

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI**

**Filozofická fakulta**

**Katedra divadelních, filmových a mediálních studií**

Ondřej Šír  
(česká filologie-filmová věda)

**DISTRIBUČNÍ STRATEGIE**  
(magisterská diplomová práce)

Vedoucí práce: Mgr. Luboš Ptáček, Ph. D.  
Olomouc 2010

Tuto práci jsem napsal samostatně a uvedl jsem všechny použité materiály.

V Olomouci, 26. listopadu 2010

.....  
Ondřej Šír

Za trpělivé vedení této práce děkuji Mgr. Luboši Ptáčkovi, Ph. D.

Dále děkuji lidem, kteří poskytli osobní svědectví nutná pro vypracování této práce

Anna Černá	Unie filmových distributorů
Jan Jíra	Lucernafilm a CinemArt
Aleš Danielis	Lucernafilm a Bontonfilm
Jiří Ježek, Petr Zenkl	Space Films
Jiří Kalaš	Planfilm
Jiří Mika	Krátký film, Heureka Production
Michael Málek	Interama, Guild a Falcon
Peter Kot	Interama a Galafilm
Jitka Jeřábková	Gemini Film
Marcela Vondrová	Astra Cinema
Alena Tocháčková	Intersonic
Jan Bradáč	Falcon
Přemysl Martínek	Artcam
Jiří Králík	Asociace českých filmových klubů
Zuzana Dražilová	Sunfilm
Kateřina Lachmanová	Národní filmový archiv

# **OBSAH**

<b><u>Úvod</u></b>	<b>1</b>
Cíle práce	4
<b><u>Metodologie</u></b>	<b>5</b>
Základní termíny	5
Literatura a prameny	10
Materiály nefilmové povahy použité v této práci	14
Orální prameny	16
<b><u>Proměny české distribuce v letech 1989-1993</u></b>	<b>19</b>
Československý státní film	19
Nástin proměněných obchodních vztahů	25
Vznik legislativního prostředí	26
<b><u>Distribuce českých filmů</u></b>	<b>31</b>
Krátký film	33
Planfilm	36
Space Films	39
Heureka Production PF	46
Astra Cinema	50
Jiří Konečný	54
Prospero	55
<b><u>Distribuce zahraničních filmů</u></b>	<b>57</b>
Distribuční firmy s exkluzivní smlouvou	59
Nezávislí distributoři s neurčitou dramaturgií	74
Nezávislí distributoři evropských filmů	81
<b><u>Závěr</u></b>	<b>88</b>
Vyhodnocení zadaných úkolů	88

Orální historie	91
Databáze Unie filmových distributorů	92
Tabulky	93
<b>Elektronický archiv serveru Ihned.cz</b>	<b>94</b>
<b>Přílohy</b>	<b>95</b>
<b>Literatura a prameny</b>	<b>129</b>
Obsah CD s ukázkami pramenů	135
<b>Resume</b>	<b>139</b>

# 1. ÚVOD

Distribuce filmů nepatřila až do nástupu nové filmové historie k hlavním směrům filmologických bádání. Málokterý vědec nebo novinář si dá za cíl věnovat se problémům filmové distribuce, a pokud tak učiní, jeho práce je limitována nedostatkem informací o distribučním trhu, nedostatkem zkušenosti z praxe nebo pochopitelnou neochotou kompetentních osob sdílet informace, které autor práce potřebuje. Mnozí badatelé přede mnou se přesto dobrali relevantních výsledků doma i v zahraničí<sup>1</sup>.

Zatímco před rokem 1989 vycházely pravidelné články o distribuci ve filmových časopisech jako Filmový přehled, Záběr, Kino nebo Film a doba, které povětšinou psali týž lidé (Ladislav Tunis, Pavel Turek, Tugan Veselý<sup>2</sup>, Jiří Levý), po roce 1989 se distribuci systematicky věnuje pouze Filmový přehled, kde vychází každý měsíc pravidelný sloupek o filmové distribuci, který píše ředitel firmy Bontonfilm Aleš Danielis. Obdobnou snahu, i když v mnohem menším rozsahu, měla po léta redakce časopisu Cinema, která uveřejňovala a krátce komentovala žebříček 50 (později 40) nejnavštěvovanějších filmů v ČR.

Na počátku století se distribuci podrobněji věnovaly Tereza Dvořáková a Helena Bendová, které v roce 2002 realizovaly na stránkách časopisu Cinepur anketu o české filmové distribuci.<sup>3</sup> (Časopis Cinepur se v roce 2002 rozhodl věnovat stavu české distribuce téma čísla)

Nepravidelně komentovat českou distribuci mají všechny české deníky. Ty se ale nevěnují distribuci systematicky, spíše si nahlédnutím do oblasti distribuce vypomáhají, když chtějí okomentovat některý dominantní jev (premiéra očekávaného filmu, nízká návštěvnost daných filmů, vznik a zánik některé distribuční společnosti apod.) V každém z deníků nacházím odborníka, který se distribuční problematice věnuje. Typickou osobností je Mirka Spáčilová v MF Dnes, nebo v minulosti Věra Míšková v Rudém Právu.

---

<sup>1</sup> Srovnání například DANIELIS, Aleš: Česká filmová distribuce po roce 1989, Iluminace 19,2007,č.1  
DVOŘÁKOVÁ, Tereza: Alternativní kinodistribuce umělecky hodnotných filmů v ČR. Filmová a televizní fakulta múzických umění Praha, Praha: Akademie múzických umění, 2003  
CONES, John W. Film Finance and Distribution: A Dictionary of Terms. Los Angeles: Silman-James Press, 1992

WASKO, Janet: How Hollywood Works, první vydání. London: Sage Publications, 1993

<sup>2</sup> Ředitel Ústřední půjčovny filmů

<sup>3</sup> BENDOVÁ, Helena-DVOŘÁKOVÁ, Tereza: Anketa – distributoři o distribuci. Cinepur 11, 2002, č. 21 (červenec), s. 30 –31. Tereza Dvořáková v roce 2003 obhájila diplomovou práci na téma Alternativní kinodistribuce umělecky hodnotných filmů v ČR.

Charakteristické byly počátkem 90. let v tomto směru také Lidové noviny, kam psali zkušenější odborníci z předrevoluční doby (Jan Jaroš, Jan Lukeš)

Na otázku, proč vůbec psát o české filmové distribuci po roce 1993 odpovím ve dvou rovinách:

Jednak mám k danému tématu osobní vztah. Více jak deset let se pohybuji v oboru jako kinař. Pozoroval jsem, že ne všechny distribuční společnosti mají stejné množství filmů, že někteří distributoři nabízejí převážně evropské, jiní zase americké filmy, že někteří distributoři uvádí umělecky ambiciózní projekty uznávaných tvůrců, zatímco jiní si vystačí s průměrnými filmy, které uspokojí široké spektrum diváků. Musel jsem si ale povšimnout také přístupu distributorů ke kinům, toho, že někteří distributoři mají dražší filmy než jiní, že někteří film do malého kina půjčí za 2 měsíce po premiéře, zatímco jiní za delší dobu. Moji povinností bylo studovat informace z distribučních listů a nabídkových katalogů distributorů.

Od roku 2007 jsem začal zprostředkovávat první rozhovory s distributory a uvádět je na internetových stránkách časopisu 25fps.

Vedle osobní roviny připomenu i rovinu odbornou:

Ve své bakalářské práci jsem se zaměřil na období 80. let v československé kinematografii. Přistoupil jsem ke zkoumání subžánru filmu pro mládež z pozic nové filmové historie. Vyšel jsem z postupů, které ve své práci *The Film History, Theory and Practise* rozvedli Robert C. Allen a Douglas Gomery.

Nová filmová historie reviduje dříve napsaná historická, technická a estetická fakta za pomoci materiálu nefilmové povahy.<sup>4</sup> Jako příklad dávají autoři katalog *The American Film Institute*, který obsahuje seznam všech filmů vyrobených v USA mezi lety 1921 a 1930. Součástí každého hesla je informace o obsazení, financování a vlastnictví filmu. Takové informace mají podle autorů mimořádnou hodnotu pro badatele a studenty filmových věd.

Autoři poukazují na fakt, že po roce 1960 přestalo být na film nahlíženo jako na fenomén „velkých mužů“<sup>5</sup>. Pozornost se přenesla od filmu jako média k filmu jako průmyslovému odvětví.

