analýzy ekonomického dopadu se zabývám rozpočtem festivalu, zdroji financování, stejně jako náklady, které jsou spojené se zajištěním a organizací festivalu, z nichž se velká část vrací právě do příjmů města, ať už ve formě podpory podnikatelských subjektů, či přímému nájmu prostor a movitých věcí města. Zde používám metodu zjišťování, rozboru a dotazníkového šetření. S využitím prvků aplikované ekonomie se zabývám odhadem dopadů 38. Letní filmové školy metodou *economic impact*.<sup>11</sup> Metoda byla vyvíjena v rámci projektu *Mapování kulturních a kreativních průmyslů 2011-2015* Institutu umění - Divadelního ústavu ve spolupráci s Českým statistickým úřadem,

---

<sup>9</sup> *Asociace českých filmových klubů*. 2014. Asociace českých filmových klubů: Organizační řád AČFK [on-line]. [cit. 1. 1. 2012]. Dostupné na WWW:<<http://www.acfk.cz/intranet>>.

<sup>10</sup> *Letní filmová škola*. 2013. Letní filmová škola Uherské Hradiště: Tiskové zprávy [on-line]. [cit. 15. 7. 2013]. Dostupné na WWW:<<http://2013.lfs.cz/press/ke-stazeni/>>.

<sup>11</sup> *Economic Impact*. 2014. Economic Impact: Studie ekonomického dopadu [on-line]. [cit. 13. 4. 2014]. Dostupné na WWW:<<http://www.economicimpact.cz/cz/studie>>.

Vysokou školou ekonomickou a kanadskou vládou (kde jsou tyto studie běžné). Umožňuje vypočítat nejen přímé dopady akce na celý dodavatelský řetězec, ale i nepřímé dopady, včetně multiplikačních efektů.

Pomocí dotazníkového šetření mezi návštěvníky akce a následné podrobné meziodvětvové (input-output) analýzy založené na statistikách ČSÚ je možné spočítat, jaké mají výdaje návštěvníků dopady na zvýšení produkce (obratu) ekonomiky, HDP, zaměstnanosti, mzdových příjmů, daňových odvodů (DPH, spotřební daň atd.) v celé české ekonomice.<sup>12</sup> Podobně je možné spočítat také ekonomické dopady samotné pořádající organizace, která svými výdaji "živí" své dodavatele a podporuje regionální i státní ekonomiku.

Podklady k výpočtům jsem získala z interních informací AČFK (především každoročních ročenek) zveřejněných v rámci Intranetu AČFK<sup>13</sup> a webových stránek ministerstva kultury.<sup>14</sup> Ke své práci využívám také vlastní dotazníkového šetření<sup>15</sup>, ve kterém jsem se dotazovala obyvatel města na jejich vnímání Letní filmové školy. Pro kvantitativní vyhodnocení a možnost analýzy bylo šetření realizováno metodou dotazování, kdy jsem respondenty oslovovala skrze kulturní instituce ve městě formou on-line strukturovaných dotazníků.

Ke zhodnocení vnímání obrazu, který LFŠ vytváří, použiji také závěry z dotazníkového šetření, které koncem roku 2013 zpracovala Univerzita Tomáše Bati.<sup>16</sup> Samostatný prostor dostanou také výsledky ekonomického odhadu Letní filmové školy<sup>17</sup>, který si nechala zpracovat Asociace českých filmových klubů a který je zveřejněn na stránkách intranetu.

Závěr práce je pak věnován zhodnocení a shrnutí výsledků práce s fakty, které mohou inspirovat další města k přímé finanční podpoře kulturních akcí.

---

<sup>12</sup> RAABOVÁ, Tereza. *Ekonomické a sociální dopady kultury cestovního ruchu v ČR*. Disertační práce, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE Praha. Praha : Vysoká škola ekonomická, 2010.

<sup>13</sup> *Asociace českých filmových klubů*. 2014. Asociace českých filmových klubů: Ročenky AČFK za roky 2011 – 2013 [on-line]. [cit. 15. 3. 2014]. Dostupné na WWW:<<http://www.acfk.cz/intranet>>.

<sup>14</sup> *Ministerstvo kultury ČR*. 2000. Granty a dotace [on-line]. Dostupné na WWW:< <http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/granty-a-dotace/default.htm>>.

<sup>15</sup> Zadání dotazníku obsahuje příloha č. P1.

<sup>16</sup> Dotazníkové šetření bylo vypracováno na objednávku pro sdružení „Staroměstí šohající o.s.“, organizátora Slovákého beachového léta.

<sup>17</sup> Odhad ekonomického dopadu 38. Letní filmové školy bylo pro AČFK zpracováno firmou Economic impact.

## 1.2. CHARAKTERISTIKA FILMOVÝCH FESTIVALŮ

Filmové festivaly jsou fenoménem, kterým se zabývá celá řada významných filmových teoretiků<sup>18</sup> po celém světě. V této části mé práce se budu zabývat nejen definováním filmového festivalu, ale především pohledem Marijky de Valck, která se dopadům filmových festivalů ve městech, kde se konají a marketingu, který využívají, věnuje ve své knize „*Film Festivals – from european geopolitice to global cinephilia*“.

Pro teoretickou část práci využiji taktéž pohledu Juliana Stringera a jeho studii „*Globální města a ekonomie filmových festivalů*“ a dále pohled Jamese F. Englishe na ekonomický přínos udělovaných cen na kulturních akcích a festivalech z jeho knihy „*Ceny, vyznamenání a oběh kulturních hodnot*“.<sup>19</sup>

### 1.2.1. Filmový festival

Alessandro Falassi definuje pojem festival takto: Je to slavnostní soutěžní i nesoutěžní veřejná umělecká přehlídka (divadlo, folklór, hudba, film, tanec aj.), může se konat periodicky, ale i jednorázově, měla by mít významnou atraktivitu v rámci země, kde se koná.<sup>20</sup>

Pokud se týká filmu, můžeme filmový festival či přehlídku definovat jako uvedení či projekce několika filmů, které mohou být sestaveny určitými typy filmů (např. dokumentárními, animovanými, experimentálními atd.), v profilaci žánrů (např. sci-fi, fantasy, dětský film atd.), témat (např. etnická náboženství, sexualita, outdoor atd.), formátů (např. 35mm, 70mm, super 8mm) atd. Mohou trvat jeden nebo třeba až deset dnů.

V současnosti se ve světě pořádá každý den nějaký festival. Přední filmové festivaly, regionální filmové festivaly či lokální filmové festivaly.<sup>21</sup> Původně byly filmové festivaly vnímány jako „výkladní skříně“ národních kinematografií, ovšem koncem 60. let se staly spíše institucemi šířící filmové umění.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> Např. Dina Iordanová, Ian Christie, Bill Nichols a další.

<sup>19</sup> ENGLISH, James F. *Ceny, vyznamenání a oběh kulturních hodnot*. Brno: Host, 2011. 416s.

<sup>20</sup> FALASSI, Alessandro. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. University of New Mexico Press, 1987. s. 1-10.

<sup>21</sup> DE VALCK, Marijke. Nové objevení Evropy – Historický přehled fenoménu filmových festivalů. *Illuminace*, roč. 15, 2003, č. 1, s. 43.

<sup>22</sup> Tamtéž, s. 42- 43.



Filmové festivaly lze tedy obecně dělit podle různě zohledněných faktorů do několika kategorií:

- Soutěžní a nesoutěžní filmové festivaly
- Specializované a nspecializované filmové festivaly
- Filmové přehlídky
- Festivaly celovečerních filmů, krátkometrážních filmů, dokumentárních filmů, animovaných filmů, studentských filmů atd.

Na mezinárodní filmové festivaly dohlíží Mezinárodní federace asociací filmových producentů (FIAPH), založená roku 1933 v Paříži. Tato organizace spojuje a reprezentuje filmové producenty a asociace po celém světě. Festivaly pod touto federací dělíme na:

- Nspecializované festivaly se soutěží celovečerních hraných filmů (tzv. kategorie "A")
- Specializované festivaly se soutěží celovečerních hraných filmů
- Nesoutěžní festival celovečerních hraných filmů
- Festival dokumentárních a krátkých hraných filmů

V České republice je držitelem nejprestižnějšího označení „A“ mezinárodní filmový festival v Karlových Varech. Za nejprominentnější z těchto festivalů se pak označují festivaly v Cannes, Berlíně a Benátkách.<sup>23</sup> Těmto festivalům se také podrobně věnuje ve své knize Marijka de Valck.

Na festivaly lze pohlížet jako na události, které významně ovlivňují život ve městech. Kromě návštěvníků přijíždějí také filmové hvězdy, režiséři i producenti, kteří zde osobně představují své filmy, z nichž mnohé svou cestu do kin teprve hledají, a právě úspěch na festivalech jim v tom může pomoci. Naopak účast známých osobností na festivalu může pomoci zase festivalům přilákat další návštěvníky, sponzory a zvýšit mediální publicitu.<sup>24</sup>

Kromě MFF Karlovy Vary se v ČR konají i jiné, vysoce navštěvované a publikem oceňované festivaly. Např. v r. 2007 se konalo více jak 90 festivalů, akcí a soutěží s filmovou, televizní, reklamní či audiovizuální tematikou. Mezi ty

---

<sup>23</sup> FELCMAN, Jakub. Festivalové rošády. *Cinepur*, roč. 17, 2009, č. 64, s. 6.

<sup>24</sup> Tamtéž, s. 7.

nejznámější patří Letní filmová škola v Uherském Hradišti, Finále Plzeň, AFO Olomouc, Mezipatra – český Gay a lesbický festival, Famufest – festival studentských filmů, Kamera OKO Ostrava, 70mm Krnov – přehlídka 70mm filmů a mnoho dalších.<sup>25</sup> Právě Letní filmovou školu jsem si vybrala pro svou analýzu.

### **1.2.2. Socioekonomický význam filmových festivalů**

Ve svých počátcích byly filmové festivaly úzce spjaty s problematikou společenského uspořádání a zájmů jednotlivých států, ve kterých byly pořádány. V Benátkách roku 1932 se lesku festivalového obecnstva používalo k propagaci a legitimizování politiky fašistického státu, v Berlíně zase jeho spojení s rekonstrukcí a demokratizací Německa po pádu Hitlera.

Filmové festivaly jsou důležité na regionální, národní i nadnárodní úrovni. Přinášejí městům, kde se konají, návštěvníky, národním průmyslům tržbu a systému světové kinematografie národní filmové kultury. A jejich význam během uplynulých dvou desetiletí výrazně vzrostl. Poté, co se celosvětově snížil odbyt filmů v sítích kin, představují festivaly pro mnohé z nich jediné místo oficiálního uvedení a tím se zvýšení šance na to, že se film díky festivalu stane známým a distributoři o něj projeví zájem.

Tomuto tématu se věnuje zejména Marijka De Valck, která ve své knize rozebírá vliv filmových festivalů na města, v nichž jsou pořádány. Podle ní filmové festivaly ve svém vývoji prošly několika fázemi, které odrážely přímo nejen aktuální geopolitickou i společenskou situaci, ale také úroveň technologického rozvoje. Od osmdesátých let dochází k velkému rozvoji festivalů, který je charakterizován nejen velkým počtem nově vzniklých, ale také značnou rozmanitostí v jejich dramaturgickém zaměření. Tento proces byl základem pro definování mezinárodního festivalového okruhu, který sám o sobě vytváří pro filmy velmi zajímavou alternativní distribuční síť.<sup>26</sup> Každý festival má v rámci tohoto okruhu své specifické a nezaměnitelné postavení a lze jej v současnosti považovat nejen za kulturní, ale také za ekonomickou aktivitu.

---

<sup>25</sup> *Národní filmový archiv*. 2007. Národní filmový archiv: Filmová ročenka 2007 [on-line]. [cit. 10. 4. 2008]. Dostupné na WWW:<<http://web.nfa.cz/FilmovaRocenka/2007/cz/obsah/index.html>>.

<sup>26</sup> De VALCK, cit. 3., s. 16.

Ekonomické kritérium se tak stává jedním z kritérií, na základě kterého lze každý z festivalů analyzovat.

Je nesporným faktem, že organizování filmového festivalu má přímý vliv na veřejné rozpočty, zisky dodavatelů a služeb i zaměstnanost města a regionu, ve kterém se festival koná. Tuto skutečnost si uvědomují ve větší či menší míře také někteří zástupci veřejné správy a zasazují se aktivně o podporu festivalů v daném místě.

Julian Stringer ve své studii definuje festivaly jako „*prostor zprostředkování, a zároveň jako kulturní základna, v rámci které se vyjednávají cíle a činnosti specifických zájmových skupin, jakož i místo utváření a udržování vzájemných vztahů napříč jednotlivými kulturami*“.<sup>27</sup> Upozorňuje zde na sociální i kulturní dopad, který festivaly mají nejen na jejich přímé návštěvníky, ale také na jejich propojenost s obyvateli míst, kde se konají.

V neposlední řadě je také důležité zmínit skutečnost, že filmové festivaly dávají příležitost turismu a posílení ekonomiky měst. Julian Stringer dále upozorňuje také na to, jak moc je důležité, aby si festivaly uchovaly i doplňkové doprovodné akce, neboť je nutné, aby byly viditelné i pro oči veřejnosti.<sup>28</sup> Doprovodným akcím i aktivitám Letní filmové školy pro obyvatele města je věnována část této práce v bodě 2. 3. 1.

### **1.2.3. Marketing filmových festivalů**

V osmdesátých letech 20. století počet filmových festivalů po celém světě rapidně vzrostl a jejich věhlas brzy vedl k rozpoznání jejich komerčního potenciálu. Marketing filmových festivalů začal být pro města stejně důležitý jako jejich obsah.

Julian Stringer ve své studii dále uvádí, že to, co jednotlivé festivaly prodává, nejsou pouze „narativní obrazy“, ale vlastní „festivalový obraz“ města, způsoby, jak samo toto město vnímá místo, které zaujímá v ekonomice globálního prostoru. Protože se s globalizací filmových festivalů smazávají rozdíly, daleko více se cení originalita a to, co je lokální a pro daný festival

---

<sup>27</sup> STRINGER, cit. 2. s. 53.

<sup>28</sup> Tamtéž, s. 59.

specifické.<sup>29</sup> Marijka de Valck jej doplňuje a říká: „*Marketingové strategie se rozvíjejí tak, aby se maximalizovaly tržby, aby se do festivalových měst přilákalo co nejvíce návštěvníků a s nimi celá řada obchodních firem a společností, pro které je okruh návštěvníků, festivalových hostů i hvězd a v neposlední řadě i přítomnost mnoha médií, velmi atraktivní*“.<sup>30</sup>

V marketingové terminologii je možné festival přiblížit eventu.<sup>31</sup> Vytváří a zprostředkovává zážitky (včetně jejich plánování a organizace) stejně jako např. výstavy či veletrhy pro oblast průmyslu. Většina organizátorů festivalů se snaží udržet a rozvíjet statut svého festivalu jakožto výjimečné události. Kromě prosazování lokální odlišnosti festivaly vždy inzerují své jednotlivé ročníky jako větší a lepší – více filmů, více pláten, více návštěvníků, více událostí atd.<sup>32</sup>

Julian Stringer v již citované studii uvádí, že ke znakům odlišnosti jednotlivých festivalů patří jejich prostorový a časový rozměr. Lokalita festivalu slouží jako přidaná turistická atrakce. Festivaly sice propagují bohatost svých programů, ale zároveň se v boji o udržení a zlepšení vlastní pozice nevyhýbají zmínce o dalších přednostech z okolí festivalu, jako jsou muzea, architektura, restaurace atd.<sup>33</sup>

Pro marketing každého festivalu jsou důležitou součástí udělované ceny, které do města přilákají režisérské či herecké hvězdy. Ceny jsou pochopitelně v různé míře spjaty s obchodní stránkou umění, s vlastním financováním kulturní produkce a s oběhem kulturních produktů. Na druhou stranu růst počtu udělovaných cen za poslední století je mnohými chápáno jako jeden z křiklavějších příznaků konzumní společnosti.<sup>34</sup> Udělovaných cen využívá velká většina festivalů a přehlídek, protože na ně lákají nové návštěvníky, komerční partnery i média, pro které je přítomnost zajímavých filmových hvězd zpestřením zpravodajských kanálů.

---

<sup>29</sup> Tamtéž, s. 58.

<sup>30</sup> De VALCK, cit. 21, s. 44.

<sup>31</sup> Event, je výraz převzatý z angličtiny, česky lze přeložit jako *událost, zážitek, prožitek*. Obecně je chápán jako jakákoliv událost odehrávající se v určitém čase na určitém místě. Tato událost by měla být něčím výjimečná, zvláštní. Event působí zejména na emocionální složku prožívání. ŠINDLER, P. *Event marketing – Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Grada Publishing: Praha 2003. s. 21 -22.

<sup>32</sup> De VALCK, cit. 21, s. 46.

<sup>33</sup> Tamtéž, s. 45.

<sup>34</sup> ENGLISH, cit. 12, s. 10.

## **2. ANALYTICKÁ ČÁST**

## 2.1. MĚSTO UHERSKÉ HRADIŠTĚ

V první části této analýzy se věnuji představení města Uherské Hradiště, jeho pozice v sociokulturní úrovni dalších měst v České Republice, kulturní infrastruktury i zázemí, které nabízí Letní filmové škole. Pro posouzení výhodnosti pořádání filmového festivalu ve městě je důležité zmínit také výši podpory a další způsoby, jimiž město festival podporuje, a zajímavé bude také sledovat obecnou výši podpory kulturních aktivit ve městě. Tyto informace budou důležité pro další část této práce, kde se věnuji ekonomickému dopadu festivalu na město.

### 2.1.1. Socioekonomická úroveň města

Město Uherské Hradiště se v rámci Zlínského kraje řadí mezi nejvýznamnější města regionu. Je známé svým pozitivním přístupem k podpoře kultury i sportu a díky tomu se z Uherského Hradiště stalo jakési nekorunované kulturní centrum celého regionu. Ve městě i okolí je možné najít nespočet kulturních památek, město má vlastní divadlo, kino, knihovnu, kulturní dům, muzeum i rozsáhlá sportoviště. Krásné okolí buchlovických kopců, vinice, písečná jezera a blízkost Bílých Karpat z něj činí město vhodné pro ideální trávení každé dovolené. Díky dobré občanské vybavenosti, k níž patří nemocnice a celá řada mateřských, základních, středních i vysokých škol, je možné Uherské Hradiště řadit mezi velmi zajímavá místa k životu.

Ve srovnání socioekonomické úrovně krajů, kterou provedly Centra českého rozvoje, se Zlínský kraj jako celek umístil až na desátém místě ze čtrnácti českých krajů, což z něj činí jeden z nejslabších českých regionů.<sup>35</sup> Nad důvody, proč tomu tak je můžeme jen spekulovat, ale svou roli v tom jistě hraje ne úplně ideální dopravní dostupnost, relativně velká vzdálenost do Brna i Prahy, a určitě i to, že Zlínský kraj se sice pyšní krásnou přírodou, ale už menšími plochami pro zemědělství či průmysl.