---

<sup>4</sup> ALLEN, Robert Clyde-Gomery Douglas: *Film History*. McGraw-Hill Inc, 1993, , s. 38

<sup>5</sup> Především režiséři a producenti

Film je pro novou filmovou historii „fenomémem mnoha tváří“<sup>6</sup> Studovat film z pozic nové filmové historie znamená využívat poznatky nejrůznějších oborů, od technických po ekonomické. Využití takových poznatků badateli umožní poznat film jako systém.

Důležitost filmové distribuce jako odvětví dokazují již zmíněné distribuční sloupky v předrevolučních časopisech. Jejich autoři si uvědomovali, že úspěch filmu závisí na vytvořených distribučních podmínkách a bývalý dramaturg UPF Aleš Danielis v roce 2008 přiznává, že výsledky filmů v kinech mohly znamenat změnu produkčních plánů studií Československého státního filmu:

*„Významnou změnou v 80. letech bylo zavedení tzv. distribučních smluv mezi Barrandovem a UPF. V rámci jejich přípravy se scházeli dramaturgové a tvůrci s distributory, mluvílo se i o distribuční strategii, otevřeněji byly deklarovány potřeby distribuce. Na Barrandově se také samozřejmě častěji začali objevovat lidé, které zajímalo, zda se na jejich filmy chodí, a naslouchali.“<sup>7</sup>*

Cílevědomé sledování filmového trhu nutně nastalo po roce 1989, kdy se rozpadal produkční systém Československého státního filmu a vznikaly nové produkční a distribuční společnosti. Zatímco před rokem 1989 se distribucí v Československu zabývala výhradně UPF, po roce 1989 vznikaly desítky společností, které si musely hledat své místo v nově utvořeném distribučním prostředí.

Rozhodl jsem se zaměřit na distribuční prostředí po roce 1989, kdy jednotliví distributoři rozvíjí individuální obchodní strategii. Po konzultaci tohoto námětu s vedoucím práce a později také s vedoucím distribuční firmy Bontonfilm a docentem na katedře produkce FAMU Alešem Danielisem jsem došel k závěru, že nejhodnější bude věnovat se dané problematice po roce 1993, protože léta 1989-1993 jsou zpracována dostatečně v mnoha diplomových pracích.<sup>8</sup>

Moje práce se proto věnuje české filmové distribuci po roce 1993.

---

<sup>6</sup> ALLEN, Robert Clyde-Gomery Douglas: Film History. McGraw-Hill Inc, 1993, předmluva, s.5.

<sup>7</sup> Danielis, Aleš, rozhovor 2008. [CD ROM, ROZHOVORY]

<sup>8</sup> Hledáním v knihovnách vysokých škol jsem skutečně našel mnohé práce zabývající se distribuční sítí v ČR, některé z nich mi doporučili sami distributoři, především Aleš Danielis a Jan Jíra.



Při pohledu na odborné práce, které se věnují tématu distribuce, zjišťuji několik možných pohledů na tuto látku, které následně udávají základní orientaci a základní cíle jejich výzkumu :

- a) Pohled pragmatický. Tento přístup volí lidé z praxe, badatelský záměr a způsob práce přizpůsobují většinou svým zkušenostem a znalostem prostředí<sup>9</sup>.
- b) Pohled organizační. Badatel sleduje organizační stránku filmové distribuce, pátrá, kdo řídil filmovou distribuční společnost a jakým způsobem.<sup>10</sup>
- c) Pohled reflektující nabídku programu. Badatel uvádí a klasifikuje filmy, které distribuční společnost uvedla<sup>11</sup>
- d) Pohled ekonomický. Badatel sleduje finanční stránku distribuce, tržby, výše vstupného, zisky společností, finanční aktivity společnosti, mnohdy v závislosti na ekonomické situaci země, ve které distribuci sleduje<sup>12</sup>
- e) Pohled právní. Badatel sleduje, jak legislativní stav (případně změny legislativního systému) v dané zemi ovlivnily filmovou distribuci, její organizační a ekonomickou stránku<sup>13</sup>
- f) Pohled ideologický. Badatel sleduje, jak filmová distribuce naplňuje nebo nenaplňuje kulturní a politické požadavky státu nebo soukromé organizace, která je zřizovatelem distribuční společnosti.<sup>14</sup>

## 1.1. Cíle práce

Hlavním cílem této práce je podat základní popis českých distribučních společností, které vznikly po roce 1993 a vymezení její pracovní náplně. Ve své práci si všímám zejména: Akvizičních možností distribučních společností (skladba programu, pořádání přehlídek), nedistribučních aktivit distributorů (provozování kin, produkování filmů), reflexí diváckého zájmu ze strany distributora (počty filmových kopií), podobou distribučních listů, propagačních materiálů a přístupem distributora ke kinům (stanovení půjčovného, programování filmů apod.)

Současně si dávám za cíl zpracovat materiály kanceláře Unie filmových distributorů, databáze, které obsahují počty kopií, distribuční slogany, data premiéry a

---

<sup>9</sup> Odpovídá definici Jana Jíry

<sup>10</sup> Odpovídá práci Aleše Danielise v Iluminaci č. 1, 2007

<sup>11</sup> Odpovídá práci Aleše Danielise v Iluminaci č. 1, 2007

<sup>12</sup> Odpovídá diplomové práci Daniela Tupého

<sup>13</sup> Odpovídá diplomové práci Leo Čermáka

<sup>14</sup> TUREK, Pavel - TUNYS, Ladislav: 30 let ÚPF a organizace filmové distribuce 1957-1987. Praha: ÚPF, 1987

údaje o zemi původu všech filmů, které měly premiéru po roce 1989. Tyto interní materiály nebyly dosud v žádné práci reflektovány.

K dispozici mám rovněž údaje o návštěvnosti filmů a tržbách v rozsahu 100 nejnavštěvovanějších filmů za každý rok.

## **2 METODOLOGIE**

### **2. 1. Základní termíny**

Mnohé diplomové práce mých předchůdců se definicemi pojmů vůbec nezabývají, jiné je naopak přizpůsobují svým zájmům. Tato rozdílnost nás upozorňuje na nejednoznačnost a složitost problému distribuce a také na mnohost přístupů, které lze na téma použít.

Začnu-li od českých odborných prací za výchozí vzhledem k devadesátým létům můžu považovat práci Pavla Turka a Ladislava Tunise 30 LET UPF<sup>15</sup> a organizace Filmové distribuce. V předmluvě Ing. Tugana Veselého, ředitele UPF, se dozvídáme, že distribuční práce s filmem navazuje na kulturně-politickou práci a zahrnuje v sobě jednotlivé činnosti, z nichž vyděluje činnosti kinotechnické, propagační a činnosti související s oběhem filmových kopií v kinech. Úkolem filmové distribuce je pak efektivní využití programu, který vytvořila československá filmová studia.<sup>16</sup> Termín „kulturně-politická práce“ pozbývá v porevoluční době významu. Distribuční práce s filmem není po roce 1993 řízená centrálními požadavky politického systému. Je nutné jí vnímat jako obchodní činnost, kterou určují individuálně vytvořené obchodní strategie.

Aleš Danielis je o 20 let později v definování české filmové distribuce skromnější. V úvodu své práce Česká filmová distribuce po roce 1989, kterou v roce 2007 zveřejnil časopis Iluminace<sup>17</sup> se soustřeďuje na tři základní okruhy distribuce: Proměny organizace, nabídka programu a výsledky české filmové distribuce<sup>18</sup> Co je to distribuce, se ale čtenář nedozvídá.

---

<sup>15</sup> Zkratka, kterou dále používám pro Ústřední půjčovnu filmů

<sup>16</sup> Z úvodu ředitele UPF Ing. Tugana Veselého k práci:

TUNYS, Ladislav-TUREK, Pavel: 30 LET UPF a organizace Filmové distribuce 1957 – 1987. Praha:UPF, 1987, s. 3-5

<sup>17</sup> DANIELIS, Aleš: Česká filmová distribuce po roce 1989. Iluminace, ročník 19, 2007, č. 1

<sup>18</sup> cit. d., s. 53

V zahraničních pracích můžeme najít různé definice distribuce. Leo Čermák uvádí ve své diplomové práci<sup>19</sup> definici Johna W Conese, právníka z Los Angeles, který se od 70.let zabývá filmovým průmyslem. Cones definuje distribuci jako: „prodej filmu nebo licence k jeho uvedení na trh, které je provázeno propagací daného filmu. Tento proces zahrnuje jednání s poskytovatelem licence a s provozovateli kin, určení počtu kopií filmu, naplánování a realizaci reklamní kampaně, dopravu kopií do kin a výběr půjčovného za exploataci filmu.“<sup>20</sup>

Podle Janet Wasko, profesorky, která vyučuje masovou komunikaci na univerzitě v Oregonu, zahrnuje distribuční proces především smlouvu, kdy si producent dohodne s distributorem, že bude po nadcházející léta držet v dané zemi jím vyrobené audiovizuální dílo a obchodovat s ním. Distributora přirovnává k velkoobchodníkovi, který zboží zprostředkovává maloobchodům. Upozorňuje ale na fakt, že distributor může být také zákazníkem manufaktur, který nakupuje katalogové zboží a zprostředkovává ho dále. Poté, co uzavře smlouvu s producentem na určitý časový úsek, stanoví plán uvádění, zajistí vytvoření a distribuci propagačních materiálů, určí poplatky pro ty, kdo film uvádí.

K tomu musí provést průzkum trhu a na základě toho určit strategii uvádění filmu. Připraví reklamní kampaně pro různá média, připraví reklamní slogany a spolupráci s jinými společnostmi na bázi reklamy.

Distributor v mnoha případech kupuje od producenta práva pro uvedení filmu v kinech, na videu a v televizích. Spolurozhoduje o tom, kdy a na jakých trzích (Video, DVD, placená TV, celoplošná TV) bude film uveden.<sup>21</sup>

Dále Wasko určuje několik typů distribučních vztahů mezi producentem a distributorem<sup>22</sup>:

- a) „In house“ distribuce (vnitropodniková distribuce)
  - i. Druh distribuční spolupráce, kdy film vyrobí daná společnost a distribuuje ho buď sama, nebo prostřednictvím subjektů, které jsou na ni ekonomicky nebo organizačně napojené.
- b) Negativ Pick-up distribution (nezávislá distribuce)

---

19 ČERMÁK, Leo: Od monopolu k oligopolu: česká filmová distribuce v letech 1989 – 1993. Magisterská diplomová práce Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury, Masarykova univerzita Brno, Brno: 2008

<sup>20</sup> CONES, John, W: Film Finance and Distribution: A Dictionary of Terms. Los Angeles: Silman-James Press, 1992

<sup>21</sup> Srovnání WASKO, Janet: How Hollywood Works. London: Sage Publication, 2003, s. 83-85

<sup>22</sup> Ve své práci vychází ze stavu, který funguje v USA, tento stav ale zobecňuje, takže ho můžeme použít i v této práci.

- i. Distributor se nezabývá produkcí, ale nakupuje filmy od producentů. Záleží na dohodě, zda distributor koupí film ve stádiu scénáře, ještě před vznikem filmu, nebo až po jeho shlédnutí.
- c) Koprodukce
- i. Koprodukcí chápá Janet Wasko ve dvou úrovních. Jednak na úrovni producent-distributor, kdy se distributor podílí na výrobě filmu; nebo na úrovni distributor-distributor, kdy jeden distributor se zaměří na distribuci domácí a druhý na distribuci mezinárodní. Jako příklad této dohody uvádí film Titanic, kdy se Paramount soustředil na tuzemskou distribuci a Fox na distribuci mezinárodní.
  - ii. Poukazuje na fakt, že mezinárodní distribuci často zprostředkovávají agenti, či distribuční společnosti, které jsou stálými partnery daného studia. Tento model spolupráce mezi domácími a zahraničními společnostmi fungoval a funguje také v České republice.

Tento model dělení distribučních společností považuji za účelný. I v České republice nacházím obdobné tři typy distribučních společností. Pro svou práci vycházím z modelů dělení distribučních společností, kterou v posudku k diplomové práci Daniela Tupého *Aspekty a tendence filmové distribuce po roce 1990*<sup>23</sup> navrhuje Jan Jíra: Rozdělit distributory na ty, kteří v ČR zastupují velká hollywoodská studia (Fox, Paramount, Buena Vista...) a na „ostatní distributory“. Mezi těmi ale nacházím společnosti, které se zaměřovali výhradně na český film a měly tak jinou pozici, než distributoři, kteří se zaměřovali převážně na evropskou produkci. Ve vlastním dělení distribučních společností proto vycházím z dělení, které navrhuje Janet Wasko a její dělení přizpůsobuji českému prostředí.

- a) Distribuční společnosti, které v ČR trvale zastupují velké zahraniční společnosti (Mayors), jsou smluvně vázání k odběru filmů v tzv. „balících“
- b) Distribuční společnosti, které se orientují převážně na domácí produkci, české filmy převažují v její distribuční nabídce a jsou často jejich koproducenty
- c) Nezávislé distribuční společnosti, které se zaměřují na domácí i zahraniční filmy, nakupují práva na jednotlivé filmy zvlášť.

---

<sup>23</sup> TUPÝ, Daniel: *Aspekty a tendence filmové distribuce v České republice 1990: Vybrané aspekty kinodistribuce*. Praha: FAMU, 2005

Práce se dále soustředí na popis jednotlivých distribučních společností v souladu s vytyčenými cíli práce. Tyto cíle blíže určuje a uvádí způsob, jakým budou zpracovány:

### **1. Akviziční možnosti distribučních společností**

Tento bod odpovídá vytyčenému programovému okruhu Aleše Danielise. Obsahuje informace o tom, s kterými společnostmi distributor spolupracoval a na jakou oblast světové kinematografie se soustředil. Zabývá se také speciálními programovými kolekcemi, které byly součástí různých festivalových přehlídek nebo nabídek pro filmové kluby. Charakteristická je v tomto smyslu přehlídka filmů Projekt 100 uváděná Asociací českých filmových klubů, festivalová přehlídka FILMOSTRADA pořádaná společností SPI International, program CinemArt Euro a další

### **2. Nedistribuční aktivity distributorů.**

Mezi ně patří zejména provozování kin (CinemArt a kino Evald, Falcon a kino Hraničář, multiplexy Cinestar., Intersonic a Multikino Ládví), koprodukce českých filmů, vydavatelská činnost v oblasti knih a hudby, programování filmů ostatním distributorům (Spolupráce Artcamu a Falconu, Hollywood Clasic Entertainment a Falconu, Pragofilmu a SPI International

Bodů 1 a 2 si všímají i jiné diplomové práce<sup>24</sup>. Přínosem mé diplomové práce by měla být zejména systematizace faktů, kterou popisují dále a jejich doplnění nejnovějšími poznatky získanými v aktuálních rozhovorech se zástupci jednotlivých distribučních společností.

V dalších bodech se soustředím na poznatky, které jsem ve studovaných pracích buď zcela, postrádal, nebo našel jen v náznacích a považuji za účelné je rozvinout.

### **3. Popsat, jak jednotlivé společnosti reflektovaly divácký zájem o určitý typ filmu.**

Tento bod reflektuje ve své práci Daniel Tupý, když vychází ze zahraničních výzkumů oblíbenosti daného žánru. Tento postup nepovažuji za vhodný, protože každá země má jiné podmínky, požadavky diváků se liší (svědčí o tom různá návštěvnost filmů

---

<sup>24</sup> Čermák, Dvořáková, Tupý

v různých zemích). Navíc by bylo nutné prozkoumat, zda jednotliví distributoři konkrétní výzkumy zahraniční agentury<sup>25</sup> znali a zda se jimi řídili.

Považuji spíše za vhodné všimnout si toho, které filmy byly v které době oblíbené a zda obliba daného žánru přiměla distributory zařazovat větší množství podobných filmů do své nabídky. Jako zdroj dat používám statistické sestavy Unie filmových distributorů.

Za účelné považuji v tomto bodě také popsat počty kopií filmů, které jednotlivé společnosti distribuovaly, případně jejich navyšování u atraktivních filmů.

Ve své bakalářské práci poukazuji na fakt, že různý počet kopií mohl ovlivnit výsledek filmu a dosvědčují to v rozhovorech zástupci UPF<sup>26</sup>

#### **4. Zmapovat podobu distribučních listů, propagačních materiálů a kampaní**

Distributoři se často snaží zaujmout diváky různými kampaněmi nebo soutěžemi), významnou úlohu hrají trailery.