Ze studie, kterou tatáž společnost provedla v r. 2009, vyplývá, že co se týče jak socioekonomické úrovně, tak investiční atraktivnosti města Uherské Hradiště, je situace opravdu špatná a tudíž jakákoliv možnost přitáhnout finanční

---

<sup>35</sup> *Master Card – Centra českého rozvoje*. 2014. Master Card – Centra českého rozvoje: Výsledky za r. 2009 [on-line]. [cit. 15. 6. 2010]. Dostupné na WWW: <<http://www.centrazvoje.cz/?p=vysledky-2009>>.

investice je pro město velice žádoucí. Za Uherským Hradištěm v socioekonomickém srovnání skončily města jako Tábor, Most a Karviná, v investiční atraktivnosti města dopadlo Uherské Hradiště ještě hůře. Za ním je už pouze Tábor a Karviná.

Kompletní srovnání všech testovaných měst najdete v tabulce č. 1.

**Tabulka č. 1.: Socioekonomické srovnání měst ČR a jejich investiční atraktivita**

<i>Celkové výsledky – srovnání socioekonomické úrovně</i>			<i>Celkové výsledky – investiční atraktivita</i>		
1.	Praha	95,2 %	1.	Praha	92,6 %
2.	Brno	52,6 %	2.	Mladá Boleslav	65,6 %
3.	Plzeň	47,9 %	3.	Brno	58,1 %
4.	Hradec Králové	44,1 %	4.	Plzeň	57,8 %
5.	Ostrava	43,7 %	5.	Hradec Králové	52,8 %
6.	Pardubice	41,9 %	6.	Ostrava	51,2 %
7.	Mladá Boleslav	41,2 %	7.	Pardubice	49,8 %
8.	Olomouc	39,7 %	8.	České Budějovice	48,3 %
9.	Liberec	39,4 %	9.	Liberec	46,8 %
10.	České Budějovice	39,0 %	10.	Olomouc	45,7 %
11.	Zlín	37,0 %	11.	Kladno	45,6 %
12.	Ústí nad Labem	36,6 %	12.	Ústí nad Labem	44,3 %
13.	Jihlava	35,8 %	13.	Zlín	43,8 %
14.	Karlovy Vary	34,4 %	14.	Jihlava	41,9 %
15.	Kladno	33,3 %	15.	Karlovy Vary	41,9 %
16.	Znojmo	29,5 %	16.	Znojmo	41,0 %
17.	Opava	28,4 %	17.	Teplice	41,0 %
18.	Frýdek-Místek	27,9 %	18.	Děčín	39,6 %
19.	Děčín	27,9 %	19.	Opava	39,2 %
20.	Teplice	27,8 %	20.	Frýdek - Místek	37,8 %
21.	Uherské Hradiště	27,2 %	21.	Most	37,8 %
22.	Tábor	26,7 %	22.	Uherské Hradiště	36,8 %
23.	Karviná	26,0 %	23.	Tábor	36,0 %
24.	Most	24,3 %	24.	Karviná	35,7 %

Zdroj: Studie MasterCard česká centra rozvoje 2009

### 2.1.2. Využití kulturní infrastruktury města v rámci festivalu

Kulturní infrastruktura určitého území představuje materiálně technické zázemí pro realizaci „živé“ kultury, popř. pro prezentaci kultury lokální. Oficiální kulturní infrastrukturu tvoří především kulturní dům či kulturní centrum, místní knihovna, místní či regionální muzeum, kino, nicméně

neoficiálním prvkem kulturní infrastruktury může být i hospoda, místní obchod, sokolovna, orlovna či lavičky na náměstí.<sup>36</sup>

Letní filmovou školu můžeme chápat i jako veřejnou kulturní službu, která je podle zákona č. 203/2006 Sb. o některých druzích kultury definována jako služby spočívající ve zpřístupňování umělecké tvorby a kulturního dědictví veřejnosti, v získávání, zpracování, ochraně, uchovávání a zpřístupňování informací, které slouží k uspokojování kulturních, kulturně výchovných nebo kulturně vzdělávacích potřeb veřejnosti.<sup>37</sup>

K oficiální kulturní infrastruktuře v Uherském Hradišti, kterou využívá i Letní filmová škola, patří Klub kultury, Reduta, Slovácké muzeum, kino Hvězda, klub Mír, Kolejní nádvoří, Slovácká galerie V. Hrocha a Slovácké divadlo. Nevyužity zůstávají další oficiální místa jako Malá scéna Slováckého divadla, Knihovna Bedřicha Buchlovana a dále pak Kulturní zařízení v městských částech Sady, Jarošov, Míkovice, Vésky a Mařatice.

Kromě tohoto festival využívá prostory Sportovní haly, která patří příspěvkové organizaci Sportoviště města Uherské Hradiště. Většina míst, které festival využívá jako projekční či výstavní sály, jsou v péči příspěvkových organizací města, se kterými organizátor uzavírá nájemní smlouvy.

Letní filmová škola v rámci města pak vytváří celou řadu neoficiálních kulturních míst, jako jsou letní kino na Masarykově náměstí a především prostory Smetanových sadů, kde ve stanech i na travnaté ploše probíhá další doprovodný program, včetně druhého letního kina, diskusí a divadel.

Z výše uvedeného vyplývá, že je pořádání festivalu ve městě pravidelným zdrojem příjmů z nájmu těchto míst.

### **2.1.3. Mimořádné kulturní akce města a jejich financování**

V Uherském Hradišti se kromě Letní filmové školy koná ještě několik dalších velkých a významných kulturních akcí, jako jsou především každoroční folklórní *Slovácké slavnosti vína a otevřených památek*, *Mezinárodní festival hudebních nástrojů lidových muzik*, *Slovácké beachové léto* atd. Většinu těchto akcí úplně či částečně spolufinancuje město Uherské Hradiště ze svého rozpočtu.

<sup>36</sup> PATOČKA, Jiří, HEŘMANOVÁ, Eva. *Lokální a regionální kultura v České republice*. Praha: ASPI, 2008. s. 79.

<sup>37</sup> Tamtéž, s. 51.



Ačkoliv se ve své práci věnují sociálnímu a ekonomickému dopadu Letní filmové školy na město Uherské Hradiště, je zřejmé, že i tyto akce jsou pro město velkým ekonomickým i sociálním přínosem. Především pak *Slavnosti vína a otevřených památek*, které do města přilákají desetitisíce návštěvníků. Ti ve městě nejen bydlí a stravují se, ale utrácejí své peníze v mnoha stáncích a obchodech.<sup>38</sup>

Každoroční investice do kultury města Uherské Hradiště je uvedena v tabulce č. 2. Jak je z ní vidět, město Uherské Hradiště kulturu podporuje velmi významně. Z celkového rozpočtu města je pro podporu kulturních aktivit vyhrazeno přibližně 10,5%.<sup>39</sup> Jen pro doplnění, obvyklá výše podpory pro kulturní akce ve většině měst jsou 2 až 3% z celkového městského rozpočtu. Tabulka č. 3. pak obsahuje přehled dotací pro vybrané tři akce, včetně Letní filmové školy za roky 2011-2013.

**Tabulka č. 2. Investice města do kulturních akcí v letech 2011-2013**

	Výše dotací pro kulturní akce a organizace ve městě
r. 2011	70.909.000,-
r. 2012	70.962.000,-
r. 2013	61.189.000,-

*Zdroj: Odbor kultury města Uherské Hradiště*

<sup>38</sup> FUKSOVÁ, Jana, ŠTĚRBA, Radek. 2012. *Do Hradiště míří 50tisíc lidí. Méně peněz slavnostem vína nevadí* [on-line]. iDnes.cz/Zlínský kraj[citováno 7. 9. 2012]. Dostupné na WWW:<[http://zlin.idnes.cz/slavnosti-vina-v-uherskem-hradišti-d6c-/zlin-zpravy.aspx?c=A120907\\_1825956\\_zlin-zpravy\\_ras](http://zlin.idnes.cz/slavnosti-vina-v-uherskem-hradišti-d6c-/zlin-zpravy.aspx?c=A120907_1825956_zlin-zpravy_ras)>.

<sup>39</sup> *Město Uherské Hradiště*. 2014. Město Uherské Hradiště: Rozpočty města [on-line]. [cit. 16. 12. 2010]. Dostupné na WWW:<<http://www.mesto-uh.cz/Folders/2008-1-Rozpocet+mesta.aspx>>.

**Tabulka č. 3. Dotace města vybraným akcím v letech 2011-2013**

	r. 2011	r. 2012	r. 2013
Slavnosti vína	1.550.000,-	1.933.000,-	1.461.000,-
Letní filmová škola	1.750.000,-	2.850.000,-	2.450.000,-
Slovácké beachové léto	8.000,-	100.000,-	25.000,-

*Zdroj: Odbor kultury města Uherské Hradiště*

Z tabulky č. 3. vidíme, že město dotuje Letní filmovou školu z těchto tří uvedených akcí nejvíce a patří mezi kulturní priority města.

Pro doplnění informací ještě přidávám přehled městských dotací pro jiné festivaly v ČR. Z níže uvedeného vyplývá to, že Letní filmová škola trochu doplácí na to, že není organizována v krajském městě. Výše podpory pro organizátory festivalů je totiž v krajských městech větší. Z festivalů v ČR jsem vybrala dva festivaly, které se konají v krajských městech, a to sice MFF v Karlových Varech nebo MFF ve Zlíně. Srovnání městských dotací najdete v tabulce č. 4.

**Tabulka č. 4. Dotace měst vybraným filmovým festivalům v roce 2012**

	Výše dotací z města v r. 2012
Letní filmová škola Uherské Hradiště	2.850.000,-
MFF Karlovy Vary	8.000.000,-
MFF Zlín	4.900.000,-

*Zdroj: AČFK,o.s., TZ MFF KV, web města Zlína.*

Kromě uvedených dotací z městských rozpočtů dostávají všechny uvedené festivaly také dotace z krajských úřadů. Pro festival ve Zlíně i v Uherském Hradišti jsou z těchto zdrojů vyčleněny podpory v řádech několika stotisíců, pro festival v Karlových Varech v řádech několika milionů korun.

## **2.2. CHARAKTERISTIKA FESTIVALU LETNÍ FILMOVÁ ŠKOLA**

Letní filmová škola v Uherském Hradišti má mezi festivaly v České republice významnou pozici, která je do jisté míry daná její dlouholetou tradicí i desetidenním trváním. Analyzuji její organizaci s využitím teorie marketingu v kontextu sociálního a ekonomického dopadu jejího pořádání na město a přilehlý region. Zabývám se také možnostmi zázemí, jaké může město Uherské Hradiště organizátorům pro pořádání tak velkého filmového festivalu nabídnout.

Abych mohla dostatečně kompetentně posoudit socioekonomický dopad této akce, v jednotlivých částech se věnuji rozpočtu této akce z pohledu marketingu, propagace a organizace i produkčního zajištění, které jsou přímo závislé na spolupráci s institucemi, firmami i organizacemi ve městě.

### **2.2.1. Stručná historie a současnost Letní filmové školy**

Letní filmová škola Uherské Hradiště je již řadu let největším nesoutěžním filmovým festivalem v České republice. Již od roku 1964, kdy byla založena, je cílem akce rozšiřovat filmový obzor členů filmových klubů a filmových nadšenců (z nich velkou část tvoří středoškolští a vysokoškolští studenti) a seznamovat je s filmovým uměním v nových a netradičních souvislostech. V Uherském Hradišti se poprvé Letní filmová škola konala v roce 1981, kde zůstala další tři roky, poté byla přesunuta jinam a vrátila se zpět v roce 1992, kde kromě jednoho roku<sup>40</sup> zůstává dodnes.

Po roce 2000 zaznamenala LFŠ výrazný rozvoj – ze semináře primárně zaměřeného na členy filmových klubů se stala druhou největší filmovou akcí na území České republiky, kterou každoročně navštíví tisíce diváků (v posledních letech vždy kolem 5000 návštěvníků). Filmy jsou promítány v 7 sálech a 2 letních kinech rozmístěných po celém Uherském Hradišti. Na festivalu jsou každoročně udělovány Výroční ceny významným hostům festivalu za jejich zásluhy v oblasti kinematografie a zástupcům filmových klubů, kteří se významně zasloužili o rozvoj klubového hnutí. Letní filmovou školou pořádá

---

<sup>40</sup> V roce 1997 byla Letní filmová škola z důvodu povodní a zatopeného kina Hvězda přesunuta do Jihlavy.

Asociace českých filmových klubů<sup>41</sup>, která je zároveň majitelem ochranné známky festivalu.

Na Letní filmové škole jsou od roku 2000 udělovány Výroční ceny Asociace českých filmových klubů. Cenu ve tvaru kovové plastiky „Ptáka Klubáka“ si každoročně odvázejí z Uherského Hradiště významní tvůrci za přínos světové či české kinematografii a vždy také zástupce klubového hnutí, který se významným způsobem zasloužil o jeho rozvoj. Výroční cenu AČFK můžete vidět na obr. č. 1.

**Obr. č. 1. Plastika Výroční ceny AČFK**



Zdroj: Fotoarchiv AČFK, o. s.

**2.2.2. Segmentace cílových skupin**

Letní filmová škola je známá svým vstřícným přístupem ke všem cílovým skupinám návštěvníků. Ve srovnání s velkými festivaly se zde téměř stírá rozdíl mezi běžnými návštěvníky festivalu a hosty či novináři, přestože tedy různé typy akreditací existují. Neprobíhá zde žádný filmový trh<sup>42</sup> a všechny projekce jsou otevřeny návštěvníkům, kteří o ně mají zájem.

---

<sup>41</sup> Asociace českých filmových klubů je občanské sdružení, které vzniklo v roce 1993 jako samostatná organizace nezávislá na NFA. Historie filmových klubů se však začala psát daleko dříve, konkrétně od roku 1963. Kromě Letní filmové školy se věnuje organizaci filmových klubů, artové distribuci, a organizuje rovněž filmovou přehlídku Projekt 100.

<sup>42</sup> Filmový trh bývá spojen s konáním velkých filmových festivalů. Je určen zejména filmovým investorům, obchodníkům a distributorům a jako obchodní akce jsou projekce konané v rámci trhu veřejnosti zcela uzavřené.

I když jsou rozdíly mezi cílovými skupinami nepatrné, přesto si dovolím specifikovat základní skupiny, které se na Letní filmové škole vyskytují:

- *Laická veřejnost* – tuto skupinu lze dále segmentovat na pravidelné a občasné návštěvníky, potenciální návštěvníky a náhodné návštěvníky, kteří se díky letnímu období právě vyskytují ve městě či v jeho okolí a obyvatelé města.
- *Odborná veřejnost* – tzv. filmové profesionálové. Jedná se o zástupce filmových distributorů, filmových festivalů a přehlídek, filmových institucí, filmových škol či archivů nejen z ČR, ale i z dalších zemí.
- *Tvůrci a herci* – mezi ně patří autoři či spolutvůrci festivalem uváděných filmů, pozvaní hosté k odbornému programu či řada umělců účinkujících v rámci doprovodného hudebního a divadelního programu.
- *Média a novináři* – patří zde zástupci České televize, mediálních partnerů, rozhlasu, tisku, internetových médií, fotografové, korespondenti tiskových agentur a nezávislí novináři.
- *Sponzoři, Partneri* – zástupci partnerů, sponzorů a spolupracujících kulturních institucí.
- *Organizační štáb* – patří zde vedení festivalu a všichni spolupracovníci, zajišťující bezproblémový chod festivalu.

Jednotlivým cílovým skupinám částečně odpovídá i akreditační systém, popsany v následující kapitole 2. 2. 3.

### **2.2.3. Akreditace**

Od roku 2008 Letní filmová škola využívá festivalový systém Datakal, který registruje kompletní data filmových festivalů. Je možné registrovat různé typy akreditací. Letní filmová škola využívá akreditace pro běžné diváky, hosty, novináře a štáb. Tento systém usnadňuje způsob zaznamenávání počtu akreditovaných účastníků v jednotlivých kategoriích, což je důležité zejména pro vedení statistik.

Na Letní filmové škole je možné od dubna do konce května využít zlevněné festivalové akreditace za 1.000,-Kč na celou dobu konání festivalu, která beze slev stojí 1.400,-Kč. V prodeji jsou také akreditace čtyřdenní v ceně beze slev za 800,-Kč a jednodenní za 250,-Kč, které se ale prodávají až v průběhu festivalu.

Pořadatel nabízí také celou řadu slev pro studenty, důchodce, obyvatele Uherského Hradiště nebo členy filmových klubů. Pro uznání slev je potřeba předložit příslušnou slevovou kartu. U členů filmových klubů je to platná členská průkazka AČFK nebo ASFK, u studentů pak platná karta ISIC a obyvatelé Uherského Hradiště i důchodci pro uznání slevy předkládají u pokladny svůj občanský průkaz. Srovnání počtu vydaných akreditací v letech 2011-2013 je součástí tabulky č. 5.

**Tabulka č. 5. Srovnání počtu prodaných akreditací za r. 2011 – 2013**

<b>TYP AKREDITACÍ</b>	<b>r. 2011</b>	<b>r. 2012</b>	<b>r. 2013</b>
Akreditace od tří dnů výše	3859	3497	3473
Jednodenní akreditace	2059	1513	1627
<b>CELKEM</b>	<b>5918</b>	<b>5010</b>	<b>5100</b>

Zdroj: Ročenky AČFK, o.s.

#### **2.2.4. Organizace a produkce**

Asociace českých filmových klubů o. s., která organizuje Letní filmovou školu, celoročně spolupracuje s osmi lidmi, kteří jsou hlavními organizátory filmového festivalu. Řídící osobou celé organizace je předseda AČFK o. s., který se v rámci Letní filmové školy stává jejím ředitelem. Pod tuto pozici pak patří čtyři vedoucí pozice. Jsou jimi programový ředitel, dále produkční ředitel, ředitel marketingu a ekonom. Programový ředitel pak spolupracuje s hlavním dramaturgem a řídí dramaturgickou radu LFŠ. Ředitel marketingu úzce spolupracuje s programistou filmů, který je zároveň grafikem AČFK. Ke stálému týmu patří dále ekonom a jeho účetní.<sup>43</sup>

Práce na novém ročníku festivalu, začínají už několik týdnů po ukončení toho předchozího. Dá se říci, že vyúčtování dotací a grantů, závěrečné zprávy

<sup>43</sup> *Asociace českých filmových klubů*. 2014. Asociace českých filmových klubů: Organizační řád AČFK [on-line]. [cit. 1. 1. 2012]. Dostupné na WWW:< <http://www.acfk.cz/intranet>>.

pro město a kraj i příprava vyúčtování pro Valnou hromadu AČFK, probíhají již souběžně s přípravou nového ročníku festivalu.

Do konce kalendářního roku je vybrán vizuální styl pro příští ročník, dále musí být jasně navržený marketingový a propagační plán se všemi informacemi a nabídkami pro finanční spolupráci s příslušnými institucemi i soukromými firmami. Paralelně s organizačními přípravami probíhají přípravy dramaturgické, kdy ředitel programu společně s hlavním dramaturgem a dramaturgickou radou navrhuje obsahy jednotlivých sekcí. Během prvních měsíců v následujícím roce musí být uzavřena většina finančních smluv i mediálních partnerství.

Od dubna se společně s první tiskovou konferencí spouští akreditační systém<sup>44</sup> a až do začátku festivalu probíhají všechny praktické produkční činnosti spojené se zajištěním festivalu. Jsou uzavřeny smlouvy s majiteli hotelů a penzionů, smlouvy s příspěvkovými organizacemi města, které Letní filmové škole pronajímají prostory, a uzavřeny smlouvy s většinou spolupracovníků, kteří na Letní filmové škole budou pracovat. Produkce rovněž zajišťuje bezpečnostní dohody s Městskou policií i hasiči či zajištění mobilních toalet.

Ve spolupráci s externí firmou probíhá kontrola a příprava dodaných filmových kopií, DVD a BR nosičů tak, aby byly všechny v pořádku nachystány před začátkem festivalu.

Během června jsou pak uzavírány dohody a smlouvy na zajištění cateringu v rámci festivalu a to především ve Smetanových sadech a okolí, kde se vyskytuje největší množství účastníků a je tedy zvýšená potřeba stánků. Produkce rovněž s městem Uherské Hradiště řeší zábory veřejného prostranství, zejména pro projekce letních kin, ale také pro stánkaře, kteří na různých místech ve městě prodávají své zboží.

Festivalovou podobu pak město Uherské Hradiště dostává v týdnu před samotným zahájením, kdy jsou vyvěšeny plachty partnerů LFŠ a všechny projekční prostory označeny svým festivalovým jménem. Je postaven infostan před kinem Hvězda, divadelní stan, konstrukce pro letní kina i pódium pro hudební produkce, odehrává-li se ve venkovních prostorách. V okolí kina Hvězda a Smetanových sadů je postavena také většina stánků.

---

<sup>44</sup> Od roku 2008 je pro účely festivalu využíván festivalový systém *Datakal*, ve kterém se akreditují návštěvníci, evidují hosté, uváděné filmy a má mnoho dalších funkcí. Tento systém je používán na mnoha českých i zahraničních filmových festivalech.

Během samotného festivalu je pak produkce a organizace Letní filmové školy zajišťována prostřednictvím štábu, který sídlí v kině Hvězda. Samozřejmostí jsou každodenní ranní porady všech týmů, na kterých se řeší nejen program daného dne, ale vyhodnocuje se také den předchozí a plánuje den následující.

Po skončení festivalu pak produkce zajišťuje úklid veškerých prostor, balení materiálu do externích skladů a vracení movitého i nemovitého majetku jednotlivým příspěvkovým organizacím města a firmám z Uherského Hradiště.

Odesílány jsou také všechny filmy, které se během festivalu promítaly.<sup>45</sup> Tato práce trvá přibližně deset dnů po skončení festivalu.

### ***Personální struktura LFŠ***

Personální struktura Letní filmové školy v hlavních pozicích kopíruje organizační strukturu AČFK. Každoročně několik měsíců před festivalem do týmu přibude několik spolupracovníků, kteří zastávají další důležité vedoucí funkce. Všichni tito pracovníci v organizační struktuře LFŠ patří pod hlavní vedoucí pozice v AČFK.

Především je to vedoucí guest servisu a vedoucí protokolu. Tyto pozice patří do kompetence ředitele festivalu. Přes tyto pracovníky odchází všechny zvací dopisy a tito mají na starost 100% spokojenost všech hostů Letní filmové školy. Vedoucí protokolu pak během Letní filmové školy koordinuje delegáty k VIP hostům a všechny společenské akce, včetně slavnostního zahájení a zakončení festivalu. Vedoucí guest servisu zajišťuje komunikaci s ubytovacími kapacitami ve městě a je rovněž zodpovědná za úsporný systém ubytování hostů.

Další osobou, která začíná pracovat již několik měsíců před začátkem festivalu, je výkonný produkční. Ten, společně s ředitelem produkce, pod jehož pozici patří, chystá většinu smluv s dodavateli veškerých služeb, pronajímateli sálů a dalšími institucemi (např. s hasiči). Během festivalu pak má na starost kompletní velkou i malou pracovní skupinu brigádníků.

V dubnu začíná pracovat také asistent ředitele propagace a marketingu, který zajišťuje veškeré tisky a výrobu propagačních materiálů k festivalu a

---

<sup>45</sup> Filmy jsou odesílány prostřednictvím smlouvy s MKUH, která má s Českou poštou uzavřenu výhodnější smlouvu na dovoz a odvoz balíků.



zároveň hlídá reklamní plnění partnerů, které vyplývá z uzavřených smluv. Během akce pak řídí chod infostanu a celé propagační sekce.

Od jara už pracuje také kompletní dramaturgický tým posílený o shipper<sup>46</sup> českých a zahraničních filmů, překladatele filmů a dramaturga odborných programů. V této době je již také naplánován kompletní doprovodný program, který mají na starost koordinátoři doprovodných programů.

Měsíc před zahájením festivalu začne pracovat vedoucí štábu, který má na starost personální organizaci všech pracovníků v průběhu festivalu. Z původních osmi osob, které většinu roku festival chystají, se organizační tým zajišťující chod celého festivalu během jeho konání rozroste na více než sto padesát osob. Kromě již zmíněných vedoucích pozic jsou to brigádníci především na pozicích liber<sup>47</sup> a služeb v sálech nebo v ubytovacích kapacitách, dále pak pracovníci dispečinku v kině Hvězda, pracovníci propagace, akreditace a infostanu, pracovnice v Guest servisu a protokolu, pracovníci dopravy, týmy press centra a filmových listů a samozřejmě technické pracovní skupiny. Dá se říci, že více jak polovina všech brigádníků pochází z Uherského Hradiště nebo blízkého okolí.

Vezmeme-li do úvahy tuto skutečnost, je zřejmé, že je Letní filmová škola vítanou pracovní aktivitou pro mnoho studentů z Uherského Hradiště, kterým poskytuje pravidelnou letní brigádu. V těchto souvislostech můžeme vidět konkrétní sociální i ekonomický dopad na obyvatele města.

### ***Produkční zajištění festivalu***

Zajištění kompletního produkčního zázemí Letní filmové školy je realizováno ve spolupráci s městskými organizacemi a firmami z Uherského Hradiště a okolí. Asociace českých filmových klubů vlastní know how a dále určité množství vlastního vybavení, které každoročně rozšiřuje. K vlastnímu vybavení organizátora patří výpočetní technika, software a festivalový systém Datakal, dřevěná podlaha pro Sportovní halu, elektromateriál, promítací plátna pro externí kina, stojky a konstrukce pro reklamní bannery a plachty atd.

---

<sup>46</sup> Shipper (z angličtiny *přepravce*) na festivalech objednává dovoz a odvoz filmů z ČR a celého světa.

<sup>47</sup> Libera jsou pracovní pozice vedoucích (produkčních) jednotlivých projekčních sálů.

Ve spolupráci s organizacemi města má organizátor zapůjčeny prostory městských příspěvkových organizací<sup>48</sup> či přímo města Uherské Hradiště, movitý majetek, zajišťuje pracovní náplň zaměstnancům těchto organizací a nemalou částkou tak přispívá do příjmů rozpočtu města Uherské Hradiště. V tabulce č. 6 jsou vyčísleny celkové náklady, které má organizátor spojené s produkčním zajištěním festivalu v přímé spolupráci s příspěvkovými organizacemi města či přímo městem Uherské Hradiště.

**Tabulka č. 6. Přímé náklady AČFK v souvislosti s pronájmy městských budov a pozemků**

Organizace města	2011	2012	2013
Klub Kultury	460.000,-	410.000,-	400.571,-
Městská kina UH	400.000,-	495.443,-	408.608,-
Slovácké divadlo	55.000,-	0,-	75.000,-
ZŠ UNESCO	68.798,-	53.944,-	62.254,-
ZŠ Sportovní	97.485,-	80.141,-	81.522,-
ZŠ Za Alejí	85.780,-	0,-	0,-
EDUHA	155.032,-	213.718,-	395.747,-
TJ Slovácká	120.391,-	117.909,-	0,-
Město UH - zábory	202.400,-	93.750,-	148.000,-
Město UH - režie	9.485,-	12.530,-	17.561,-
Umělecko-průmyslová škola	0,-	112.714,-	0,-
SOŠ a Gymnázium Staré město	175.000,-	199.240,-	150.990,-
Hrates	88.942,-	112.714,-	90.660,-
<b>Celkem</b>	<b>1 918 313</b>	<b>1 902 103</b>	<b>1 830 913</b>

Zdroj: Asociace českých filmových klubů. o.s.

Z výše uvedeného vyplývá, že do příspěvkových organizací města z rozpočtu Letní filmové školy odchází průměrně 1,9 mil. Kč. Další přímé finanční náklady organizátora jsou spojeny s využitím firem, sídlících v Uherském Hradišti a okolí, kterým organizátor festivalu každoročně zajišťuje

<sup>48</sup> V rámci dlouhodobé smlouvy s městem Uherské Hradiště má organizátor nemovitý majetek města zapůjčen bezplatně.

pravidelné letní zakázky. K nim patří např. pronájmy mobilních toalet, výroba propagačních předmětů a tisky katalogů, programových brožur, půjčení infostanu, zajištění internetového pokrytí, zajištění cateringu a ubytování či zajištění projekční techniky. Srovnání nákladů související s firmami v Uherském Hradišti v produkční oblasti za poslední tři roky je součástí tabulky č. 7.

**Tabulka č. 7. Přímé náklady AČFK do firem v Uherském Hradišti a blízkém okolí v souvislosti s organizací LFŠ**

Další firmy v Uherském Hradišti	2011	2012	2013
Vodárny a kanalizace	22 500	27 000	31 000
Hasiči	92 388	92 388	72 298
Mobilní WC	53 760	58 680	68 000
Zajištění večírků	150 000	42 000	90 000
Tisk filmových listů	36 000	65 760	53 600
EON	0	12 000	6 000
Instalace venkovní vizualizace	52 000	30 000	0
Poutače kolem cest	0	120 000	0
Polepy, roll-up, ...	75 000	92 000	96 000
Ubytování – hotely a penziony	1 342 698	956 136	603 816
<b>Celkem</b>	<b>1 824 346</b>	<b>1 495 964</b>	<b>1 020 714</b>

Zdroj: Asociace českých filmových klubů, o.s.

Z uvedené tabulky vyplývá, že Asociace českých filmových klubů ze svého rozpočtu objednává u firem v Uherském Hradišti přímé služby v hodnotě nejméně 1 mil. Kč. Pokud bychom sečetli přímé finanční náklady organizátora spojené s městskými a soukromými firmami, došli bychom k tomu, že Letní filmová škola objednává v Uherském Hradišti služby za více než 3mil. Kč. Pokud by byl pro výpočet ekonomického dopadu těchto prokazatelných nákladů použit multiplikační vzorec<sup>49</sup>, dostali bychom se k velmi vysokému číslu, které

<sup>49</sup> Multiplikační efekt je tzv. nepřímým dopadem na ekonomiku. Mohou jimi být změny v ekonomice způsobené produkcí dalších subdodavatelů, bez kterých by přímí dodavatelé nemohli fungovat (např. hotely a restaurace poptávají zboží a služby od svých dodavatelů a ti dále od svých subdodavatelů), tzn. změny zahrnující všechna další kola produkce vyvolaná zpětnými vazbami přímých dodavatelů a jejich subdodavatelů v dané ekonomice. Prostřednictvím nepřímých dopadů se výdaje kulturní organizace nebo jejich návštěvníků mohou odrazit v jakémkoliv jiném odvětví ekonomiky. RAABOVÁ, Tereza. *Návrh certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů*

by jen zdůraznilo to, že pořádání Letní filmové školy má výrazný ekonomický dopad na město Uherské Hradiště.

AČFK si nechala pro své potřeby zpracovat studii odhadu ekonomického dopadu výdajů návštěvníků festivalu, kteří do města přijedou. Výsledkům tohoto výzkumu se věnuji v kapitole 2. 4. 3.

### ***Projekční sály***

Hlavním projekčním sálem festivalu je kino Hvězda s kapacitou 375 míst. Je zde umístěno sídlo celého štábu a uvnitř probíhá akreditace. Pro účastníky je k dispozici kavárna s venkovní zahrádkou. Ve foyer kina jsou výstavní prostory a dále improvizovaný koutek pro přímě vstupy do České televize. V suterénu je pak prostor vyhrazený pro press centrum a tiskové konference. V tomto kinosále je možné promítat ze všech dostupných formátů, tedy 35mm, DVD a BR i digitální technologie DCP.

Nejbližším sálem v blízkosti kina Hvězda je Sportovní hala. Přestože tento sál není klasickým kinosálem, přestavbou se z něj každoročně stává druhý největší sál festivalu s kapacitou 500 míst. Zde je možné promítat z 35mm filmů a DVD a BR.

Dalším kinem v blízkosti kina Hvězda je klub Mír. Tento sál je vybaven videoformáty DVD a BR a jsou do něj umístěny projekce krátkých a experimentálních filmů. Ve večerních hodinách zde probíhají koncerty. Pro účastníky je k dispozici bar klubu i venkovní zahrádka. Největší projekční sál festivalu je v Klubu kultury. Má kapacitu 544 míst a je možné zde promítat z 35mm filmů i videoformátů DVD a BR. Druhým nejrepresentativnějším sálem Letní filmové školy je Slovácké divadlo s kapacitou 378 míst. Také zde probíhají projekce z 35mm filmů a z videoformátů DVD a BR. Na Masarykově náměstí se nachází poslední uzavřený projekční sál a to sice Reduta. Zde festival využívá dva sály, větší s projekcemi 35mm filmů a videoformáty DVD a BR s kapacitou 190 míst, druhý menší s kapacitou 70 míst pro odborný program, přednášky a besedy s hosty. Kromě uzavřených prostor v sálech filmové projekce probíhají také ve dvou letních kinech. Tím největším je Letní kino na Masarykově náměstí

s kapacitou až 5.000 diváků, druhým pak Letní kino ve Smetanových sadech s kapacitou 400 míst. Letní kino na náměstí využívá digitálních projekcí, ve Smetanových sadech pak projekcí z 35mm filmu. Kromě kina Hvězda, které je jediným stálým a plně vybavených kinem, je nutné všechny ostatní projekční místa vybavit na klíč a upravit je pro filmové projekce. K tomuto si organizátor najímá soukromou firmu ze Zlína.<sup>50</sup>

### **Obr. č. 2. Projekční sál Klubu kultury**



Zdroj: Fotoarchiv AČFK, o. s.

#### **2.2.5. Propagace a marketing festivalu**

Propagace a marketing Letní filmové školy je klíčovým segmentem Asociace českých filmových klubů. V každém roce se v České republice uskuteční mnoho desítek festivalů, přehlídek či seminářů různého zaměření a nabídka filmového umění se stala také nedílnou součástí nespočtu hudebních či multižánrových akcí. V tomto konkurenčním prostředí je zřejmé, že organizátoři filmových festivalů velmi intenzivně usilují o každého reálného (platicího) návštěvníka. Za tímto účelem většina pořadatelských subjektů využívá mnohé moderní metody a nástroje propagace a marketingu.

Rozhodujícím faktorem zvolené strategie v této oblasti je rozhodující cílová skupina festivalu, kterou by měla reklama oslovit a zasáhnout. V případě Letní filmové školy se jedná zejména o věkovou skupinu 17 – 25 let (studující nebo

---

<sup>50</sup> Kinoservis s.r.o.

osoby výdělečně činné s minimálně středoškolským vzděláním)<sup>51</sup>. Z tohoto jednoznačně vyplývá, že v rámci propagace řeší AČFK o.s. jako klíčovou oblast všechny dostupné sociální sítě a webové aplikace.

Dalším významným faktorem, který ovlivňuje ekonomické a marketingové chování pořadatelského subjektu, je struktura financování Letní filmové školy a její zdroje. Významný podíl těchto zdrojů totiž pochází ze soukromého sektoru, který v současnosti financuje kulturní akce nejen z principu své společenské odpovědnosti, ale také a většinou především z důvodu svých obchodních zájmů. Díky této situaci se AČFK o.s. stává ekonomickým subjektem, která v rámci partnerského vztahu nabízí firmám vhodné reklamní a propagační plnění.

Pro tento účel si AČFK o.s. zpracovává některé marketingové studie a dotazníky, jejichž závěry a zjištěná data zvyšují hodnotu a hodnověrnost nabídky, kterou organizátor soukromým firmám předkládá. Analogický postup realizuje AČFK také ve vztahu k veřejným zdrojům. Organizátor si nechal zpracovat odhad ekonomického dopadu Letní filmové školy na růst HDP města Uherské Hradiště i Zlínského kraje. Této analýze se budu podrobněji věnovat v kapitole 2. 4. 3. této práce.

Ke konkrétním způsobům propagace festivalu patří zejména tištěná a venkovní reklama ( vzorek plakátů jednotlivých ročníků viz. příloha č. 1.) a oficiální festivalová znělka (festivalový trailer). Každý ročník festivalu má svůj vlastní vizuální styl, který vychází z každoročního výběrového řízení, které je organizováno mezi grafickými studii. Další důležitou složkou komunikačních aktivit festivalu oddělení P.R. Asociace českých filmových klubů si pro tyto účely najímá zkušenou P.R. externí firmu, která udržuje trvalé vztahy s médii a novináři. Během festivalu funguje tzv. press centrum jako kvalitní zázemí pro novináře, kterých se každoročně akredituje kolem 120. S ohledem na dobu konání festivalu, kdy je tzv. kulturně „okurková“ sezóna, Letní filmová škola po dobu svého konání doslova zahlcuje mediální prostor ve všech možných typech médií. K propagaci festivalu jsou uzavírány mediální partnerství, z nichž hlavní je s Českou televizí, která má pro své pravidelné vstupy ve foyer kina Hvězda

---

<sup>51</sup> Informace o hlavní cílové skupině festivalu, na kterou je zaměřena propagace festivalu jsem získala z výsledků dotazníkového šetření mezi platícími účastníky festivalu v r. 2012. Výsledky tohoto šetření jsou dostupné zde: *Asociace českých filmových klubů. Anketa spokojenosti účastníků 38. LFŠ [on-line]* Dostupné na WWW:<<http://www.acfk.cz/intranet>>.

zřízen provizorní newsroom. K propagaci festivalu i města od roku 2013 přispívá i několikahodinový přímý televizní přenos z Masarykova náměstí, kde v rámci letního kina probíhá „*Noc filmových nadějí*“, večer věnovaný nejlepším studentským filmům.