Ty mají různou podobu. Někteří distributoři posílají do kin velké množství propagačních materiálů, jiní takřka žádné, někteří posílají do kin pravidelně trailery v samostatných krabicích, které promítač zařazuje do programu před filmem, jiné společnosti trailery lepí k filmovým kopiím a často se tak stává, že kino promítá trailer k filmu, který ani nemá ve svém programu. Podle Všeobecných obchodních podmínek<sup>27</sup> je ale provozovatel kina povinen promítnout kopii v plném rozsahu, tak, jak ji dodal distributor. (To znamená v plném rozsahu, včetně přilepeného traileru)

Pokud trailer přijde do kina samostatně, pak je to většinou v případě, kdy provozovatel kina má film na svém programu. Zasílání samostatných trailerů lze s distributorem předem dohodnout.

#### **5. Zmapovat přístup distributora ke kinům**

Distributoři často rozlišují typ kina podle místa, v němž funguje. Jiný přístup volí ke kinům na vesnici, jinak se chová ke kinům ve velkých městech, jinak na vesnici. Zatímco někteří distributoři klasifikační přístup uplatňují do důsledku, pro jiné je to jen jedním z kritérií.

---

<sup>25</sup> agentura TNS, srovnání Tupý, cit. d., s. 36

<sup>26</sup> ŠÍR, Ondřej: Pentalogie Dušana Kleina o básnicích a český hraný film pro mládež 80.let. Bakalářská diplomová práce, Filozofická fakulta, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií, Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc: 2008. Vedoucí práce Luboš Ptáček, s. 44-46

<sup>27</sup> Základní dokument, který čerpá z § 273 a 274 Obchodního zákoníku a upravuje vztahy mezi distributorem a provozovatelem kin

V tomto bodě si chci povšimnout také strategie půjčovního, které kina odvádí. V zásadě existují dva druhy půjčovního:

- a) Procentuální odvod (činí 40-50% procent z tržeb podle typu kina a atraktivity filmu. Tento model praktikovala již UPF, výše odvodů se pohybovala od 20% u filmů pro děti a mládež až k 50% za atraktivní film<sup>28</sup>
- b) Fixní odvod, smluvně určená částka, kterou provozovatel kina zaplatí distributorovi za zapůjčení kopie. Tento smluvní vztah většinou uzavírá distributor s malými kiny s nízkou návštěvností.

## 2.2 Literatura a prameny

Při aplikaci metody nové filmové historie vycházím z práce Roberta Clyda Allena a Douglase Gomeryho *The Film History, Theory and Practis*. Tuto práci dělí do tří okruhů. V prvním se zamýšlí nad povahou filmové historie jako školní disciplíny. Ve druhé navrhuje možné přístupy ke zkoumání filmové historie, přičemž vychází z okruhu estetického, technického, ekonomického a z okruhu sociální filmové historie. Ve třetí části zkoumají, jaký dopad má kinematografie na sledovanou komunitu lidí<sup>29</sup>

V této práci vycházím především z první kapitoly, ve které se věnují zkoumání filmové historie. Při takovém zkoumání existují dva druhy materiálů:

### a) Materiály filmové povahy

Sem řadí nosiče se záznamem audiovizuálního díla, videokazety, 35mm filmové kopie. Jedná se o materiály, které obsahují objekt analýzy. Filmová díla označuje jako „primární dokumenty estetické filmové historie“<sup>30</sup>

### b) Materiály nefilmové povahy

Dokumenty a prameny, které vypovídají o filmech, jeho vzniku a vnímání. Autoři upozorňují na nižší stupeň objektivity takových materiálů. Poukazují na fakt, že vnitřní tištěné materiály filmových společností existují proto, aby sloužily obchodu, nikoliv knihovnám. Situaci v USA ale považují v posledních letech za mnohem lepší. Například studio Disney umožnilo v 80. letech přístup ke svým interním materiálům skupině vědců pod vedením Richarda Schickela a studio United Artist darovalo již v roce 1968 všechny

<sup>28</sup> rozhovor s Radko Hájkem, pracovníkem UPF, 2008. [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>29</sup> srovnání ŠÍR, Ondřej, 2008, cit.d., s. 5

<sup>30</sup> Allen-Gomery, cit. d., s. 39

své archivní tisky, více jak 5000 krychlových stop materiálu, Centru pro studium filmu a divadla na Univerzitě ve Wisconsinu.

V tomto smyslu je třeba připomenout ochotu distribuční společnosti Bontonfilm, která mi v roce 2008 umožnila přístup k archivním materiálům Ústřední půjčovny filmů, stejně jako aktuální spolupráci Unie filmových distributorů, která poskytla kompletní databázi filmů vyrobených po roce 1989, která obsahuje základní údaje filmových distribučních listů.

Při práci s běžně nedostupnými materiály připomínají Allen a Gomery fakt, že ne všechny nedostupné materiály jsou soukromého charakteru. Všechny dokumenty vypovídající o finanční stránce filmových společností spravuje v každém státě příslušný úřad. V Česku je v tomto smyslu důležitým orgánem Ministerstvo spravedlnosti, které spravuje Obchodní rejstřík a s ním související Sbíрку listin, kde najdeme zároveň výroční správy českých distributorů, které jsou přibližně od roku 2004 digitalizované.

Jako důležité materiály uvádí Allen a Gomery také novinové články. Přitom poukazují na fakt, že mnohé společnosti vydávají interní periodika, která rozesílají svým obchodním partnerům. V době socialismu byl v Československu oficiálním periodikem časopis Záběr, existoval ale také Zpravodaj Ústřední půjčovny filmů.<sup>31</sup> Jednotlivé distribuční společnosti v Česku se spíše přikláněly k obesílání dopisů kinařům a nabídkových distribučních listů. Podobu časopisu si dnes zachovává jen málokterá distribuční společnost. Mnohé obesílají z počátkem nového roku sesponkované nabídky filmových premiér na rok dopředu, s rozvojem internetu přechází společnosti na elektronický způsob komunikace, takže bude za několik let problém tyto materiály vůbec dohledat.

### **2.2.1. Materiály nefilmové povahy použité v této práci**

#### **a) Statistické údaje o návštěvnosti filmů**

Návštěvnost filmů sledovala již Ústřední půjčovna filmů a zaznamenávala ji v tzv. statistických sestavách. Jednalo se o strojově<sup>32</sup> psané archy obsahující návštěvnost všech filmů, které byly v daném roce uvedené, bez ohledu na to, zda měly premiéru v daném roce nebo v letech předcházejících. Každému roku odpovídal jeden arch<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> tento časopis ještě přebral Lucernafilm pod jménem Zpravodaj Lucernafilmu.

<sup>32</sup> Od 80. let tisknuté na jehličkové tiskárně

<sup>33</sup> V současnosti spravuje Oddělení písemných archiválií Národního filmového archivu.



Od roku 1992 tuto činnost přebírá Unie filmových distributorů. Tato organizace vzniká jako zájmové sdružení právnických osob, které začínaly distribuovat filmy. Dnes je jejími členy 13 distribučních společností, s Unií filmových distributorů dlouhodobě nespolupracuje společnost Atlantis Enterteinmnet.

#### a) Databáze UFD

Pro sběr dat používá speciální program nazvaný TOP Film. Tento program pracuje na principu počítačové sítě a disponují jím všichni distributoři, kteří jsou členy Unie. Zaznamenávají se do něho aktuální výsledky, které přichází postupně ze všech českých kin

Unie filmových distributorů vytváří na základě výsledků, které jí nahlásí kino nebo samotný distributor dvě databáze:

Z první databáze vzniká každý týden žebříček 20 nejnavštěvovanějších filmů. Do této databáze se shromažďují výsledky cca 150 nejvýznamnějších kin v Česku. Na základě výzkumu UFD je dokázáno, že výsledky z těchto kin tvoří přibližně 85% výsledků všech českých kin. Údaje z těchto kin sbírá Unie filmových distributorů dvakrát v týdnu. Před rokem 1997 se tento typ dat sbíral pouze z malého množství kin z krajských měst, která posílala své výsledky telefonicky a faxem. Programem TOPfilm ale nedisponuje většina kin. Dodnes je proto sběr dat pro „první databázi“ velmi pracný. Kancelář Unie sbírá z kin předem vytvořené formuláře, kam kinaři zapíše požadované údaje. Ty potom zaměstnanci kanceláře přepisují do počítačového programu. Některá kina hlásí své výsledky dodnes telefonicky.