Zde uvádím přehled všech použitých médií:

- Tištěná a venkovní reklama – billboardy, citylighty, bannery, plakáty, reklama v tisku
- Oficiální festivalová znělka – před každou projekcí v sálech, v ČT v rámci mediálního partnerství, na webu, ve festivalových minutách
- Katalog a programová brožura
- Oficiální webové stránky
- Facebook, Twitter
- Merchandising
- Doprovodný program festivalu – eventy
- Tiskové konference, tiskové zprávy

Z výše uvedeného seznamu vyplývá, že Asociace českých filmových klubů skutečně využívá širokého spektra komunikačních kanálů s jednotlivými diváckými segmenty. Nejvíce je komunikace zaměřena na běžného diváka, o kterého jde pořadatelům nejvíce, ale v druhém plánu také o potenciální nové komerční partnery, které může výrazná kampaň zaujmout. Pro výslednou analýzu dosahu mediálních výstupů si organizátor nechává zpracovávat mediální analýzu u externí společnosti<sup>52</sup>, která podrobně analyzuje dosah všech druhů reklamy a propagace v médiích. Z této analýzy např. v r. 2012<sup>53</sup> víme, že média o Letní filmové škole informovala více než 760x, čistě pozitivních hodnocení bylo téměř 50%, ambivalentních<sup>54</sup> odpovědí bylo také téměř 40% a negativních 10% a to zejména díky kritice vizuálu.

Pro výraznější propojení organizátora festivalu se značkou Letní filmové školy bylo v zimě 2014 vypsáno výběrové řízení na nové korporátní logo festivalu a organizátora Asociace českých filmových klubů. Součástí výběrového

---

<sup>52</sup> Firma Focus marketing & Social research.

<sup>53</sup> AČFK si v r. 2012 nechala zpracovat analýzu mediálního dopadu LFŠ.

<sup>54</sup> Ambivalentní odpověď v sobě má pozitivní i negativní obsah.

řízení bylo také propojení loga s návrhem nové Výroční ceny. Nová výroční cena tedy vymění dosavadního „Ptáka Klubáka“ a poprvé bude předávána v rámci 40. Letní filmové školy v roce 2014.

**Obr. č. 3. Plakát Letní filmové školy v r. 2012** ( Zdroj: fotoarchiv AČFK, o.s.)



**Obr. č. 4. Plakát Letní filmové školy v r. 2013** ( Zdroj: fotoarchiv AČFK, o.s.)





## **2.3. ANALÝZA SOCIÁLNÍHO DOPADU**

Pořádání filmového festivalu každé město po dobu jeho konání výrazně oživí. Města se rozrostou o tisíce dalších lidí a festivalový program je navržen tak, aby překračoval projekční sály a oživoval městské prostory. V následující části se budu věnovat akcím, kterými se Letní filmová škola snaží vtáhnout rezidenty města do jeho dění, dále pak atrakcemi města, kterými se naopak snaží přitáhnout návštěvníky festivalu, kteří do města přijeli, statistikám návštěvnosti za roky 2003 – 2013 a prostor dostanou také výsledku dotazníku, který se ptal obyvatel města na jejich znalost a hodnocení kulturních akcí ve městě. Z uvedeného dotazníku zjistíme, jak obyvatelé města o Letní filmové škole smýšlejí a jaký je sociální dopad pořádání festivalu na různé skupiny obyvatelstva.

### **2.3.1. Doprovodný program a akce pro veřejnost**

Letní filmová škola se sice prioritně věnuje filmu, ale pro své návštěvníky i obyvatele Uherského Hradiště každoročně chystá bohatý doprovodný program. Na samostatné hudební scéně mají návštěvníci a fanoušci možnost každý večer poslouchat zajímavé a atraktivní hudební vystoupení, kdy se organizátoři snaží alespoň v několika koncertech navázat na program filmový.

Na koncerty je vybíráno vstupné, kdy akreditovaní mají možnost uplatnit 50% slevu na svou akreditaci. Koncerty jsou otevřeny také široké Uhersko-Hradištské veřejnosti, která si může vstupenky zakoupit v Informačním centru.

Nedílnou součástí doprovodného programu Letní filmové školy je také divadelní program, který bývá soustředěn do stanu ve Smetanových sadech za kinem Hvězda a který nabízí celou řadu zajímavých představení a performancí. Každý večer tak mohou návštěvníci festivalu a opět také obyvatelé Uherského Hradiště navštívit zajímavá alternativní, amatérská i profesionální divadelní představení. Také za divadelní představení bývá vybíráno vstupné a i zde je možné uplatnit slevu na akreditaci.

Výrazným doplněním filmového programu je každoročně bohatá nabídka výstav. Ty reagují nejen na program filmový, ale zároveň představují výrazné osobnosti výtvarného umění a fotografie. Výstavy každoročně bývají realizovány v prostorech Galerie Slováckého muzea či Slováckého muzea, ve foyer kina

Hvězda, ve Slováckém divadle, v Galerii Vladimíra Hrocha v Klubu kultury, v galeriích Reduty či v Cafě Portál. Dá se tedy říci, že jsou výstavy realizovány téměř ve všech projekčních místech. Všechny výstavy mají své vernisáže během Letní filmové školy a vstup na ně je otevřený nejen návštěvníkům festivalu, ale všem obyvatelům Uherského Hradiště. Většina výstav zůstává v Uherském Hradišti i po skončení festivalu a poskytuje tak obyvatelům města možnost prohlédnout si je i v době mimo konání festivalu.

**Obr. č. 5. – Výstava ve Slovácké galerii (Mara Matuschka)**



Zdroj: Fotoarchiv AČFK, o.s.

Kromě všech výše uvedených doprovodných akcí, mají návštěvníci festivalu i obyvatelé Uherského Hradiště možnost bezplatně navštívit multižánrové a multikulturní akce, které každý večer probíhají ve stanu před Sportovní halou, a dále množství samostatných pouličních vystoupení, které se každoročně v rámci festivalu vyskytují.

K akcím určeným primárně Uhersko – Hradišťské veřejnosti patří bezesporu obě letní kina, kde je možné filmové projekce navštívit bez zakoupené akreditace. Nutno dodat, že zvlášť projekce na Masarykově náměstí jsou mezi veřejností velmi oblíbené, jak vyplynulo z mého dotazníkového šetření.<sup>55</sup>

**Mimofestivalové vyžití návštěvníků LFŠ**

Návštěvníci Letní filmové školy mají kromě oficiálního programu festivalu možnost využít široké nabídky služeb a nabídek, které jim pro trávení volného

<sup>55</sup> Výsledky dotazníkového šetření jsou popsány v kapitole 2. 5.

času nabízí město Uherské Hradiště a okolí. Pokud využijí půjčovny kol, která v době festivalu funguje přímo před kinem Hvězda, mohou projezdit po upravených cyklostezkách celý region Slovácko. Přímo ve městě v blízkosti kina Hvězda mají účastníci možnost navštívit venkovní i krytý bazén. Na svou akreditaci zde dostanou slevu. Slevy účastníkům festivalu nabízí také mnohé památky, kterých je v Uherském Hradišti a okolí nespočet.

Většina návštěvníků také minimálně jednou za svůj pobyt v Uherském Hradišti navštíví vinné sklepy v proslulé Vinařské ulici v Mařaticích, což je místní část Uherského Hradiště. Zde se také koná několik oficiálních akcí AČFK, díky nimž slovácké vinařství poznávají i hosté festivalu.

Na pořádání festivalu většinou pružně reagují také mnozí kavárníci. Do svých kaváren si pro svůj večerní program zvou různá hudební uskupení, která jim mají pomoci přitáhnout konzumenty právě z řad účastníků festivalu.

Z výše uvedeného je zřejmé, že míst, kde mohou návštěvníci Letní filmové školy v Uherském Hradišti utracet své peníze, je kromě základních výdajů přímo spojených s pobytem na festivalu<sup>56</sup> mnohem více. Ze zkušeností a ohlasů návštěvníků víme, že toho mnozí velmi využívají.

### **2.3.2. Statistiky návštěvnosti za roky 2003 - 2013**

Návštěvnost Letní filmové školy je již mnoho let stabilní. Dá se říci, že se pohybuje okolo 5000 akreditovaných, kteří ve všech promítacích sálech zajistí více než 100.000 návštěvníků na jednotlivých projekcích.

Na Letní filmové škole je možné od dubna do konce května využít zlevněné festivalové akreditace za 1.000,-Kč na celou dobu konání festivalu, která beze slev stojí 1.400,-Kč. V prodeji jsou také akreditace čtyřdenní v ceně beze slev za 800,-Kč a jednodenní za 250,-Kč, které se ale prodávají až v průběhu festivalu.

Pořadatel nabízí také celou řadu slev pro studenty, důchodce, obyvatele Uherského Hradiště nebo členy filmových klubů. Srovnání počtu vydaných akreditací v letech 2011-2013 je součástí tabulky č. 8.

---

<sup>56</sup> K základním výdajům účastníka festivalu patří ubytování, stravování a akreditace.

**Tabulka č. 8. Srovnání počtu návštěvníků LFŠ za r. 2003 – 2013**

<b>Rok Letní filmové školy</b>	<b>Počet akreditovaných návštěvníků</b>
r. 2003	4200
r. 2004	4300
r. 2005	4300
r. 2006	4515
r. 2007	5122
r. 2008	6120
r. 2009	4827
r. 2010	5584
r. 2011	5918
r. 2012	5010
r. 2013	5100

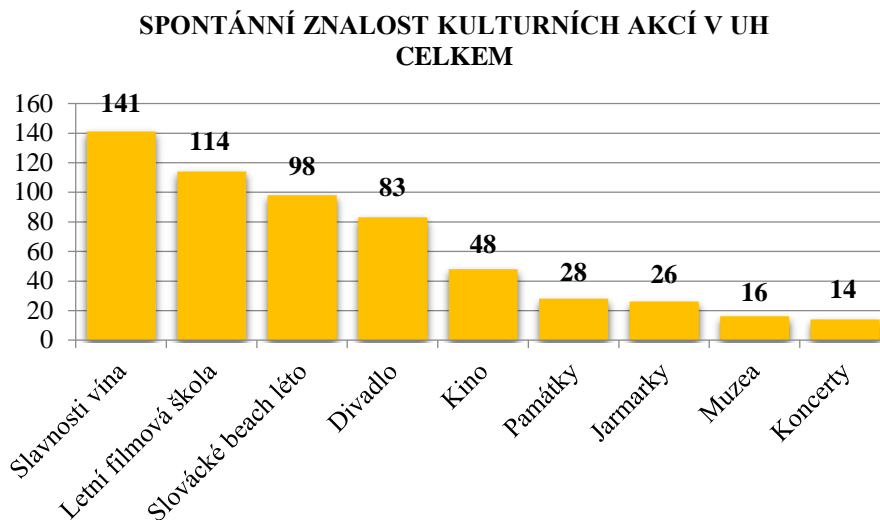
### **2.3.3. Výzkum Univerzity Tomáše Bati**

Pro analýzu sociálního dopadu festivalu Letní filmová škola na město bych chtěla využít výsledky výzkumu, který provedla Fakulta multimediálních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Ta koncem roku 2013 realizovala dotazníkové šetření<sup>57</sup>, ve kterém analyzovala nerovné financování vybraných kulturně sportovních akcí magistrátem města Uherské Hradiště. Na základě přesně specifikovaných dotazů zjišťovala od respondentů obecné povědomí a vnímání přínosu jednotlivých akcí pro občany Uherského Hradiště a blízkého okolí. Výzkum se týkal Slováckých slavností vína a otevřených památek, Slováckého beachového léta a Letní filmové školy. Zúčastnilo se ho 250 respondentů.

V úvodní otázce dotazující se na spontánní znalost kulturních akcí města Uherské Hradiště se Letní filmová škola umístila na druhém místě, se 114 hlasy za Slavnostmi vína, na které si vzpomnělo 141 respondentů. Kompletní výsledky všech odpovědí obsahuje graf č. 1.

<sup>57</sup> Dotazníkové šetření si objednal provozovatel Slováckého beachového léta, aby dokázal městu Uherské Hradiště, že je jejich akce městem nedostatečně financovaná. Součástí dotazníku byly dotazy, které se týkaly také Letní filmové školy a Slavností vína. Ke své práci jsem využila části, ve kterých se respondentů dotazovali, na oblíbenost a znalost kulturních akcí města Uherské Hradiště.

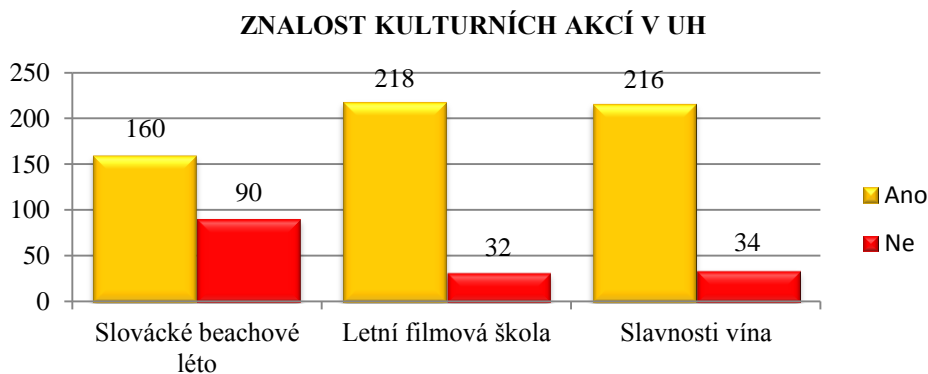
**Graf č. 1. Spontánní znalost kulturních akcí v Uherském Hradišti celkem**



Zdroj: Občanské sdružení Staroměstí šohajici

Navazující otázkou na spontánní znalost byla podpořená znalost, kdy se tazatel již přímo ptal, zda uvedené akce respondent přímo zná. V rámci podpořené znalosti se ukázalo, že nejznámější akcí pro obyvatele Uherského Hradiště je Letní filmová škola (87%), jen o dva respondenty méně znalo pak Slavnosti vína (86%) a Slovácké beachové léto znalo pak 64% respondentů. Přehledně je to zobrazeno v grafu č. 2.

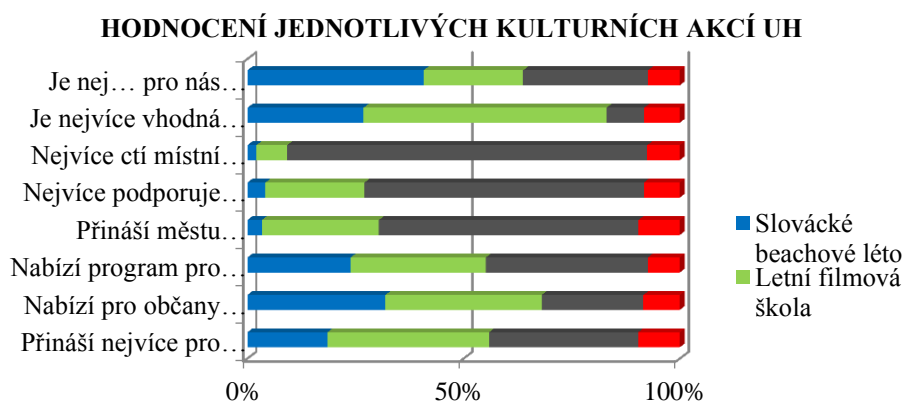
**Graf č. 2. Znalost kulturních akcí v Uherském Hradišti**



Zdroj: Občanské sdružení Staroměstí šohajici

Další část dotazníku byla zaměřena na vnímání jednotlivých akcí v osmi různých oblastech. Respondent měl ke každé oblasti přiřadit, kterou akci si s daným tvrzením nejvíce spojuje. Kompletní odpovědi najdete v grafu č. 3.

**Graf č. 3. Hodnocení jednotlivých kulturních akcí města**



Z výsledků vyplývá, že Letní filmová škola je akcí nejvíce vhodná pro rodiny, nabízí pro občany nejlákavější program a přináší nejvíce ze všech tří akcí pro občany Uherského Hradiště a okolí.<sup>58</sup> Ze závěrečné zprávy k tomuto šetření tedy vyplývá, že Letní filmová škola se jako jediná z uvedených akcí profiluje jako globální akce, která i při svém (na první pohled úzkém zaměření) nabízí pestrý a pro občany města atraktivní program.

**Obr. č. 6. – Letní kino na Masarykově náměstí** (Zdroj: Fotoarchiv AČFK, o.s.)



<sup>58</sup> Závěrečná zpráva z výzkumného šetření pro občanské sdružení Staroměstí Šohajici. Univerzita Tomáše Bati – Fakulta multimediálních komunikací: Zlín 2013. s. 13.

## 2.4. ANALÝZA EKONOMICKÉHO DOPADU LFŠ

Cílem této části bakalářské práce je zanalyzovat finanční dopad organizace filmového festivalu na ekonomiku města. Zabývám se zde rozborem financování Letní filmové školy, službami, které organizátor objednává od firem v Uherském Hradišti, a rozborem analýzy odhadu ekonomického dopadu návštěvníků festivalu na město Uherské Hradiště. Všechny tyto informace budou důležitým kritériem pro závěrečné posouzení hlavního tématu této bakalářské práce.

### 2.4.1. Služby spojené s pořádáním Letní filmové školy

V následujících bodech své práce se zaměřím na zajištění cateringu a ubytování v kontextu využití nabídky města Uherského Hradiště.

#### *Catering a stravování*

Pro zajištění stravování účastníků festivalu jsou využity takřka všechny restaurace a kavárny v Uherském Hradišti, které po dobu festivalu nabízejí speciální festivalová menu za zvýhodněné ceny. Kromě oficiální nabídky zde pak během festivalu přibude celá řada stánků, které především ve Smetanových sadech a okolí kina Hvězda nabízejí rychlou možnost občerstvení návštěvníkům, kteří přebíhají ze sálu do sálu. Festival má dlouhodobé smlouvy s produktovými partnery, kteří dodávají především pivo a nealkoholické nápoje, což znamená, že ve stáncích není možné konzumovat nic jiného, než oficiální pivo a nealko festivalu. Na druhou stranu to pro pořadatele znamená jistý zisk, který z těchto výhradních smluv vyplývá.