V budoucnu by mohl situaci vylepšit program Disfilm, který slouží ke komunikaci mezi distributorem a kinaři. Do programu Disfilm zapíše kino závazně údaje o návštěvnosti a tržbách, bezprostředně po skončení představení. Přestože Disfilm vyrobila stejná společnost jako Topfilm<sup>34</sup>, ne všichni distributoři a ne všechna kina ho mají.

Druhá databáze obsahuje výsledky ze všech českých kin. Údaje získává od všech distributorů, bez ohledu na to, zda jsou členy Unie nebo nejsou. Jediná společnost, která dlouhodobě odmítá sdělovat své výsledky, je Atlantis Entertainment. Takto získaná čísla podléhají dvojímu zpracování. Jednak je zpracovává distributor, který je nahlásí Unií filmových distributorů a ta je znovu zpracovává do interních databází. Celý proces trvá přibližně tři týdny a výsledkem je databáze nejúspěšnějších filmů v daném měsíci.

---

<sup>34</sup> Společnost Areco

Z této databáze se později utváří souhrn ročních výsledků, které v různém rozsahu reflektují česká média. V devadesátých letech tyto výsledky zveřejňoval časopis Cinema v rozsahu 50 nejúspěšnějších filmů daného roku, Filmový přehled uvádí dodnes tabulku 25 nejúspěšnějších filmů. Pro potřeby této práce mi Unie filmových distributorů poskytla výběr 100 nejúspěšnějších filmů za každý rok<sup>35</sup>. V těchto výběrech mohu dohledat všechny filmy, které v daném roce vidělo alespoň 20 000 diváků. Pro podrobnější přehled jsem požádal o spolupráci zejména distributory „artových filmů“, jejichž výsledky mnohdy hranice 20 000 diváků na film nedosahují. Od některých jsem získal soupis všech filmů, které od svého vzniku distribuovaly, včetně údajů srovnatelných s databází TOP 100.

### **b) Plány filmových premiér**

Tento dokument rovněž vytváří Unie filmových distributorů. Slouží pro lepší koordinaci mezi distributory, kteří určují datum premiéry svých filmů. Dokument obsahuje vždy datum premiéry, název distributora, český a originální název filmu a přibližně od roku 2000 také počet kopií. Pro účely této práce je plán premiér důležitým pramenem zejména pro určení počtu premiér, které distributor v příslušném roce realizoval.

### **Údaje o počtu kopií**

Stejně jako návštěvnost filmu, i počty kopií sledovala již Ústřední půjčovna filmů. Dnes je tento údaj pro filmy vzniklé před rokem 1989 dohledatelný na distribučních záznamových kartách, které spravuje distribuční společnost Bontonfilm.

Zjistit údaj o počtu kopií patří v 90. letech k nejtěžším úkolům. Podle vyjádření Unie filmových distributorů se tento údaj systematicky nesledoval. Mnozí distributoři ho považovali za své obchodní tajemství a neradi ho sdělovali. Na opakované výzvy kanceláře UFD sice nějaký údaj dodali, ale jednalo se spíše o počáteční záměr, který mnohdy neodpovídal konečnému stavu. S přibýváním filmových premiér neměla kancelář UFD personální kapacity na to, aby skutečnost zpětně prověřovala. Údaje o počtu kopií mnohdy neobsahují ani distribuční listy pro kina. Není možné je dohledat z relevantních historických pramenů.

Jediným pramenem je interní databáze Unie filmových distributorů, kde se tyto údaje zaznamenávaly, sic bez dalšího ověřování. Průlom v ověřování nastal až v roce 2000,

---

<sup>35</sup> Filmový přehled uvádí 80

kdy si distributoři i kinaři všimli, že se jedná o zajímavý a v mnohém podnětný údaj, který by se měl přesněji sledovat.<sup>36</sup>

### **Získávání interních materiálů Unie filmových distributorů**

Interní materiály členů Unie filmových distributorů na:

#### **a) Materiály, které mohou prospět filmu a jeho šíření<sup>37</sup>.**

Ty jsou poskytovány médiím, studentům a agenturám, patří sem žebříčky o návštěvnosti, vytvořené v „druhé databázi<sup>38</sup>“, plány premiér, údaje o počtu kopií... Většinou se jedná o údaje získané od distributorů

#### **b) Materiály strategické povahy.**

Ty jsou poskytovány pouze výjimečně a podléhají zpoplatnění. Jedná se o materiály získané přímo z kin, regionální výzkumy, údaje o návštěvnosti vytvořené v „první databázi“ a další zdroje. V minulosti o ně měly zájem firmy, které plánovaly výstavbu multiplexů v ČR.

Spolupráce s Unii filmových distributorů je v zásadě bez problémů. Unie poskytne údaje, pokud je má a pokud jsou zveřejnitelné. Bez problému tak poskytla údaje 100 nejnavštěvovanějších filmů za každý rok. Problém ale nastal v údaji o počtu kopií, které obsahuje pouze zmíněná interní databáze. V ní jsou obsažena také data, která slouží výhradně kinařům. Například číslo filmu, které musí zadat obsluha kina do systému pokladen, údaje o formátu filmu, době promítání, doporučených sloganů, kterými by měla kina film propagovat. Tato databáze je úplná a obsahuje údaje o všech filmech uvedených v ČR po roce 1993.

Takovéto údaje částečně naplňují kritéria obsažená v bodě b) a o jejich zpřístupnění jsem jednal přibližně 2 měsíce. Nakonec jsem je obdržel pod podmínkou slibu, že je nevyužiji k žádným komerčním účelům ani neposkytnu třetí osobě.

Fakt, že jsem obdržel tuto databázi považuji za zásadní. Podle sdělení kanceláře UFD ji UFD nikdy neposkytla žádnému badateli. To je také hlavním důvodem, proč jsem již po Unii nepožadoval žádné další databáze, ačkoliv bych považoval za vhodnější rozšířit

---

<sup>36</sup> Zdroj: emailová korespondence s Annou Černou z Unie filmových distributorů, vedena emailem a telefonicky v etapách od prosince 2009 do března 2010, [CD-ROM, UFD]

<sup>37</sup> Jedná se o pracovní názvy UFD

<sup>38</sup> více na s. 12

databázi 100 nejúspěšnějších filmů minimálně na 200 filmů, čímž bych získal také výsledky artových a klubových filmů.

O výsledky artových a klubových filmů jsem proto žádal samotné distributory a mnozí mi poskytli úplnou databázi všech výsledků všech svých filmů.

### **Práce se statistickými daty**

Statistika je dnes důležitou vědní disciplínou, jejíž poznatky využívají mnohá vědní odvětví. Systematicky ji využívá především ekonomie. Pro potřeby mé práce přejímám terminologii a metodologii z odborné publikace pro studenty Vysoké školy ekonomické v Praze nazvaná Statistika pro ekonomy.<sup>39</sup>

Autoři m.j. definují termíny „Statistická jednotka“ a „Statistický znak“ a následující postupy, se kterými bude operovat i tato práce.

Statistickou jednotkou rozumí autoři „hromadné jevy a procesy vyskytující se u velkého množství prvků“<sup>40</sup> Jako příklad statistické jednotky uvádí osoby, organizace, věci, události, zvířata apod.

U každé statistické jednotky lze vysledovat určitý počet statistických znaků. Jako příklad zvolené jednotky volí autoři pracovníka podniku a nachází u něho některé potenciálně sledovatelné znaky: věk, stáří, platové zařazení, mzda, počet let praxe, nejvyšší dosažené vzdělání. Statistické znaky dále dělí na kvantitativní (počitatelné) a kvalitativní (nepočitatelné)

Pokud tento model aplikuji na sledované téma, volím jako statistickou jednotku distribuční společnost U každé distribuční společnosti lze vysledovat množství statistických znaků. Mezi kvantitativní patří zejména počet filmů, žánrové zastoupení, počet kopií, počet diváků, tržby. Do skupiny kvalitativních znaků zařazuji způsob spolupráce s kiny, volba půjčovného, užívání trailerů a další znaky, které charakterizují vnitřní práci společnosti.