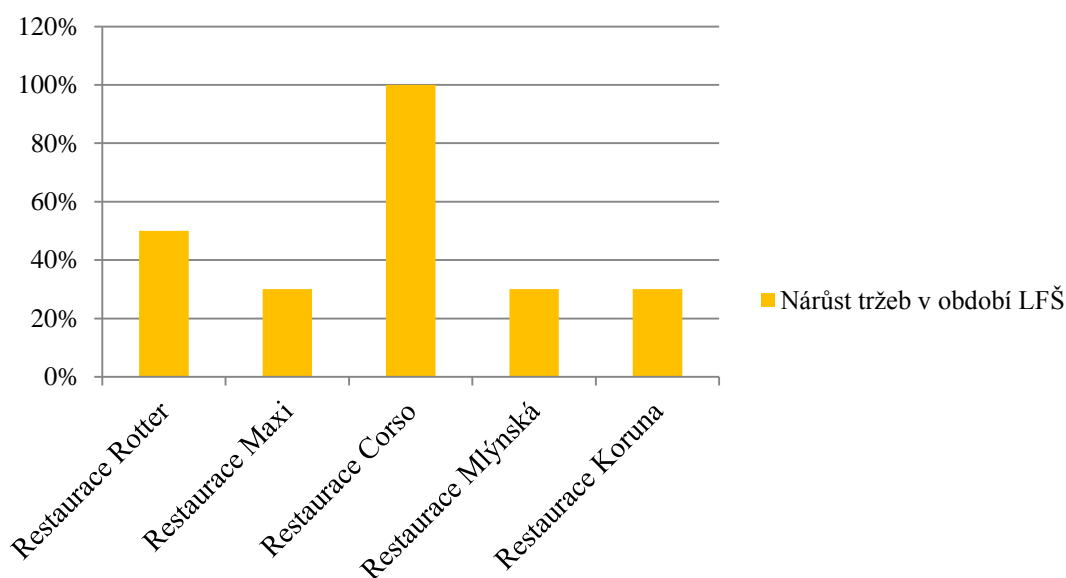
I přes toto produktové omezení, které znají návštěvníci i z jiných festivalů, je celková nabídka cateringu v rámci festivalu široká. Návštěvníci mají možnost kromě klasických klobás a grilovaných sýrů či masa ochutnat francouzské palačinky, polévky i vegetariánská jídla. Protože je festival pořádán v samém srdci vinařské oblasti, samozřejmě jsou stánky s kvalitním slováckým vínem místních vinařů.

Co se týče kamenných restaurací a kaváren, ty mají během festivalu delší otevírací dobu a svou stálou celoroční nabídku oživují speciálními festivalovými menu. Dá se říci, že téměř každá restaurace či kavárna ve městě před začátkem

festivalu staví své venkovní zahrádky, které jsou zvláště v parných dnech a večer plně obsazována i v nočních hodinách. Restaurace přizpůsobují také svou cenovou nabídku, kdy se nejlevnější jídla dají pořídit už do 60,-Kč za kompletní oběd.

Dotazovala jsem se majitelů restauračních zařízení a kaváren v centru i v okrajových částech města, do jaké míry jim návštěvníci Letní filmové školy ovlivňují průměrné měsíční tržby. Z odpovědí je zřejmé, že nárůst zaznamenaly všechny restaurace v centru i v okrajových částech města. Největší nárůst zaznamenává restaurace Corso na Masarykově náměstí díky venkovní zahrádce, kterou má v letních měsících postavenou před restaurací. Ta je po dobu festivalu díky letnímu kinu na tomto náměstí naplněná od večera do rána každý den festivalu. 30% nárůst zaznamenává také restaurace Koruna v okrajové části města, která těží z blízkosti promítacího sálu Slováckého divadla. Odpovědi majitelů zařízení jsou součástí grafu č. 4.

**Graf č. 4. Nárůst tržeb v restauracích v době konání LFŠ**



### **Ubytování**

Pro zajištění ubytování účastníků, hostů a štábu Letní filmové školy jsou využívány prakticky všechny dostupné ubytovací kapacity ve městě. Účinkující a štáb jsou ubytováni na kolejích Univerzity Tomáše Bati, penzionech Modrá Růže a Pod Kopcem a pro ubytování hostů je využívána kompletní kapacita

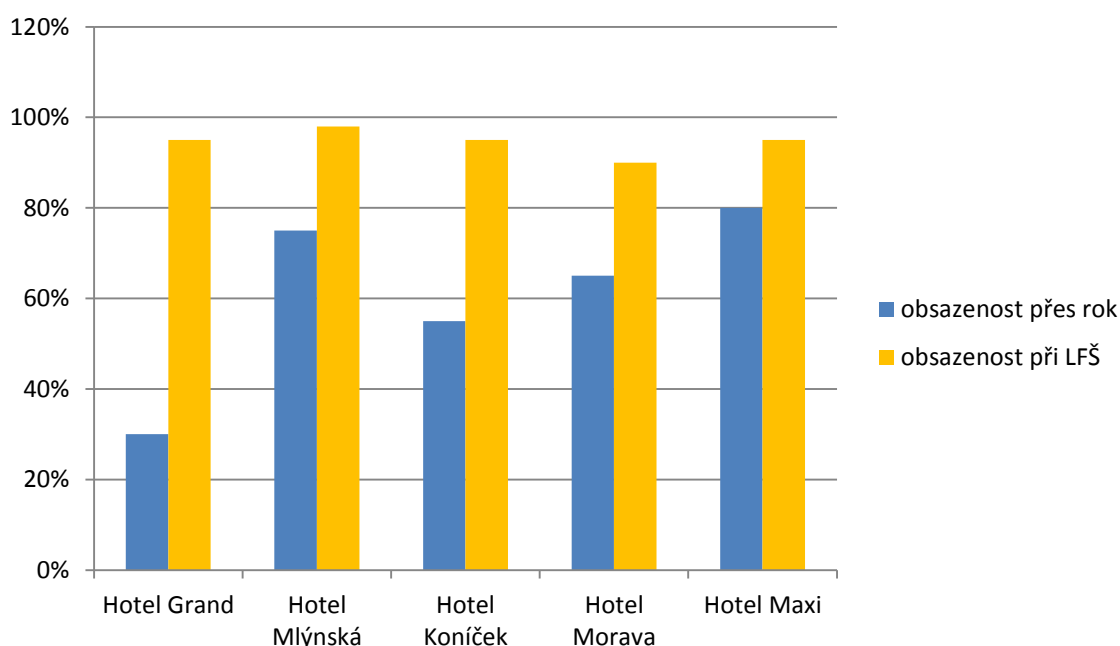


hotelů Koníček, Mlýnská, Maxi, U hejtmana Šarovce a částečně pak kapacita hotelu Grand.

V akreditačním systému festivalu „Datakal“ si běžní účastníci a návštěvníci Letní filmové školy mohou vybrat místo, kde chtějí v Uherském Hradišti přespávat. Organizátoři nabízejí několik druhů ubytovacích kapacit tak, aby si z nich mohli vybrat méně i více nároční nocležníci. Ubytování přes akreditační systém si může zajistit jen ten, kdo se akredituje na čtyři dny nebo na celou dobu festivalu. Každý akreditovaný má nárok pouze na jedno lůžko či místo pro stan. Pro účastníky jsou vyhrazeny ubytovací kapacity na Internátu Mojmir (kapacita 128 míst), Kolejích Univerzity Tomáše Bati (91 míst), Penzionech Manet a Janett a v hotelu Morava. Účastníci mohou využít také ubytování ve vlastních spacácích v improvizovaných Kempech u Diakonie, u ZŠ Sportovní a Univerzity Tomáše Bati a ve třídách na ZŠ Unesco a ZŠ Sportovní.

Dotazovala jsem se majitelů ubytovacích kapacit v centru i v okrajových částech města, do jaké míry jim návštěvníci Letní filmové školy ovlivňují tržby. Odpovědi majitelů hotelů jsou zaznamenány v grafu č. 5.

**Graf č. 5. Obsazenost hotelů v Uherském Hradišti mimo a po dobu LFŠ**



Z výše uvedeného grafu vyplývá, že zde není žádný rozdíl mezi hotely umístěnými v centru nebo v okrajových částech města (Koniček, Morava). Všechny dotazované hotely v době konání festivalu hlásí téměř plno. Největší nárůst je to pro hotel Grand v centru města, více než 65%, oproti průměrným tržbám a obsazenosti v jiných částech roku. Ostatní hotely hlásí nárůst v průměru 30%.

#### **2.4.2.      Financování Letní filmové školy**

Letní filmová škola, kterou pořádá Asociace českých filmových klubů, o.s., je akcí, která příjmovou stránku svého rozpočtu složitě naplňuje každoročně znovu.

Tímto složitým „bojem“ je také dána konečná výše a podoba rozpočtu daného ročníku Letní filmové školy. Jediná dlouhodobá smlouva s finančním plněním je uzavřena s městem Uherské Hradiště. I pro ně však financování kulturních akcí ve městě není nic jednoduchého, jak jsme mohli vidět v kapitole 2. 1. 3., vzhledem k vysokým výdajům do kulturních aktivit během každého roku. Julian Stringer o tomto složitém procesu shánění finančních prostředků, říká: „ *Významnější města se nyní ocitají ve vzájemném boji o kulturní zdroje globálního financování, podobně jako bojují o peníze vydělané turismem a průmysly národního dědictví a volného času.*“<sup>59</sup> Ostatní zdroje příjmů jsou součástí každoročního jednání mezi managementem AČFK a poskytovateli finančních zdrojů. Nejistá byla dosud i podpora Ministerstva kultury, které až do minulého roku nemělo nastaveny transparentní pravidla pro poskytování dotací a grantů, což pro žadatele znamenalo velkou nejistotu. V ČR existují jen tři filmové akce, které mají každoroční státní podporu jistou, neboť jsou financovány přímo z rozpočtu Ministerstva kultury.

Obecně se tedy dá říci, že zdroje financování Letní filmové školy můžeme dělit na vlastní, soukromé a veřejné. Festival má i příjmy tzv. barterové, tj. příjem kdy pořadatel nedostává od sponzora finanční plnění, ale plnění formou produktů nebo služeb organizace. Jednotlivým zdrojům financování se budu věnovat v dalších bodech.

---

<sup>59</sup> STRINGER, cit. 2, s. 58.

### ***Vlastní zdroje financování***

Letní filmová škola generuje každoročně příjmy z prodeje akreditací, z ubytování, merchandisingu, katalogů a programových brožur a vstupného z doprovodných akcí. Tato část bývá obvykle čtvrtinou příjmové části rozpočtu a je přímo závislá na počtu návštěvníků, kteří v daný rok do Uherského Hradiště přijdou.

### ***Veřejné a zahraniční zdroje financování***

K veřejným zdrojům financování Letní filmové školy patří kromě významného příspěvku města Uherského Hradiště také příspěvek ze Zlínského kraje, dotace z Ministerstva kultury a Státního fondu kinematografie. K zahraničním zdrojům financování patří především každoroční příspěvek z evropského programu MEDIA a dále pak příspěvky od zahraničních kulturních institucí a ambasad. V posledních letech festival pravidelně spolupracuje např. s Polským institutem ve Varšavě, v Praze nebo s Americkou ambasadou. Veřejné zdroje financování Letní filmové školy tvoří přibližně třetinu celkového rozpočtu. Zahraniční zdroje pak necelou čtvrtinu.

Vzhledem k tomu, že do r. 2013 byly přidělovány dotace z Ministerstva kultury ne podle nějaké průhledné koncepce, ale spíše podle toho, kdo měl větší lobbying, je zajímavé podívat se na výši státní podpory dalším festivalům. Pro srovnání uvádím v následující tabulce č. 9. výši dotace z Ministerstva kultury a Státního fondu kinematografie pro MFF v Karlových Varech, pro festival Febiofest a pro Letní filmovou školu v r. 2013:

***Tabulka č. 9. Srovnání dotací z MK ČR v r. 2013***

	<b>MFF KV</b>	<b>Febiofest</b>	<b>LFŠ</b>
r. 2013	30.000.000,-	9.500.000,-	1.900.000,-

Zdroj: Ministerstvo kultury ČR.

Z uvedeného vyplývá, že ačkoliv se jedná o délku, počtem uváděných filmů i doprovodných akcí o podobný typ akcí, nepoměr, jakým je ze státních zdrojů podporována Letní filmová škola je zřejmý. Samozřejmě je jasné, že Letní filmová škola není mezinárodní festival typu A, nicméně toto není ani festival

Febiofest a přesto z Ministerstva kultury dostává několikanásobně více než Letní filmová škola.

### ***Soukromý finanční sektor***

Významnou součástí financování Letní filmové školy je podpora soukromých společností a firem. Ty tvoří zhruba čtvrtinu rozpočtu. Kromě hlavního partnera společnosti RWE zde patří taky podpora místních a regionálních firem jako např. Kovosteel či Triangl a dále pronájmy z cateringu, prodejních stánků či služeb.

### ***Srovnání dotací a grantů Letní filmové školy v letech 2011-2013***

V tabulce č. 10. uvádím přehled dotací, grantů a darů pro Letní filmovou školu za poslední tři roky. Z uvedeného vidíme pokles dotací v oblasti podpory ministerstva kultury a Státního fondu kinematografie téměř o polovinu v roce 2013 ve srovnání s rokem 2011. Tento pokles byl způsoben jednak nižšími finančními možnostmi Státního fondu kinematografie<sup>60</sup> a dále pozastavením činnosti odboru médií a audiovize na ministerstvu kultury v r. 2013. Pokles v roce 2013 byl způsoben také dlouhým rozjezdem nově ustaveného Státního fondu kinematografie, který díky chybějící notifikaci z evropské unie vypsal první granty až na podzim 2013, tedy až po ukončení festivalu.

Pokles nastal také v reklamním plnění. S Letní filmovou školou v r. 2012 ukončila spolupráci firma SYNOT Tip, která díky změně státní legislativy přestala odvádět část ze svých výnosů na neziskové společnosti a ukončila v tomto roce spolupráce se všemi těmito institucemi.<sup>61</sup> Stabilní příjmovou částí rozpočtu jsou příjmy od města Uherské Hradiště, společnosti RWE, z programu MEDIA a Zlínského kraje.

---

<sup>60</sup> Pokles dotací se týká především roku 2012.

<sup>61</sup> Jen v Uherském Hradišti se jednalo o výpadek min. ve výši 25 miliónů Kč (Fotbal, Slavnosti vína, LFŠ, Nadace Děti-kultura-sport atd.)

**Tabulka č. 10. Přehled dotací LFŠ za r. 2011 - 2013**

Okruhy dotací	r. 2011	r. 2012	r. 2013
Státní fond kinematografie a Ministerstvo kultury	4.060.000,-	2.970.000,-	1.970.000,-
Město Uherské Hradiště, Zlínský kraj	2.450.000,-	3.350.000,-	2.950.000,-
Zahraniční dotace a příspěvky	2.257.278,-	2.016.000,-	2.115.570,-
Sponzoři	5.770.000,-	2.760.000,-	2.753.860,-
<b>CELKEM</b>	<b>13.537.278,-</b>	<b>11.096.000,-</b>	<b>9.789.430,-</b>

Zdroj: Asociace českých filmových klubů, o.s. a Ministerstvo kultury ČR.

V následující tabulce srovnávám výši rozpočtu za roky 2011 - 2013. K poklesu příjmů došlo dramaticky především po LFŠ v r. 2011, kdy z partnerství odstoupila firma SYNOT a.s. a festivalu vypadly téměř čtyři miliony korun.

V roce 2012 festival získal sponzorský dar od společnosti Lesy ČR a díky mimořádné pomoci města Uherské Hradiště překlenulo složitý rok. V tomto roce také poklesla podpora z ministerstva kultury a Státního fondu pro podporu a rozvoj České kinematografie.<sup>62</sup> Dosud nejsložitější situace ve financování Letní filmové školy nastala v r. 2013, kdy byla přerušena činnost odboru médií a audiovize Ministerstva kultury a paralyzována činnost nově ustaveného Fondu kinematografie<sup>63</sup>. Rozpočet klesl na historické minimum a organizátoři byli nuceni k celé řadě úsporných opatření, mezi něž patřilo například i zrušení projekčního sálu Sportovní hala vedle kina Hvězda. V této situaci pomohlo město, které na mimořádném zasedání Rady města schválilo další navýšení

<sup>62</sup> Předchůdce dnešního Státního fondu kinematografie.

<sup>63</sup> Chybějící notifikace z EU pozastavila na téměř celý rok vyhlašování grantů.

příspěvku Letní filmové škole.<sup>64</sup> Komplettní srovnání rozpočtů obsahuje tabulka č. 11.<sup>65</sup>

**Tabulka č. 11. Srovnání rozpočtů LFŠ v letech 2011 - 2013**

	r. 2011	r. 2012	r. 2013
Náklady	19.635.000,-	16.010.000,-	14.000.000,-
Výnosy	19.620.000,-	15.900.000,-	13.900.000,-

### **2.4.3. Odhad ekonomického dopadu LFŠ na město**

V další části mé práce se budu zabývat zveřejněním výsledků odhadu ekonomického dopadu pořádání Letní filmové školy na město Uherské Hradiště<sup>66</sup>. V této souvislosti upřesňuji, že do tohoto odhadu vůbec nebyla započtena možná útrata právě z míst „mimo“ festival, ani přímé náklady organizátorů, kterým jsem se věnovala v bodu 2. 2. 4. Je tedy zřejmé, že pokud by výpočty počítaly s navýšenou částkou o tuto útratu, celkový dopad na město by byl ještě vyšší.

Asociace českých filmových klubů si v r. 2012 nechala zpracovat odhad ekonomického dopadu 38. Letní filmové školy. Pro svou práci využiji některé výsledky a postupy z tohoto výzkumu.

Data o návštěvních vychází z marketingového výzkumu, který proběhl v srpnu 2012 mezi platícími návštěvníky festivalu a zúčastnilo se ho 912 respondentů, tj. více jak čtvrtina všech platících návštěvníků. Do tohoto odhadu nebyly zahrnuty výdaje organizátora Letní filmové školy ani jeho zaměstnanců a celého štábu, proto jsou reálné ekonomické dopady výrazně vyšší než ty, ke kterým došla tato analýza.

Ke zjištění ekonomických dopadů návštěvníků 38. Letní filmové školy se vycházelo z celkového počtu návštěvníků, z jejich geografického původu a ze struktury a výše jejich výdajů během festivalu. Všechny tyto údaje pocházely z již uvedeného dotazníku AČFK.

<sup>64</sup> Navýšení příspěvku města z 1 750tis. Kč na 2 450tis. Kč schválilo zastupitelstvo města na svém 18. zasedání konaném dne 16. 9. 2013.

<sup>65</sup> Informace o rozpočtech LFŠ čerpány z Ročenek AČFK za r. 2011 – 2013.

<sup>66</sup> Tuto analýzu si nechala zpracovat AČFK v r. 2012 firmou Economic Impact, která již tímto způsobem analyzovala např. Pražské quadriennale.

Na 38. Letní filmovou školu bylo prodáno celkem 3 627 akreditací. Nejvíce platících návštěvníků bylo z jiných krajů České republiky (83%). 9% návštěvníků přijelo odjinud ze Zlínského kraje, 5% ze zahraničí a pouze 3% tvořili návštěvníci z Uherského Hradiště. Data o výdajích návštěvníků byly upraveny tak, aby odpovídaly reálným výdajům cílové skupiny návštěvníků.

V tabulkách č. 12., 13., 14. a 15. najdeme přehled o počtech návštěvníků a dnech, které trávili na LFŠ, stejně jako strukturu jejich výdajů spojených s pobytem na festivalu a celkové výdaje všech segmentů návštěvníků.