---

<sup>39</sup> která definuje statistiku ve třech pojetích:

- a) Číselné údaje o hromadných jevech
- b) Praktickou činnost spočívající ve sběru, zpracování a vyhodnocování statistických údajů
- c) Teoretickou disciplínu, která se zabývá metodami sloužícími k popisu odhalování zákonitostí při působení podstatných, relativně stálých činitelů na hromadné jevy, tj. jevy vyskytující se v masovém měřítku u velkého počtu jedinců (prvků)
- d)

<sup>40</sup> tamtéž, s. 13

Autoři publikace se zabývají také tvorbou tabulek a grafů, které zaznamenávají takzvané „Četnosti“ sledovaného jevu. Z takto vytvořené tabulky mohou například vysledovat rozložení návštěvností filmů jednotlivých distribučních společností v daném roce. Autoři publikace doporučují zavádění tzv. intervalů, které mají jednotnou délku. Jako příklad uvedu filmy distribuční společnost Falcon v roce 1995 v rozsahu 100 nejúspěšnějších filmů.

<i>Intervaly návštěvnosti v tisících</i>	<i>Počet filmů</i>	<i>Relativní četnost</i>	<i>Kumulativní absolutní četnosti</i>	<i>Kumulativní relativní četnosti</i>
<i>0-50</i>	<i>12</i>	<i>0,5</i>	<i>12</i>	<i>0,5</i>
<i>50-100</i>	<i>6</i>	<i>0,25</i>	<i>18</i>	<i>0,75</i>
<i>100-150</i>	<i>5</i>	<i>0,208</i>	<i>23</i>	<i>0,958</i>
<i>150-200</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>23</i>	<i>0,958</i>
<i>200-250</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>23</i>	<i>0,958</i>
<i>250-300</i>	<i>1</i>	<i>0,042</i>	<i>24</i>	<i>1,000</i>
<i>Celkem</i>		<i>1,000</i>	<i>X</i>	<i>X</i>

Z této tabulky nejen že mohu vyčíst, jakou návštěvnost měly filmy distribuční společnosti Falcon, ale navíc mohu zjistit, jakých hodnot nabývala návštěvnost v daném souboru 100 nejnavštěvovanějších filmů nejčastěji. Je také možné zvětšovat intervaly a pomocí údaje „kumulativní absolutní četnosti“ zjistit, jaké procento filmů dosahovalo návštěvnosti menší než 50 000.

### 2.2.2 Orální prameny

Pro potřeby této práce jsou cenné také orální prameny. Jedná se o osobní svědectví, která doplňují často chybějící historické prameny. Obor, pro nějž se orální prameny staly předmětem výzkumu, se nazývá orální historie. V rámci Československé akademie věd bylo k 1. 1. 2000 zřízeno odborné pracoviště nazvané Centrum orální historie, které vede Miroslav Vaněk. Ten se různou měrou podílel také na několika odborných publikacích.<sup>41</sup> Oblast dějin filmu spravuje v tomto smyslu pracoviště orální historie Národního filmového archivu, které však čerpá především z osobních zkušeností svých pracovníků a pro práci s orálními prameny nemá dosud žádný vnitřní řád, který by způsob práce upravoval. Úkolem tohoto pracoviště je především uchovat svědectví o kinematografii, se získaným

<sup>41</sup> VANĚK, Miroslav. Uplatnění metody orální historie. In Deset let soudobých dějin., ed. Kocian, Jiří. Praha, 2001, s. 137-143.

VANĚK, M. – MÜCKE, P. – PELIKÁNOVÁ, H.: Naslouchat hlasům paměti: Teoretické a praktické aspekty orální historie. Praha, FHS UK a COH ÚSD 2007, 224 s

materiálem dále nijak nepracuje.<sup>42</sup> V oddělení působí. Eva Strusková a Kateřina Lachmanová.

Ve vysokoškolských skriptech Univerzity Palackého v Olomouci nazvaných *Orální historie, metodické a technické postupy* vyděluje Vaněk dva základní útvary:

### **1. Interview (rozhovor)**

### **2. Životní příběh**

V případě interview se jedná o rozhovor na dané téma, které si respondent a tazatel předem dohodnou, jedná-li se o útvar „Životní příběh“, pak většinou respondent vzpomíná s větší mírou samostatnosti a tazatel jeho vyprávění pouze upřesňuje doplňujícími otázkami. V obou případech je důležitým faktorem osobní setkání. Důležitou roli zde hraje vzájemný vztah tazatele a respondenta, který se utváří v průběhu rozhovoru.

Mým záměrem bylo pracovat především s útvarem Interview, především starší respondenti měli ale ambice vyprávět svůj životní příběh

K metodě orální historie došel postupně. Na počátku jsem se snažil pouze doplnit chybějící informace především ekonomického a organizačního rázu formou dotazníků obesílaných e-mailem. Tato forma se ale ukázala jako krajně nespolehlivá, protože dotazovaní často neodpovídali úplně, některé otázky označovali za sugestivní a neprofesionálně položené. V těchto případech jsem proto začal přistupovat k osobnímu setkání, kde byl dostatek času na to, abych lépe vysvětlil záměr své práce a obhájil, proč potřebuji požadované údaje znát. Celý rozhovor jsem potom zaznamenal na diktafon a přepsal co nejdůsledněji, slovo od slova, avšak tak, aby daná věta dávala smysl. Při prepisování jsem využil znalostí z oblasti bohemistiky, která je mým druhým studijním oborem. Způsob prepisování a odstranění problémů, se kterými se může student setkat, rovněž popisuje Miroslav Vaněk ve svých skriptech.

Údaje, které jsem získal formou orální metody, jsem ověřoval dvojím způsobem. Pokud jsem od jednoho distributora zjistil nějakou informaci, která se týká vztahů mezi dvěma distribučními společnostmi, vždy jsem se snažil získat stanovisko také druhé strany. V souladu s metodologickou příručkou Miroslava Vaňka jsem požádal o komentář k rozhovorům také odborníky na distribuci, zejména Jana Jíru a Michaela Málka.

---

<sup>42</sup> osobní setkání s Mgr. Kateřinou Lachmanovou v červnu 2010

I mezi respondenty se ale našli ukáznění, kteří odpovídali na otázky věcně, aniž by je jakkoliv hodnotili nebo se jim vyhýbali. V těchto případech jsem z časových důvodů k osobnímu setkání nepřistupoval.

### **3 PROMĚNY ČESKÉ DISTRIBUCE V LETECH 1989-1993**

#### **3.1 Československý státní film.**

Československý státní film (dále jen ČSF) měl před rokem 1989 statut výrobní hospodářské jednotky a tvořilo jej osm samostatných podniků:<sup>43</sup> Filmové studio Barrandov, Krátký film Praha, Filmové studio Gottwaldov, Ústřední půjčovna filmů, Československý filmexport, Filmové laboratoře Barrandov, Filmový průmysl a Československý filmový ústav. Filmy vyrobené ve studiích ČSF distribuovala Ústřední půjčovna filmů, zahraniční filmy kupoval pro distribuci Československý filmexport, následně ji přebírala Ústřední půjčovna filmů. Ústřední půjčovnu filmů řídilo, stejně jako všechny ostatní podniky, Ústřední ředitelství Československého státního filmu.

Koncem roku 1989 hospodařil Československý státní film s následujícím výsledkem<sup>44</sup>:

<b>Podnik</b>	<b>ÚŘ</b>	<b>FSB</b>	<b>KF</b>	<b>FSG</b>	<b>ÚPF</b>	<b>FEX</b>	<b>FLB</b>	<b>FP</b>	<b>ČSFÚ</b>	<b>Celkem</b>
<b>Výkony/mil Kč</b>	2,1	372	201,7	37	95,4	26	210,2	114,8	13	1072, 3
<b>Náklady</b>	16,5	341,3	191,8	34,5	91,4	21,9	184,9	104,8	23,2	1010,3
<b>Bilance</b>	-14,4	30,7	9,9	2,5	4,0	4,1	25,3	10,0	-10,1	62,0

Autor práce ovšem poukazuje na fakt, že se jedná pouze o orientační údaje do velké míry ovlivněné dobovým systémem plánování, dotací a odvádění zisků. Demonstrují ale důležitost (ekonomickou sílu) jednotlivých podniků v rámci ČSF. Z čísel lze vyčíst, že ÚPF patřila v rámci ČSF mezi středně důležité podniky, jakkoliv její síla byla menší než například Filmových laboratoří Barrandov nebo barrandovských studií.

Pověření distribuovat filmy získala ÚPF na základě výnosu Ministerstva školství z 19. ledna 1957. Mezi její hlavní úkoly patřila kromě distribuce také správa kopií, technická pomoc kinům a propagace filmových děl. Koncem osmdesátých let se ale začíná situace ÚPF proměňovat.

#### **Organizační změny**

- **Oblast personální**

---

43 STRNAD, Pavel: Transformace české kinematografie v letech 1989-1999. Diplomová práce, Filmová a televizní fakulta múzických umění Praha, Praha: Akademie múzických umění, 2000 s. 12

44 tamtéž, zdroj Účetní metodika ÚŘ ČSF



Dosavadní ředitel ÚPF, Ing. Tugan Veselý<sup>45</sup> se stal od 1. 1. 1989 ředitelem Československého státního filmu a následní ředitelé ÚPF se velmi rychle střídali. Jen v průběhu roku 1989 se v této funkci stihli vyměnit dva vedoucí pracovníci, František Vomela a Miroslav Pospíchal. Vedení jediné distribuční společnosti v Česku bylo tak značně nestabilní. Muselo se potýkat s problémy technického rázu jako nevyhovující stav některých kin<sup>46</sup> nebo prudký rozvoj videa spojený se vznikem černého trhu s videokazetami, stejně jako ideologickými problémy, mezi něž patřily nízké přiděly devizových prostředků potřebných pro nákup zahraničních filmů stejně jako nutnost zachovávat stabilní zastoupení socialistických produkcí. Všechny uvedené důvody znamenaly pokračující pokles návštěvnosti v kinech.

Na jaře roku 1990 se konal konkurz na nového ředitele ÚPF, kterým se stal Jan Jíra<sup>47</sup> Zkušený kinař, který před rokem 1989 působil v Chebu, Praze, Žatci a Lounech, od 15. února 1990 stál v čele nově vzniklé Asociace filmových distributorů. Jeho úkolem v pozici ředitele ÚPF bylo stabilizovat situaci, kdy ÚPF sice disponovala velkým množstvím filmů, ale měla zároveň problém s jejich uvedením do kin.

Na porevolučních změnách se výrazně podílel i Aleš Danielis, který přišel do ÚPF v roce 1978 a v roce 1984 nastoupil jako vedoucí programu<sup>48</sup> V 90. letech následně působil jako distribuční ředitel, přímý podřízený Jana Jíry. Danielis se projevil jako schopný manažer s přesným odhadem diváckého zájmu. Systematicky sledoval úspěšnost filmů a spoluurčoval například počet kopií u jednotlivých titulů.

- **Oblast organizační**

Před rokem 1989 se ÚPF dělila na několik oddělení. Jednalo se o:

1. oddělení dramaturgie,
2. oddělení programu,
3. oddělení průzkumu
4. oddělení kulturně-politické práce s filmem
5. tiskové oddělení
6. propagační oddělení
7. Programový fond filmových kopií
8. Oddělení technické kontroly filmových materiálů

---

<sup>45</sup> Ředitelem od 1.5.1984- srovnání Danielis, 2007, s. 54

<sup>46</sup> STRNAD, 2002, s. 19

<sup>47</sup> Ve funkci od 2.5 1990

<sup>48</sup> zdroj Radko Hájek, 2008

9. Kinotechnika
10. Dílna na titulkování filmů

Všechna oddělení spolu velmi úzce spolupracovala. Zároveň probíhal kontakt také s výrobním sektorem ČSF. S výrobou filmů v rámci ČSF, spolupracovalo oddělení dramaturgie. Mělo na starost dohlížet především na „ideovou kvalitu filmů.“<sup>49</sup> Vedle dohledu nad českými filmy, úzce spolupracovalo také s československým Filmexportem, který zajišťoval nákup zahraničních filmů. Z hlediska dramaturgie a na základě tabulek uvedených v dobové publikaci Pavla Turka a Ladislava Tunyše mohou vytyčit čtyři základní dramaturgické oblasti:

1. Filmy vyrobené v Československu (v roce 1986 celkem 56 titulů)<sup>50</sup>
2. Filmy vyrobené v Sovětském svazu (celkem 54 titulů)
3. Filmy vyrobené v ostatních socialistických zemích (celkem 65 titulů)
4. Filmy vyrobené v nesocialistických zemích (celkem 68 titulů)

V případě zahraničních filmů rozhodovalo oddělení dramaturgie i o dalším zpracování filmů, například o tom, které opatří dabingem a které pouze českými titulky. Rozsah činnosti oddělení dramaturgie určoval ředitel ÚPF. Vedle toho stanovovala dramaturgie také datum premiéry každého snímku. Ve spolupráci s kulturně-politickým úsekem spoluurčovala také počet kopií každého filmu, jeho přístupnost a způsob propagace.

Programové oddělení spolupracovalo se všemi institucemi, které se podíleli na uvádění filmů (Kina, pořadatelé kulturně-politických akcí, ale také Československá televize). Jeho úkolem bylo také každý měsíc vypracovat plány filmových premiér oddělení propagace se staralo především o dostatečné množství a uměleckou kvalitu propagačních materiálů

Oddělení tiskové služby poskytovalo informace o právě vydávaných filmech všem pravidelně vycházejícím periodikám.

Oddělení kulturně politických akcí mělo na starost kontakt s tvůrci a producenty, se kterými domlouvalo například slavnostní premiéry.

---

<sup>49</sup> TUREK, Pavel - TUNYS, Ladislav: 30 let ÚPF a organizace filmové distribuce 1957-1987. Praha: UPF, 1987, s. 11

<sup>50</sup> rok 1986 uvádím jako poslední autory sledovaný

Oddělení průzkumu práce s filmem pracovalo s daty získanými s diváckých průzkumů, vyhodnocovalo je a určovalo distribuční strategii.

### **Spolupráce s kinaři**

Spolupráci s kinaři zajišťovaly Krajské filmové podniky. Jejich zřizovatelem nebyl na rozdíl od Ústřední půjčovny filmů přímo Československý státní film, ale spadaly pod pravomoc jednotlivých krajů.<sup>51</sup> Každý krajský filmový podnik měl k dispozici filmové kopie, které mohl distribuovat pouze na území svého kraje. Mnohdy se tím komplikovala přeprava jednotlivých filmů. Jan Jíra uvádí příklad, kdy kopii nebylo kvůli hranicím kraje možné poslat ze Slaného do Loun, protože tato dvě města ležela v různých krajích.<sup>52</sup>

Také míra cenzury nebyla v jednotlivých krajích stejná. Bývalý dramaturg ÚPF Václav Březina vzpomíná na nejednotná rozhodování krajských a okresních organizací KSČ v oblasti filmu. Jako příklad uvádí film **Hra o jablko**, který se v jihočeském kraji směl promítat až po roce 1989, i když jinde se už dávno promítal.<sup>53</sup>

Spolupráce s kinaři nebyla ani zdaleka tak pružná jako dnes. Zástupci kin byli obvykle zváni do krajských měst, kde s programovými pracovníky jednotlivých podniků přímo na místě sepisovali program. Kinaři odváděli za filmy jak fixní, tak procentuelní půjčovné. Podle Aleše Danielise se procenta, která kina půjčovně odvedou, stanovovala podle úspěšnosti filmu v rozmezí 20 až 55%. Kina ale odváděla půjčovně Krajským filmovým podnikům, které si ponechávaly 11% z částky půjčovného. Ústřední půjčovně filmů tak zůstalo přibližně 45% tržeb z kin, přičemž 80% finančního obnosu odváděla do fondu filmové výroby, který spravoval ČSF. Danielisova čísla potvrzuje také Radko Hájek z oddělení práce s filmem.

Větší podíl kina odváděla z komerčně úspěšných filmů, které ale často čelily útokům ideologických komisí. Ty se mnohdy snažily vystříhat z vyrobených filmů nevhodné scény, které se ale divákům líbily a půjčovna na ně kladla větší důraz při propagaci. Jako příklad takového jednání může sloužit spor, který vznikl mezi jednou z krajských komisí a ÚPF poté, co se na fotosku k filmu *Sněženky a machři* dostalo obnažené ňadro jedné z hlavních představitelk filmu.

Složitá organizační struktura v zásadě nedovolovala pružnou spolupráci potřebnou pro příznivý ekonomický provoz. V dobových pramenech jsem zjistil, že úvahy o lepší

---

<sup>51</sup> ČERMÁK, Leo: Od monopolu k oligopolu: česká filmová distribuce v letech 1989 – 1993, cit.d.