**Tabulka č. 12. Přehled o počtech návštěvníků a dnech, které trávili na LFŠ**

Návštěvníci	Počet dní strávených v Uherském Hradišti	Počet návštěvníků celkem	Počet návštěvníků v procentech	Průměrné výdaje na osobu na den jen díky LFŠ
Místní návštěvníci	6,6	103	3%	427,-
Návštěvníci odjinud ze Zlínského kraje	5,4	333	9%	575,-
Návštěvníci z jiných krajů ČR	4,9	3 011	83%	1 211,-
Návštěvníci ze zahraničí	5,4	181	5%	1 325,-
<b>Celkem</b>	<b>X</b>	<b>3 627</b>	<b>100%</b>	<b>3 538,-</b>

**Tabulka č. 13. Přehled denních výdajů návštěvníků LFŠ - 1. část.**

Průměrné denní výdaje na osobu	Vstupné	Ubytování	Doprava	Potraviny v obchodech
<i>Místní návštěvníci</i>	180,-	0,-	0,-	0,-
<i>Návštěvníci odjinud ze Zlínského kraje</i>	180,-	13,-	139,-	11,-
<i>Návštěvníci z jiných krajů ČR</i>	180,-	350,-	200,-	69,-
<i>Návštěvníci ze zahraničí</i>	180,-	350,-	182,-	98,-

**Tabulka č. 14. Přehled denních výdajů návštěvníků LFŠ - 2. část.**

Průměrné denní výdaje na osobu	Stravování v restauracích	Nákup zboží	Ostatní výdaje	Celkem výdaje na den
<i>Místní návštěvníci</i>	174,-	38,-	35,-	<b>427,-</b>
<i>Návštěvníci odjinud ze Zlínského kraje</i>	132,-	58,-	42,-	<b>575,-</b>
<i>Návštěvníci z jiných krajů ČR</i>	221,-	137,-	54,-	<b>1 211,-</b>
<i>Návštěvníci ze zahraničí</i>	286,-	175,-	54,-	<b>1 325,-</b>

**Tabulka č. 15. Celkové výdaje všech segmentů návštěvníků**

Segment návštěvníků	Výdaje související s návštěvou festivalu
<i>Místní návštěvníci</i>	290.258,-
<i>Návštěvníci odjinud ze Zlínského kraje</i>	1.030.543,-
<i>Návštěvníci z jiných krajů ČR</i>	19.668.962,-
<i>Návštěvníci ze zahraničí</i>	1.369.175,-
<b>Celkem</b>	<b>22.358.938,-</b>

Data o výdajích návštěvníků akce byla podrobena meziodvětvové analýze založené na statistikách národních účtů Českého statistického úřadu. Tato metoda se používá jako certifikovaná metoda výpočtu ekonomického dopadu investičních akcí, vládních pobídek apod.<sup>67</sup> Tato metoda je mezi odborníky považována za nejpřesnější a nejnáročnější metodu zjištění ekonomických dopadů. Umožňuje zjistit, jaký bude mít zvýšená poptávka po určitých produktech celkový dopad na zvýšení produkce, hrubé přidané hodnoty (HDP), zaměstnanosti, mzdových příjmů či zisků firem v celé ekonomice. Výhodou této

<sup>67</sup> Výchozím zdrojem dat pro kvantifikaci meziodvětvových vazeb je soustava tzv. input-output tabulek publikovaných Českým statistickým úřadem, která dle evropského standardu ESA 1995 zahrnuje tabulky dodávek a užití, tabulky spojující tabulky dodávek a užití se sektorovými účty a symetrické input – output tabulky (SIOT). RAABOVÁ, Tereza. *Ekonomické a sociální dopady kultury cestovního ruchu v ČR*. Disertační práce, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE Praha. Praha : Vysoká škola ekonomická, 2010.



metody je zejména to, že díky ní lze zjistit přímé<sup>68</sup> i nepřímé dopady způsobené ekonomickou aktivitou celého řetězce subdodavatelů všech produktů a služeb potřebných k zajištění akce a služeb pro návštěvníky, tzv. multiplikačních efektů.<sup>69</sup> Meziodvětvová analýza byla doplněna o řadu dalších metod pro kvantifikaci ekonomických dopadů na další ukazatele výkonnosti české ekonomiky, včetně daňových výnosů.

Výchozím zdrojem dat pro kvantifikaci meziodvětvových vazeb je soustava tzv. input-output tabulek publikovaných Českým statistickým úřadem, která dle evropského standardu ESA 1995 zahrnuje tabulky dodávek a užití, tabulky spojující tabulky dodávek a užití se sektorovými účty a symetrické input-output tabulky (SIOT).<sup>70</sup>

Pro potřeby analýzy bylo vypočteno 504 koeficientů přímého dopadu a 630 multiplikátorů.<sup>71</sup> Z vypočtených koeficientů a multiplikátorů byly dále vybrány ty, které se vztahují k relevantnímu odvětví pro analýzu dopadů kulturních akcí a jejich návštěvníků (např. ubytovací a stravovací služby apod.).

Další část analýzy se zabývala dopadem 38. Letní filmové školy na českou ekonomiku a město Uherské Hradiště. Všichni návštěvníci utratili 3,3 mil. Kč za akreditace. Dalších 19,1 mil. Kč utratili v souvislosti s návštěvou festivalu za ubytování, dopravu, jídlo a další služby a nákupy. Z celkových výdajů utratili cca 1,4 mil. Kč zahraniční návštěvníci, které do Uherského Hradiště festival přilákal, jedná se tedy o nový příjem („čisté přínosy“) pro celou českou ekonomiku. V případě české ekonomiky celkové výdaje návštěvníků akce ve výši 22 358 938 Kč způsobily zvýšení obratu (produkce) v české ekonomice celkem o 37 534 836 Kč (včetně multiplikačních efektů). Z toho 11 868 542 Kč připadlo na celkové zvýšení hrubé přidané hodnoty, resp. HDP české ekonomiky, ale také k tvorbě či zachování více jak 24 pracovních míst v hotelech, restauracích apod. Zaměstnancům, kteří byli zaměstnáni díky

---

<sup>68</sup> Přímé dopady znamenají změny v ekonomice, které jsou důsledkem přímých výdajů akce nebo jejich návštěvníků (např. v hotelech, restauracích apod.)

<sup>69</sup> Multiplikační efekty můžeme definovat jako změny v ekonomice způsobené produkcí dalších subdodavatelů, bez kterých by přímí dodavatelé nemohli fungovat (např. hotely a restaurace poptávají zboží a služby od svých dodavatelů a ti dále od svých subdodavatelů), tzn. změny zahrnující všechna další kola produkce.

<sup>70</sup> RAABOVÁ, cit. 67, s. 54.

<sup>71</sup> Do kompletního výpočtu všech koeficientů a multiplikátorů je možné nahlédnout na stránkách Intranetu AČFK.

celkovým dopadům výdajů návštěvníků, byly vyplaceny náhrady (mzdy a pojištění) ve výši 5 389 671 Kč. Dopad na zisk právnických osob a podnikatelů plynoucí přímo i nepřímo z útraty návštěvníků festivalu činil 3 338 772 Kč. Celkové ekonomické dopady (přímý i nepřímý efekt) návštěvníků 38. Letní filmové školy jsou shrnuty v tabulce č. 16.

**Tabulka č. 16. Celkové dopady návštěvníků na produkci české ekonomiky, HDP, zisky firem, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců**

	Dopady na produkci	Dopady na HDP	Dopady na zisky firem	Dopady na mzdy zaměstn.	Odhad dopadu na zaměstnanost
<i>Přímý dopad</i>	18 188 217,-	5 670 143,-	1 196 118,-	2 844 350,-	14,1
<i>Nepřímý dopad</i>	19 346 619,-	6 198 399,-	2 142 653,-	2 545 321,-	10,2
<i>Celkem</i>	<b>37 534 836,-</b>	<b>11 868 542,-</b>	<b>3 338 772,-</b>	<b>5 389 671,-</b>	<b>24,2</b>

Tabulka č. 17. uvádí odhady daňových odvodů všech návštěvníků festivalu (tuzemských i zahraničních) a dopady zahraničních návštěvníků, které představují čisté přínosy pro českou ekonomiku.

**Tabulka č. 17. Tabulka čistých přínosů výdajů návštěvníků na českou ekonomiku**

	Dopady na DPH a spotřební daně	Dopady na výběr daní z příjmu fyz. i právn. osob	Dopady na odvody soc. a zdr. pojištění	Celkem do veřejných rozpočtů
Dopady výdajů návštěvníků	3 951 000,-	1 420 000,-	2 090 000,-	7 461 000
<b>Čisté přínosy výdajů zahr. návštěvníků</b>	<b>227 000,-</b>	<b>90 000,-</b>	<b>130 000,-</b>	<b>447 000 Kč</b>

Další část analýzy se věnuje ekonomickému dopadu pořádání 38. Letní filmové školy na město Uherské Hradiště. Jelikož multiplikátory pro výpočet nepřímých dopadů vychází z národních účtů ČSÚ a lze je použít jen pro výpočty dopadů na celou českou ekonomiku, jsou zde uvedeny pouze dopady přímých dodavatelů (bez multiplikačních efektů). Vychází se z toho, že nepřímí (návazní)

dodavatelé a subdodavatelé sídlí mimo Uherské Hradiště, tzn. nezahrnují se do výpočtů dopadů na město. Celkové dopady všech návštěvníků a čistě přínosy nemístních návštěvníků festivalu na ekonomiku Uherského Hradiště jsou součástí tabulky č. 18.

**Tabulka č. 18. Tabulka odhadu dopadů na HDP, zisky firem, zaměstnanost atd.**

	Odhad dopadu na produkci	Odhad dopadu na HDP	Odhad dopadu na zisky firem	Odhad dopadu na mzdy zaměstnanců	Odhad dopadu na zaměstnanost
<i>Dopady všech návštěvníků</i>	16 773 046,-	5 214 124,-	1 102 987,-	2 618 280,-	13,0
<i>Z toho dopady nemístních návštěvníků (čisté přínosy)</i>	16 531 165,-	5 137 076,-	1 079 395,-	2 583 435,-	12,8

**Shrnu-li tedy výsledky této analýzy, tak tedy:**

- Včetně multiplikačních efektů měly výdaje návštěvníků dopad na zvýšení produkce české ekonomiky o 37, 5 mil Kč, z toho 11,9 mil. Kč tvořilo zvýšení hrubé přidané hodnoty (resp. HDP)
- Zisky dodavatelů zboží a služeb pro návštěvníky se zvýšily o 3,3 mil. Kč
- Výdaje návštěvníků dokázaly vygenerovat 24,2 stálých pracovních míst na plný úvazek
- Zaměstnanci restaurací, hotelů a všech dodavatelů služeb či zboží pro návštěvníky získali 5,4 mil. Kč ve formě mezd a zákonného pojištění
- Díky akci bylo státu odvedeno 4mil. Kč na dani z přidané hodnoty, 1,4 mil Kč v podobě daní z příjmů fyzických a právnických osob a dalších 2 mil. Kč na sociální a zdravotní pojištění. Veřejné rozpočty tedy celkem získaly 7,5 mil. Kč.
- Přímou v Uherském Hradišti se zvýšila produkce ekonomických subjektů cca o 16,8 mil. Kč, místní HDP se zvýšilo nejméně o 5,2 mil. Kč a bylo vytvořeno min. 13 pracovních míst.

### 3. DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI OBYVATELI UHERSKÉHO HRADIŠTĚ

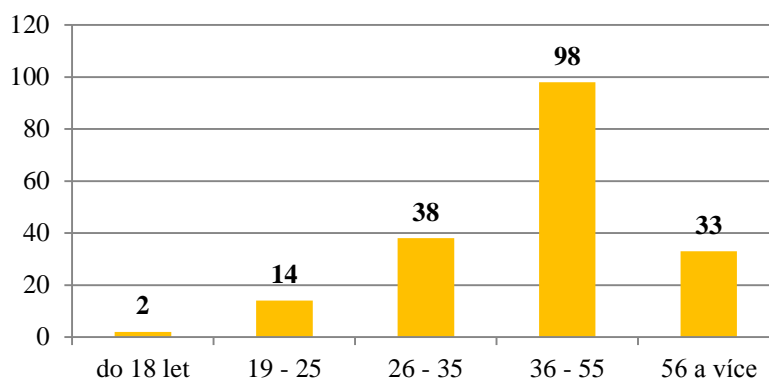
Během ledna jsem mezi rezidenty města Uherské Hradiště zorganizovala marketingový výzkum s cílem zmapovat jejich postoje a názory k festivalu Letní filmová škola v Uherském Hradišti. Výsledky této ankety budou kromě této práce také využity k přípravě 40. ročníku Letní filmové školy.

Pro anketu byl využit on-line dotazník za pomoci použití online platformy docs.google.com. Dotazník vyplnilo 185 respondentů, díky čemuž lze považovat výsledky ankety za reprezentativní průzkum. Uživatelé mohli vybrat u některých otázek více variant, proto výsledné procento může vzrůst na více než 100%.

#### Demografické údaje:

Průzkumu se zúčastnilo 128 žen a 57 mužů ve věkové kategorii od 18. let. (viz. graf. č. 6.)

**Graf č. 6. – Demografické údaje**



#### Ekonomická aktivita:

Z celkového počtu respondentů bylo 120 osob zaměstnaných, 27 z nich jich pracuje jako OSVČ, 22 odpovídajících osob je již v důchodu, dalších 7 je pracujících studentů, 11 studentů a 2 odpovídající osoby byly toho času nezaměstnané.

#### Účast na LFŠ v posledních třech letech:

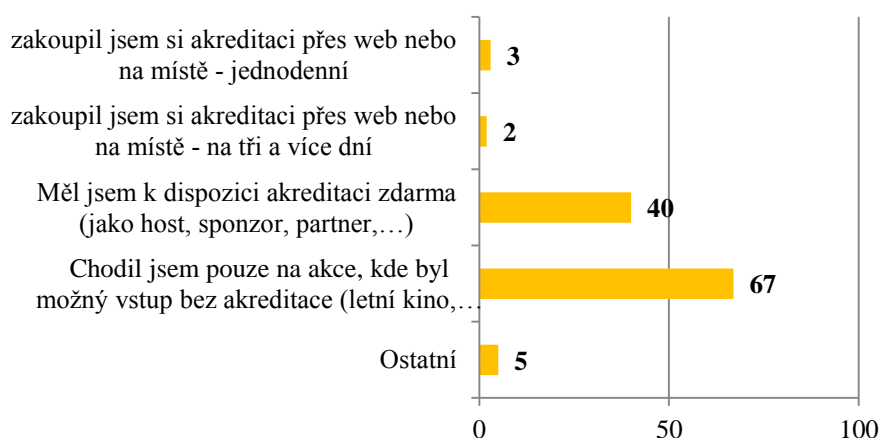
Na otázku, zda se v posledních třech letech zúčastnili LFŠ alespoň jednou, odpovědělo kladně 117 respondentů, záporně 68.

Dá se tedy říci, že Letní filmovou školu během jejího konání navštíví téměř dvě třetiny z těchto respondentů.

### **Typy akreditací:**

Další otázky se týkaly těch respondentů, kteří odpověděli, že se Letní filmové školy účastní. Na otázku týkající se typu akreditace, kterou si pořídili, či zda jen navštěvovali akce bez vstupného, odpověděla větší polovina z nich, že navštěvuje doprovodné akce festivalu bez vstupného, případně využívají volné akreditace, které dostávají od organizátorů v rámci partnerské spolupráce. Všechny odpovědi obsahuje graf č. 7.

**Graf č. 7. – Typy akreditací**



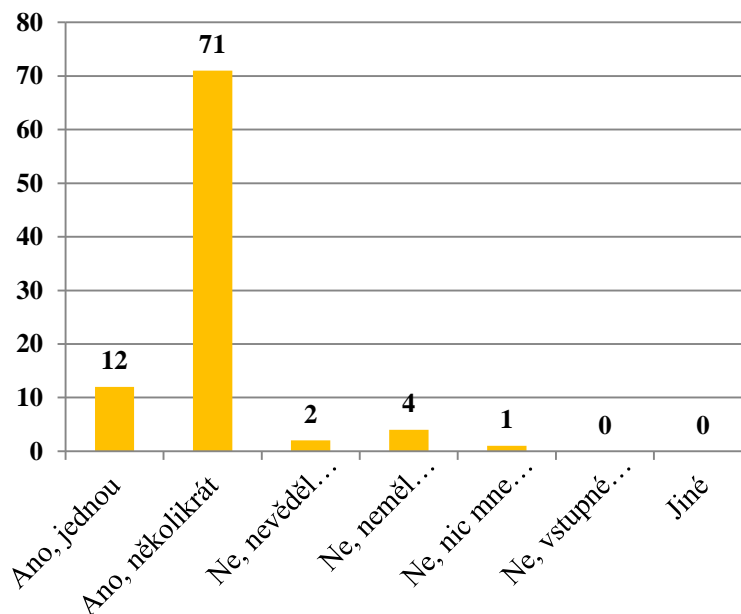
### **Doprovodné akce v rámci festivalu:**

V další otázce jsme se všech respondentů ptali, kolik z nich navštívilo nějakou doprovodnou akci v rámci festivalu. 90 z nich odpovědělo, že se zúčastnili alespoň jedné doprovodné akce, 27 se nezúčastnilo žádného doprovodného programu.

### **Koncerty:**

Z těch, kteří odpověděli, že se doprovodných programů zúčastnili, jsme se ptali nejprve na jejich účast na koncertech. Několikrát se koncertů zúčastnilo 71 respondentů. Kompletní výsledky obsahuje graf č. 8.

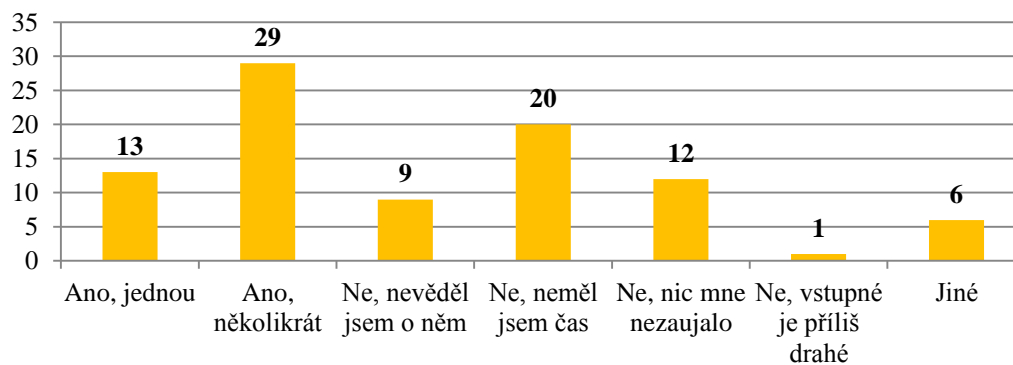
**Graf č. 8. – Účast na koncertech v rámci LFŠ**



**Divadelní představení:**

Divadelní představení patří k dalším oblastem doprovodného programu, na který jsme se respondentů ptali. Z těch, kteří odpověděli, že se doprovodných programů zúčastnili, jich 29 odpovědělo, že divadla navštěvovali více než jedenkrát. Zde se dá říci, že polovina z těch, kteří na otázku odpovídali, se divadelních představení nezúčastnila. Kompletní odpovědi obsahuje graf č. 9.

**Graf č. 9. – Účast na divadelních představeních v rámci LFŠ**

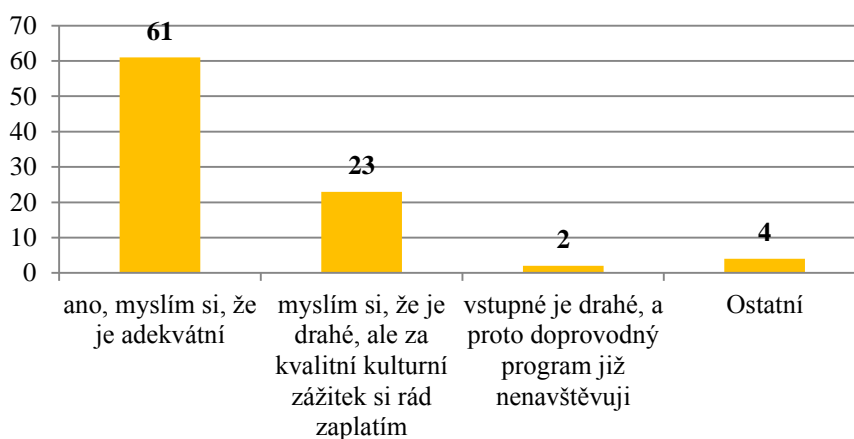


### Finanční náklady na doprovodný program:

V minulých letech bývaly divadelní akce i koncerty zpoplatněny. Respondentů, kteří se divadelních představení a koncertů účastnili jsme se ptali, zda pro ně byla výše vstupného na tyto akce adekvátní či nikoliv. Většina z nich, 61 respondentů, odpověděla, že pro ně bylo vstupné adekvátní. Pouze 2 odpověděli, že pro ně bylo vstupné drahé.

Kompletní odpovědi jsou zahrnuty v grafu č. 10.

**Graf č. 10. – Adekvátnost výše vstupného na doprovodné akce během LFŠ**

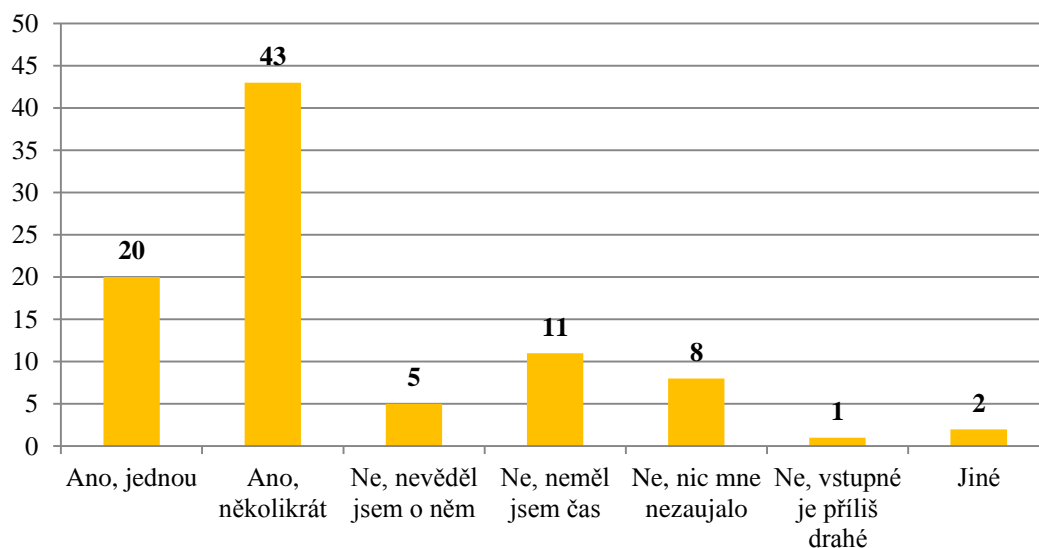


### Výstavy:

Výstavy bývají každoročně součástí doprovodného programu Letní filmové školy a lze je nalézt na mnoha místech Uherského Hradiště. Některé výstavy jsou otevřeny již před zahájením festivalu mnohdy trvají i v době po skončení festivalu. Zvláště ve Slovácké galerii či muzeu, kde jsou umístěny náročnější a prostorově výraznější výstavy. Rezidenti města tak mají možnost navštívit je i v době mimo festival. Z těch, kteří odpověděli kladně na svou účast na doprovodných akcích festivalu, jich 43 odpovědělo, že výstavy navštívili několikrát. Je to tedy přibližně polovina ze všech, kteří na tuto otázku odpovídali.

Kompletní přehled odpovědí obsahuje graf č.11.

**Graf č.11. – Návštěvnost výstav během LFŠ**

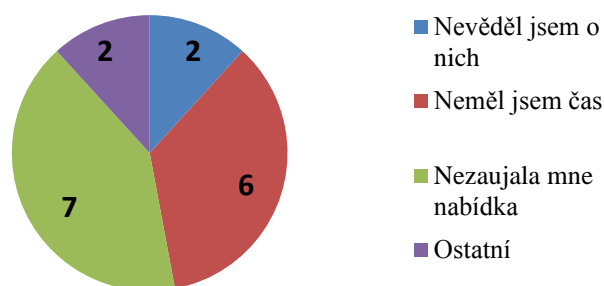


**Letní kina:**

Asi nejvýraznější součástí doprovodného programu jsou již tradiční letní kina. Ty se konají na dvou místech. Atraktivnější a nové české filmy jsou promítány na Masarykově náměstí, zajímavé filmy doplňující určitou část programu pak v letním kině ve Smetanových sadech. Z celkového počtu respondentů, kteří odpověděli kladně v otázce na svou účast na doprovodných akcích LFŠ, jich 101 odpovědělo, že se večerních projekcí v letních kinech účastní, a jen 16 odpovědělo, že se večerních projekcí letních kin neúčastní. Z této odpovědi je tedy zcela zřejmé, že letní kina patří tradičně k nejoblíbenějšímu doprovodnému programu Letní filmové školy.

Těch, kteří odpověděli, že se letních kin nezúčastnili, jsme se dotazovali na důvody jejich nezájmu. Výsledné odpovědi je možné nalézt v grafu č. 12.

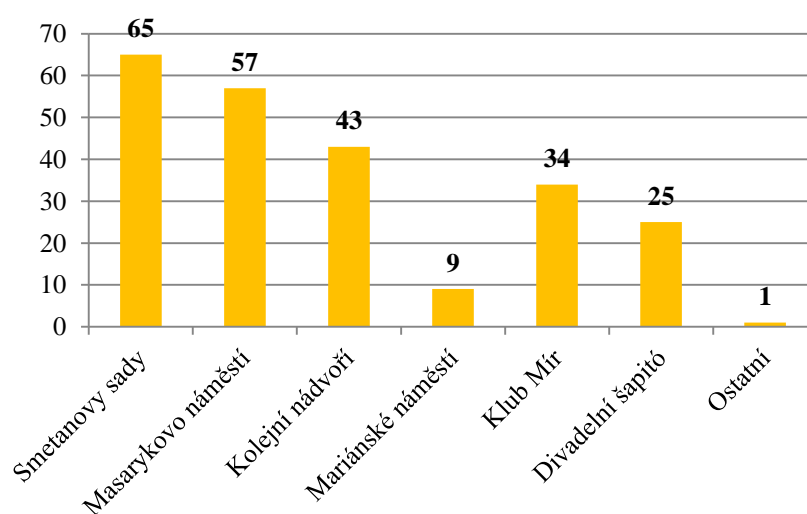
**Graf č. 12. – Návštěvnost letních kin v rámci LFŠ**





Všech respondentů, kteří kladně odpovídali na otázku ohledně své účasti na doprovodných programech Letní filmové školy, jsme se ptali, který z prostor, kde se tyto programy odehrávají, upřednostňují. Nejvíce respondentů odpovědělo, že k jejich oblíbeným lokalitám patří Smetanovy sady, Masarykovo náměstí a Kolejní nádvoří. Naopak nejméně oblíbenou lokalitou je Mariánské náměstí, kde se nachází projekční sál Orlovný a doprovodný program zde takřka neprobíhá. Kompletní odpovědi jsou součástí grafu č. 13.

**Graf č. 13.- Preferované prostory v rámci doprovodného programu LFŠ**

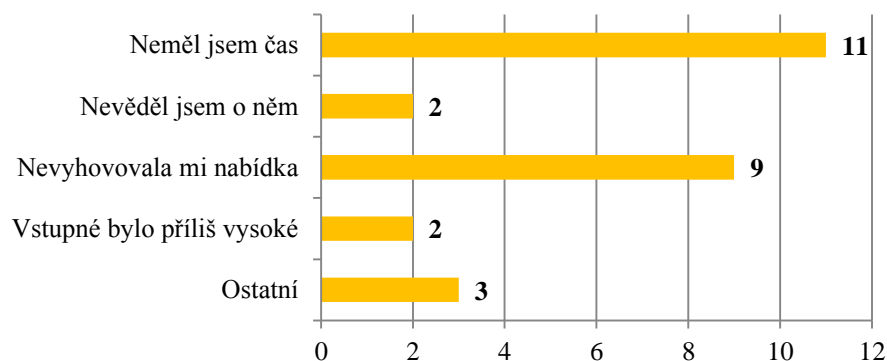


**Neúčast na doprovodném programu:**

Respondentů, kteří uvedli, že se žádného doprovodného programu nezúčastnili, jsme se ptali na jejich důvody. Nejvíce respondentů odpovědělo, že neměli čas, či jim nevyhovovala nabídka. Je ale třeba znovu říci, že jich byla opravdu menšina.

Všechny odpovědi jsou zaneseny v grafu č. 14.

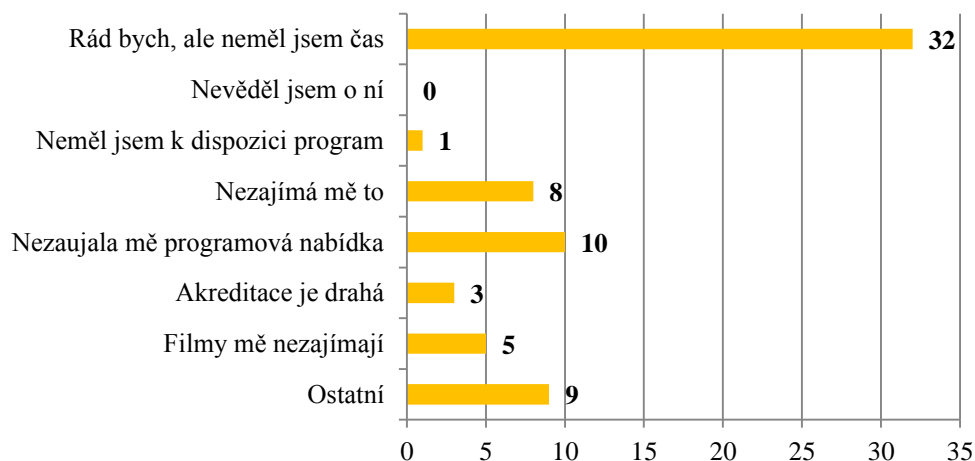
**Graf č. 14. – Důvody neúčasti na doprovodných programech LFŠ**



#### **Neúčast na Letní filmové škole:**

Další část dotazníku se týkala pouze těch respondentů, kteří odpověděli, že se v posledních letech neúčastnili Letní filmové školy vůbec. Zajímaly nás jejich důvody. Nejčastějším důvodem byl nedostatek času nebo je nezaujala programová nabídka. Kompletní odpovědi je možné nalézt v grafu č. 15.

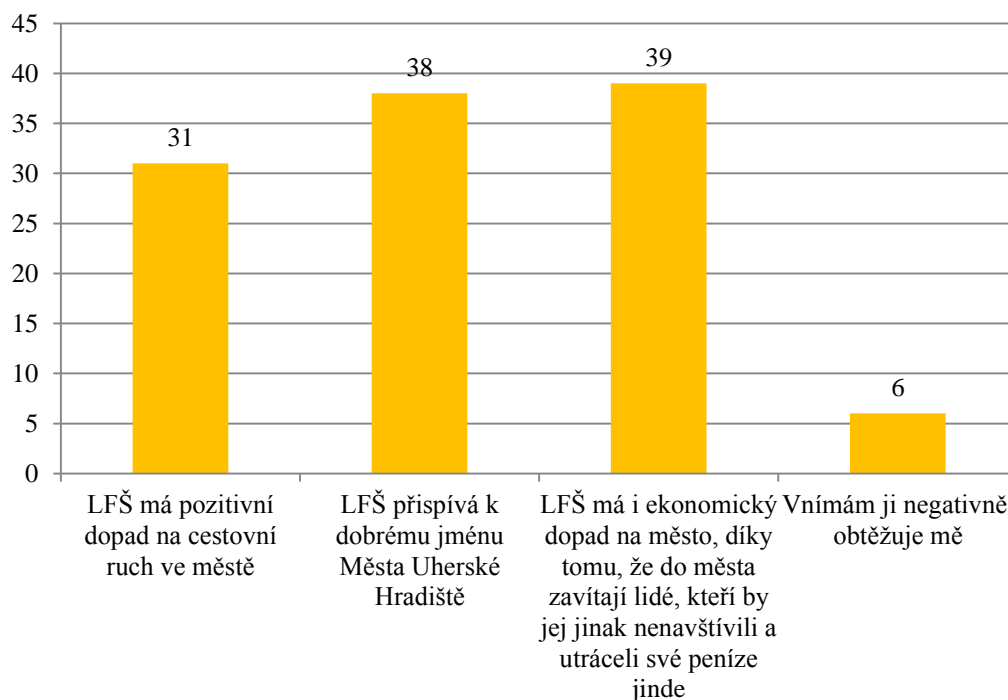
**Graf č. 15.- Důvody neúčasti na LFŠ**



#### **Přínosy Letní filmové školy pro město:**

Závěrečným dotazem pro všechny respondenty byl dotaz na to, jak celkově vnímají pořádání Letní filmové školy v Uherském Hradišti. Z nabídky mohli vybrat více možností. Celkový přehled názorů respondentů je součástí grafu č. 16.

**Graf č. 16. – Přínosy LFŠ pro město Uherské Hradiště**



Nejvíce respondentů se přiklání k názoru, že je festival ekonomickým přínosem pro město, protože do něj přijíždí hodně lidí, kteří zde utrácejí své peníze, dále pak že LFŠ přispívá dobrému jménu města Uherské Hradiště, neboť je to akce s nadregionálním vřhlem. V neposlední řadě se pak 31 respondentů vyjádřilo tak, že má Letní filmová škola významný dopad také na cestovní ruch ve městě. Pouze 6 respondentů vnímá pořádání festivalu ve městě negativně a to zejména kvůli zvýšené noční hlučnosti v centru města.

Z celkového dotazníkového šetření vychází obraz Letní filmové školy velmi pozitivně. Lidé tuto akci mají rádi a mnoho z nich se jí účastní. Za zamyšlení určitě stojí připomínky a náměty, které respondenti psali v doplňujícím textu, jako např. možnosti jednorázových vstupů do některých sálů pro pracující obyvatele města nebo systém rezervací míst v sálech. Časnější propagace doprovodných, ale i filmových akcí v Uherském Hradišti by také stálo za zvážení. Mezi podněty se objevily také dotazy na doprovodný program pro děti, který bude na LFŠ v r. 2014 poprvé realizován.

## ZÁVĚR

Hlavním cílem práce bylo zhodnocení ekonomického a sociálního dopadu filmového festivalu na město, v němž je pořádán. Zaměřila jsem se na analýzu festivalu Letní filmová škola v Uherském Hradišti, která je jednou z nejvýraznějších kulturních akcí ve městě. Ověřovala jsem tři teze, které jsem vyslovila na začátku analýzy.

### *1. Letní filmová škola má pozitivní vliv na podnikatelské subjekty i příjmy města Uherské Hradiště.*

Tuto tezi moje práce potvrdila. Festival má příznivý vliv na firmy ve městě, především pak se stravovacími a ubytovacími službami. Všem se během festivalu výrazně zvýší tržby, některým dokonce o více než 100%. Nezanedbatelný je také přímý příjem města Uherské Hradiště, které jen prostřednictvím přímých nájmu a pronájmů do svých příspěvkových organizací získává nejméně 1,9 mil. Kč. Vzhledem k tomu, že město Uherské Hradiště ročně Letní filmové škole přispívá částkou 1,8 mil. je zřejmé, že vložené finanční prostředky se mu jen v pronájmech a záboch vrací ihned zpátky. Z výsledků odhadu ekonomického dopadu 38. Letní filmové školy navíc vyplývá (tento bral v úvahu pouze finanční útratu návštěvníků festivalu), že pořádání takovéto akce má pozitivní vliv nejen na přímé příjmy města, ale na celou českou ekonomiku. Přímo v Uherském Hradišti se díky LFŠ zvýšila produkce ekonomických subjektů cca o 16,8mil. Kč, místní HDP se zvýšilo nejméně o 5,2mil. Kč a bylo vytvořeno min. 13 pracovních míst. Pokud by výpočet obsahoval i přímé náklady organizátora, které jsou jen ve finančních nákladech investovaných přímo v Uherském Hradišti nejméně 3 mil. ročně, byla by výsledná čísla nejméně dvojnásobná. Letní filmová škola tak společně dalšími velkými kulturními akcemi ve městě ekonomicky výrazně pomáhá jak místním firmám, tak přímo rozpočtu města. A to vzhledem k tomu, že se město Uherské Hradiště řadí v socioekonomickém srovnání úrovně měst v ČR mezi ty nejslabší, rozhodně není zanedbatelná skutečnost.

*2. Letní filmová škola pozitivně ovlivňuje návštěvnost města a zvyšuje jeho prestiž v rámci České republiky.*

Tuto tezi moje práce také potvrdila. Uherské Hradiště je díky spolupráci s mediálními partnery, především s Českou televizí a celostátním deníkem Mladou frontou Dnes, po dobu konání nepřetržitě na výsluní mnoha každodenních výstupů. Navíc od r. 2013 dostává v České televizi samostatný několikahodinový prostor díky přímému přenosu z „*Noci filmových nadějí*“, odehrávající se na Masarykově náměstí v rámci doprovodného programu. Jak vyplynulo z mediální analýzy v roce 2012, kdy měla Letní filmová škola v médiích více jak 760 výstupů, dosah festivalu je po celé České republice. Největší propagace je zaměřena na Zlínský kraj, kraje s ním sousedící a na Prahu, odkud přijíždí největší množství návštěvníků. Z provedeného dotazníkového šetření dále vyplývá, že obyvatelé Uherského Hradiště přijímají festival velmi pozitivně a uvědomují si její přínos pro město. Tím, že do města přijíždí mnoho známých osobností z řad herců, tvůrců a dalších umělců, a to jak domácích tak zahraničních, zvyšuje se každoročně povědomí o Uherském Hradišti více a více. Zároveň je zřejmé, že se pro město Uherské Hradiště stala Letní filmová škola jednou z klíčových kulturních akcí, které zařadilo do svého marketingového plánu a propaguje ji na všech svých reklamních materiálech, včetně regionu Slovákko. Stabilní návštěvnost kolem 5.000 návštěvníků potvrzuje trvalý zájem o tento typ festivalu a to i přesto, že se město nachází na vzdáleném místě od Prahy. Je potřeba také říct to, že v letních měsících je Uherské Hradiště poloprázdné. Díky typicky letnímu počasí lidé tráví čas u vody nebo na horách a Letní filmová škola tak městu přináší návštěvníky, které potřebuje. V této souvislosti je pro město důležitou sociální i ekonomickou událostí.

*3. Letní filmová škola pozitivně ovlivňuje sociální interakci obyvatelstva města s návštěvníky festivalu.*

Tato teze nebyla jednoznačně potvrzena. Festival pro obyvatele nemá jen pozitivní, ale také v určitých oblastech negativní dopad. K pozitivům patří to, že díky mnoha doprovodným akcím, které Letní filmová škola nabízí a na které mají obyvatelé města volný přístup, dochází k prolínání různých segmentů

cílových skupin festivalu. Mnozí návštěvníci festivalu začínají pobyt na festivalu návštěvou své oblíbené restaurace a pozdravením svého oblíbeného kavárníka. Naopak mnozí obyvatelé města se těší na konkrétní návštěvníky, s nimiž díky festivalu navázali přátelské vazby. Vedlejším, ale pro obyvatele města stejně důležitým efektem pořádání filmového festivalu i mimo projekční sály je to, že nenásilnou formou dochází k rozvíjení kulturních hodnot a zvyšování povědomí o kinematografii jako takové. Do města přijíždějí slavné umělecké osobnosti, které mohou potkávat v ulicích a povídat si s nimi, což je pro většinu z nich velký zážitek. Nezanedbatelnou hodnotou je pak zapojení obyvatel města, jako spolupracovníků organizátora, u něhož zejména mladí lidé mnohdy získávají své první pracovní zkušenosti. K negativům festivalu, které některé obyvatele města dlouhodobě trápí, patří vysoká hlučnost v nočních hodinách v okolí Smetanových sadů a drobná kriminalita. Vyhláškou města je hlučnost omezena na 2:00hod. ranní, což je ale málokdy dodrženo. V této souvislosti by bylo vhodné, aby pořadatel už při uzavírání smluv s provozovateli stanů ve Smetanových sadech do smluv zařadil toto omezení a vyžadoval jejich dodržování. Dalším benefitem, který by obyvatelům města pomohl ještě více se zařadit do dění festivalu, by mohla být zvláštní zlevněná akreditace určená přímo jim. Celkově lze tedy říci, že i když byly odpovědi mnoha obyvatel ambivalentní, přesto jsou rádi, že se Letní filmová škola koná právě v jejich městě, což je pro její další existenci i rozvoj velmi důležitá skutečnost.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

DE VALCK, Marijke. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007. 57s. ISBN 978-90-5356-192-8.

PATOČKA, Jiří, HEŘMANOVÁ, Eva. *Lokální a regionální kultura v České republice*. Praha: ASPI, 2008. s. 200. ISBN 978-80-7357-347-8.

THOMPSONOVÁ, Kristin, BORDWELL, David. *Dějiny filmu*. Praha: NAMU a NLN, 2011. s. 827. ISBN 978-80-7331-207-7.

ENGLISH, James F. *Ceny, vyznamenání a oběh kulturních hodnot*. Brno: Host, 2011. 416s. ISBN 978-80-7294-492-7.

STRINGER, Julian. Globální města a ekonomie filmových festivalů. *Illuminace*, roč. 15, 2003, č. 1, s. 53 – 61. ISSN 0862-397X.

DE VALCK, Marijke. Nové objevení Evropy – Historický přehled fenoménu filmových festivalů. *Illuminace*, roč. 15, 2003, č. 1, s. 31 – 53. ISSN 0862-397X.

FELCMAN, Jakub. Festivalové rošády. *Cinepur*, roč. 17, 2009, č. 64, s. 6 – 8. ISSN 1213-516X.

FIEDLER, Rudolf. *40 let Letních filmových škol*. Uherské Hradiště: Letní filmová škola, 2004. 140s.

ŠINDLER, P. *Event marketing – Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Grada Publishing: Praha 2003. 236 s. ISBN 80-247-0646-6.

RAABOVÁ, Tereza. *Ekonomické a sociální dopady kultury cestovního ruchu v ČR*. Disertační práce, Fakulta mezinárodních vztahů VŠE Praha. Praha: Vysoká škola ekonomická, 2010.

FALASSI, Alessandro. *Time Out of Time: Essays on the Festival*. University of New Mexico Press, 1987. 311 s.

RAABOVÁ, Tereza. *Návrh certifikované metodiky pro výpočet ekonomických dopadů kulturní organizace* [on-line]. [cit. 13. 3. 2014]. Dostupné na WWW:< [http://www.idu.cz/media/document/metodika\\_vypocet\\_ek\\_dopadu\\_df11p01ovv031.pdf](http://www.idu.cz/media/document/metodika_vypocet_ek_dopadu_df11p01ovv031.pdf)>

*Odhad ekonomického dopadu 38. Letní filmová škola Uherské Hradiště*. Econmic Impact v.o.s: Praha 2012.

*Závěrečná zpráva z výzkumného šetření pro občanské sdružení Staroměstí Šohajici* UTB – Fakulta multimediálních komunikací: Zlín 2013.

*Závěrečná tisková zpráva*. Jednotlivá vydání z let 2011 – 2013. Asociace českých filmových klubů: Uherské Hradiště 2011 – 2013.

FUKSOVÁ, Jana a Radek ŠTĚRBA. *Do Hradiště míří padesát tisíc lidí. Méně peněz slavností vína nevdá* [on-line]. Idnes.cz: Zlínský kraj [citováno 7. 9. 2012]. Dostupné z WWW:< [http://zlin.idnes.cz/slavnosti-vina-v-uherskem-hradisti-d6c-zlin-zpravy.aspx?c=A120907\\_1825956\\_zlin-zpravy\\_ras](http://zlin.idnes.cz/slavnosti-vina-v-uherskem-hradisti-d6c-zlin-zpravy.aspx?c=A120907_1825956_zlin-zpravy_ras)>

*Město Uherské Hradiště*. 2014. Město Uherské Hradiště: Informace o městě [on-line]. [cit. 14. 6. 2010]. Dostupné na WWW:< <http://www.mesto-uh.cz/Folders/1180-1-Informace+o+meste.aspx>>.

*Město Uherské Hradiště*. 2014. Město Uherské Hradiště: Rozpočty města [on-line]. [cit. 16. 12. 2010]. Dostupné na WWW:< <http://www.mesto-uh.cz/Folders/2008-1-Rozpocet+mesta.aspx>>.

*Region Slovácko*. 2014. Region Slovácko: Významné akce města Uherské Hradiště [on-line]. [cit. 10. 12. 2013]. Dostupné na WWW:< <http://www.slovacko.cz/search/akce/vyznamne>>.



*Economic Impact. 2014.* Economic Impact: Studie ekonomického dopadu [on-line]. [cit. 13. 4. 2014]. Dostupné na WWW:<  
<http://www.economicimpact.cz/cz/studie>>.

*Letní filmová škola. 2013.* Letní filmová škola Uherské Hradiště: Doprovodné akce Letní filmové školy [on-line]. [cit. 15. 7. 2013]. Dostupné na WWW:<  
<http://www.lfs.cz/o-festivalu/co-je-lfs/>>.

*Asociace českých filmových klubů. 2014.* Asociace českých filmových klubů: Organizační řád AČFK [on-line]. [cit. 1. 1. 2012]. Dostupné na WWW:<  
<http://www.acfk.cz/intranet>>.

*Asociace českých filmových klubů. 2014.* Asociace českých filmových klubů: Ročenky AČFK za roky 2011 – 2013 [on-line]. [cit. 15. 3. 2014]. Dostupné na WWW:< <http://www.acfk.cz/intranet>>.

*Ministerstvo kultury ČR. 2000.* Ministerstvo kultury ČR: Granty a dotace [on-line]. [cit. 2. 2. 2014]. Dostupné na WWW:< <http://www.mkcr.cz/media-a-audiovize/granty-a-dotace/default.htm>>.

*Národní filmový archiv. 2007.* Národní filmový archiv: Filmová ročenka 2007 [on-line]. [cit. 10. 4. 2008]. Dostupné na WWW:<  
<http://web.nfa.cz/FilmovaRocenka/2007/cz/obsah/index.html>>.

*Master Card – Centra českého rozvoje. 2014.* Master Card – Centra českého rozvoje: Výsledky za r. 2009 [on-line]. [cit. 15. 6. 2010]. Dostupné na WWW:< <http://www.centrarozvoje.cz/?p=vysledky-2009>>.

*Asociace českých filmových klubů. 2014.* Asociace českých filmových klubů: Historie filmových klubů [on-line]. [cit. 12. 7. 2013]. Dostupné na WWW:<  
<http://www.acfk.cz/o-acfk.htm>>.

*Město Uherské Hradiště. 2014.* Město Uherské Hradiště: Usnesení z 18. zasedání zastupitelstva města [on-line]. [cit. 25. 9. 2013]. Dostupné na WWW:<  
<http://www.mesto-uh.cz/Articles/103906-2-18+zasedani+zastupitelstva+mesta.aspx>>.

## SEZNAM OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Obrázek č. 1: Plastika Výroční ceny AČFK, o. s., s. 27

Obrázek č. 2: Projekční sál klubu kultury, s. 36

Obrázek č. 3: Plakát Letní filmové školy v r. 2012, s. 38

Obrázek č. 4: Plakát Letní filmové školy v r. 2013, s. 38

Obrázek č. 5: Výstava ve Slovácké galerii (Mara Matuschka), s. 40

Obrázek č. 6: Letní kino na Masarykově náměstí, s. 44

Graf. č. 1: Spontánní znalost kulturních akcí v Uherském Hradišti celkem, s. 43

Graf. č. 2: Znalost kulturních akcí v Uherském Hradišti, s. 43

Graf. č. 3: Hodnocení jednotlivých kulturních akcí města, s. 44

Graf. č. 4: Nárůst tržeb v restauracích v době konání LFŠ, s. 46

Graf. č. 5: Obsazenost hotelů v Uherském Hradišti mimo a po dobu LFŠ, s. 47

Graf. č. 6: Demografické údaje, s. 58

Graf. č. 7: Typy akreditací, s. 59

Graf. č. 8: Účast na koncertech v rámci LFŠ, s. 60

Graf. č. 9: Účast na divadelních představeních v rámci LFŠ, s. 60

Graf. č. 10: Adekvátnost výše vstupného na doprovodné akce během LFŠ, s. 61

Graf. č. 11: Návštěvnost výstav během LFŠ, s. 62

Graf. č. 12: Návštěvnost letních kin během v rámci LFŠ, s. 62

Graf. č. 13: Preferované prostory v rámci doprovodného programu LFŠ, s. 63

Graf. č. 14: Důvody neúčasti na doprovodném programu LFŠ, s. 64

Graf. č. 15: Důvody neúčasti na LFŠ, s. 64

Graf. č. 16: Přínosy LFŠ pro město Uherské Hradiště, s. 65

## SEZNAM TABULEK

- Tabulka č. 1: Socioekonomické srovnání měst ČR a jejich investiční atraktivita, s. 22
- Tabulka č. 2: Investice města do kulturních akcí v letech 2011-2013, s. 24
- Tabulka č. 3: Dotace města vybraným akcím v letech 2011-2013, s. 24
- Tabulka č. 4: Dotace měst vybraným filmovým festivalům v r. 2012, s. 25
- Tabulka č. 5: Srovnání počtu prodaných akreditací za r. 2011-2013, s. 29
- Tabulka č. 6: Přímé náklady AČFK v souvislosti s pronájmy městských budov a pozemků, s. 33
- Tabulka č. 7: Přímé náklady AČFK do firem v Uherském Hradišti a blízkém okolí v souvislosti s organizací LFŠ, s. 34
- Tabulka č. 8: Srovnání počtu návštěvníků LFŠ v letech 2003 – 2013, s. 42
- Tabulka č. 9: Srovnání dotací z MK ČR v r. 2013, s. 49
- Tabulka č. 10: Přehled dotací LFŠ za roky 2011-2013, s. 51
- Tabulka č. 11: Srovnání rozpočtů LFŠ v letech 2011-2013, s. 52
- Tabulka č. 12: Přehled o počtech návštěvníků a dnech, které trávili na LFŠ, s. 53
- Tabulka č. 13: Přehled denních výdajů návštěvníků LFŠ – 1. část, s. 53
- Tabulka č. 14: Přehled denních výdajů návštěvníků LFŠ – 2. část, s. 54
- Tabulka č. 15: Celkové výdaje všech segmentů návštěvníků, s. 54
- Tabulka č. 16: Celkové dopady návštěvníků na produkci české ekonomiky, HDP, zisky firem, zaměstnanost a mzdy zaměstnanců, s. 56
- Tabulka č. 17: Tabulka čistých přínosů výdajů návštěvníků na českou ekonomiku, s. 56
- Tabulka č. 18: Tabulka odhadu dopadů na HDP, zisky firem, zaměstnanost atd., s. 57

# SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

*\* řazeny abecedně*

%	procento
AČFK	Asociace českých filmových klubů
AFO	Academia film Olomouc
aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
BR	Blue ray (typ nosiče)
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický ústav
ČT	Česká televize
FIAPF	Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Films (česky: Mezinárodní federace asociací filmových producentů)
DVD	Digital Video Disk (česky: digitální videodisk)
DCP	Digital Cinema Package (česky:
HDP	hrubý domácí produkt
ISBN	International Standart Book Number (česky: mezinárodní standardní číslo knižní publikace)
ISSN	International Standart Serial Number (česky: mezinárodní standardní číslo seriálové publikace)
ISIC	mezinárodní studentská slevová karta
Kč	korun českých
MFF	mezinárodní filmový festival
MEDIA	Program podpory evropského audiovizuálního průmyslu
mil.	milion
MK	ministerstvo kultury
mm	milimetr
MOFFOM	Music of film, film of music
např.	například

obr.	obrázek
o. s.	občanské sdružení
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
P.R.	public relations (česky: vztahy s veřejností)
resp.	respektive
r.	rok
SIOT	symetrické input output tabulky
sb.	sbírky
sci-fi	science fiction (česky: vědecko-fantastický)
tj.	to je
tzv.	tak zvaný
UH	Uherské Hradiště
VIP	very important person (česky: velmi důležitá osoba)

# **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha P1: Dotazníkové šetření mezi obyvateli Uherského Hradiště

## Příloha P1 – Dotazníkové šetření

Letní filmová škola v Uherském Hradišti se snaží neustále zdokonalovat, a proto nás zajímá názor nejen účastníků, ale i Vás, obyvatel Města Uherské Hradiště. Budeme rádi, když se rozhodnete nám pomoci a vyplníte tento dotazník, který Vám nezabere více než 10 minut. Prostřednictvím dotazníku můžete vyjádřit svůj názor, pochválit nás nebo naopak pokárat za nedostatky a přidat návrhy, co zlepšit do příštích ročníků.

\*Povinné pole

Zúčastnili jste se Letní filmové školy alespoň jednou v posledních třech letech? \*

- Ano
- Ne

## Účast na LFŠ

Jaký typ akreditace jste využili? \*

- Zakoupil jsem si akreditaci přes web nebo na místě - jednodenní
- Zakoupil jsem si akreditaci přes web nebo na místě - na tři a více dní
- Měl jsem k dispozici akreditaci zdarma (jako host, sponzor, partner,...)
- Chodil jsem pouze na akce, kde byl možný vstup bez akreditace (letní kino, stany, výstavy...)
- Jiné:

Jak jste byli s programem LFŠ spokojeni? \*

- Ano, považuju LFŠ za výbornou akci
- Má svoje mouchy, ale v podstatě jsem spokojen
- Jsem nespokojen

Jak celkově vnímáte pořádání LFŠ v Uherské Hradišti? \*

Můžete vybrat i více možností.

- LFŠ má pozitivní dopad na cestovní ruch ve městě
- LFŠ přispívá k dobrému jménu Města Uherské Hradiště
- LFŠ má i ekonomický dopad na město, díky tomu, že do města zavítají lidé, kteří by jej jinak nenavštívili a utráceli své peníze jinde
- Vnímám ji negativně, obtěžuje mě
- Jiné:

Jak jste spokojeni s nabídkou a úrovní občerstvení během LFŠ? \*

- Ano, jsem velmi spokojen
- Nabídku považuji za nedostatečnou (malý výběr)
- Jsem nespokojen s úrovní občerstvení (kvalita potravin, obsluha)
- Jiné:

## Doprovodný program LFŠ

Účastnili jste se některého z doprovodných programů LFŠ? \*

Doprovodný program = koncerty, divadelní představení, výstavy

- Ano
- Ne

## Zúčastnil jsem se doprovodného programu

Zúčastnili jste se doprovodného programu? \*

	Ano, jednou	Ano, několikrát	Ne, nevěděl jsem o něm	Ne, neměl jsem čas	Ne, nic mne nezaujalo	Ne, vstupné je příliš drahé	Jiné
Koncerty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Divadelní představení	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Výstavy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jak jste byli s doprovodným programem spokojeni?

- Ano, velmi
- Spíše ano
- Doprovodný program se mi nelíbil
- Jiné:

Jak jste spokojeni s výší vstupného na doprovodné akce LFŠ? \*

- ano, myslím si, že je adekvátní
- myslím si, že je drahé, ale za kvalitní kulturní zážitek si rád zaplatím
- vstupné je drahé, a proto doprovodný program již nenavštěvuji



- Jiné:

Který z prostor, kde se odehrává doprovodný program LFŠ rádi navštěvujete? \*  
Můžete vybrat i více možností.

- Smetanovy sady
- Masarykovo náměstí
- Kolejní nádvoří
- Mariánské náměstí
- Klub Mír
- Divadelní šapitó
- Jiné:

## Projekce v letních kinech

Navštívili jste v posledních třech letech některou z projekcí v letních kinech v rámci LFŠ? \*

- Ano
- Ne

Pokud jste žádnou nenavštívili, proč?

- Nevěděl jsem o nich
- Neměl jsem čas
- Nezaujala mne nabídka
- Jiné:

## Demografické údaje

Jsem: \*

- Muž
- Žena

Věk: \*

- do 18 let
- 19 - 25

- 26 - 35
- 36 - 55
- 56 a více

V současné době jsem: \*  
Můžete vybrat i více možností.

- student / žák
- pracující student
- zaměstnaný
- OSVČ
- nezaměstnaný
- v důchodu

Zde máte prostor nám sdělit svoje poznatky, pochvaly, ale i výtky.  
Zde máte možnost vyjádřit otevřeně Váš názor na Letní filmovou školu. Fantazii se  
meze nekladou! Budeme rádi za jakoukoliv konstruktivní kritiku:)