<sup>52</sup> Rozvezení kopií v jednotlivých krajích demonstruje distribuční záznamová karta [CD-ROM, UPF]

<sup>53</sup> Václav Březina, rozhovor 2008

spolupráci mezi Krajskými filmovými podniky a ÚPF existovaly již před rokem 1989. Ing. Tugan Veselý například navrhoval sloučení Krajských filmových podniků s Ústřední půjčovnou filmů.<sup>54</sup> Na přílišný byrokratický aparát vzpomíná také Aleš Danielis..

### **Distribuce zahraničních filmů**

Již koncem 80. let převládaly v ÚPF zásluhou jejich pracovníků ekonomické zájmy. Bylo jasné, které filmy jsou navštěvované a o které naopak nejeví diváci zájem. V roce 1989 tvoří žebříček nejnavštěvovanějších filmů převážně kombinace českých filmů s filmy z nesocialistických zemí.<sup>55</sup> V této skupině převládaly zejména americké filmy, což si uvědomovali pracovníci Oddělení průzkumu práce s filmem již v dřívějších dobách. Radko Hájek charakterizoval danou situaci slovy:

*„Hospodaření Československého filmu fungovalo asi takto: 1 koruna vložená do distribuce amerického či francouzského filmu vyprodukovala 3 koruny od diváků; ty se vložily do výroby českého filmu, který z nich vyprodukoval 1 korunu, ta se vložila do distribuce amerického či francouzského filmu a vyprodukovala 3 koruny od diváků ...“<sup>56</sup>*

Již koncem 80. let bylo jasné, že se musí něco změnit. S nástupem Jana Jíry do ÚPF se Ústřední půjčovna filmů postupně připravovala na privatizaci. Ubýval počet zaměstnanců, oddělovaly se některé provozy, přehodnocovaly se jejich kompetence. Cíl těchto změn byl v zásadě jediný: Uzavřít dlouhodobé smlouvy s velkými americkými studii, které nebylo možné z politických důvodů uzavřít již dříve. Zatímco před rokem 1989 ÚPF nakupovala jednotlivé filmy za fixní ceny, po roce 1990 chtěla uzavřít smlouvy, které by z ÚPF udělaly obchodního zástupce daného studia na území Československa. Protože ÚPF věděla, že v devadesátých letech již nebude jediným distributorem, považovala za nutné získat smlouvy alespoň se dvěma velkými americkými studii a přirozeně se rozhodovala pro taková, která nabízela nejvýhodnější obchodní podmínky. Výhodou půjčovny se ukázal kontakt s kinaři na jedné straně a zkušenost filmových pracovníků na straně druhé. Musela ale projít zásadní restrukturalizací. Jedním z prvních

---

<sup>54</sup> MÍŠKOVÁ, Věra (1988): Je vinno jen video? (rozhovor s ředitelem Ústřední půjčovny filmů Tuganem Veselým). Rudé právo, 23. 9. 1988, s. 7.

<sup>55</sup> výjimku tvoří filmy *Poslední císař* a *Úder otevřenou dlaní* a *Krása neřesti* Srovnání viz *Závěrečný účet roku 1989. Zpravodaj ÚPF, č 3 / 1990, s. 3-10.*

<sup>56</sup> Rozhovor s Radko Hájkem, leden 2008. In: Šír, Ondřej: Pentalogie Dušana Kleina o básnících a český hraný film pro mládež 80.let. Bakalářská diplomová práce, Filozofická fakulta, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií, Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc: 2008. s. 48

významných kroků se stala změna názvu z Ústřední půjčovny filmů na Lucernafilm<sup>57</sup>. Ten se dále rozdělil na tři produkční skupiny:

1. Skupina Alfa vedená Milicou Pechánkovou, která připravovala do distribuce filmy studií MGM a UIP
2. Skupina Beta vedená Janem Strnadem, která připravovala do distribuce filmy studia FOX
3. Skupina Gama vedená Svatavou Peschkovou, která se specializovala na uvádění domácích, evropských a nezávislých filmů.

Zavedení těchto tří skupin znamenalo zásadní strategický počín při jednání s americkými partnery. Každý z nich totiž preferoval, aby se o distribuci jejich filmů starala jedna stabilní skupina lidí.

### **Role Filmexportu**

Československý filmexport (dále jen Filmexport) plnil roli zprostředkovatele nákupu zahraničních filmů distribuovaných ÚPF, byl zároveň zprostředkovatelem prodeje českých filmů do zahraničí. Jeho zástupci komunikovali i se zahraničními štáby, kterým domlouvali natáčení zahraničních filmů v Československu. Nejznámějším případem, kdy Československý filmexport splnil roli prostředníka, bylo natáčení filmu **Amadeus** Miloše Formana.

Po roce 1989 ale jeho význam slábl. Nový Lucernafilm měl zájem jednat s producenty sám<sup>58</sup>. Došlo tak vlastně k oddělení dvou subjektů, které si začaly vzájemně konkurovat, přestože to byl právě Filmexport, kdo vyjednával první zahraniční smlouvy pro ÚPF. Klíčovou roli ve Filmexportu plnila Dr. Jitka Jeřábková a Ing. Michael Málek, kteří pracovali v oddělení dovozu filmů. V obou případech se jednalo o zkušené profesionály, kteří mohli konkurovat Aleši Danielisovi nebo Janu Jírovi. Během roku 1991 ale ztratil Filmexport přibližně polovinu zaměstnanců a během roku 1992 ukončil svoje aktivity.

---

<sup>57</sup> počátkem roku 1991

<sup>58</sup> Jan Jíra v tomto kontextu připomíná nezdařenou privatizaci Filmexportu, Leo Čermák připomíná, že o malý podnik nebyl zájem- srovnání Čermák, cit.d., s. 47

Zatímco role Filmexportu coby společnosti zanikla, Jitka Jeřábková a Michal Málek vstoupili do nově vzniklé společnosti Interama, Nastal boj o to, která společnost uzavře výhodnější smlouvy s americkými partnery.

### **3.2 Nástin proměněných obchodních vztahů- Základní pojmy**

- **Distribuční náklady**

Distribučními náklady rozumím veškeré náklady, které musí distributor filmu vynaložit ještě před jeho samotným uvedením do kin. Do této skupiny se obvykle zařazuje nákup kopií, dialogových listin, pořízení titulků nebo českého dabingu a náklady spojené s naprogramováním filmu do kin. V raném stádiu české polistopadové distribuce patřila do nákladů také garance, které platili čeští distributoři velkým zahraničním studiím<sup>59</sup>.

- **Cena za zakoupení filmu**

Dohodnutá částka, kterou zaplatí distributor producentovi za film, který následně distribuuje na daném území. Alternativou k tomuto obchodnímu vztahu je systém garancí a procentuelních podílů.

- **Garance**

Jednalo se o fixní částku, kterou dopředu zaplatil český distributor zahraničnímu partnerovi jako pojistku pro případ, že by se ocitl v platební neschopnosti. Výše garancí byla individuální, činila přibližně 10 000 USD na jeden film<sup>60</sup>

- **Procentuelní podíl**

Procentuelním podílem se rozumí podíl ze zisku distributora, který si ponechává český distributor. Podobně jako garance je uzavřený smluvně. Nejčastěji se jedná o 15-20%<sup>61</sup>.

- **Zisk distributora**

Ziskem distributora se rozumí částka (hrubá tržba), kterou získá distributor z kin, ponížená o distribuční náklady.

---

<sup>59</sup> Někteří distributoři platí garanci dodnes

<sup>60</sup> Zdroj: Jan Jíra, rozhovor 2009.

<sup>61</sup> Zjištěno porovnáním údajů jednotlivých distributorů

Výše garancí a procentuelních podílů jsou stejně dohodnutá cena za film předmětem obchodního tajemství a téměř žádný z distributorů je nesdělí přesně. Existují jen hrubé propočty předpokládané ceny za zakoupení filmu. Jeden model uvádí ve své diplomové práci s odvoláním na Hollywood Reporter Daniel Tupý:<sup>62</sup>

<b>Rozpočet filmu v mil. USD</b>	<b>0,75-1</b>	<b>1-3</b>	<b>3-6</b>	<b>6-12</b>
<b>Cena kinodistribučních práv (tis. USD)</b>	7	16	28	50

S rozhovorů s distributory jsem zjistil, že uvedené částky přibližně platí přinejmenším pro začátek devadesátých let. Částky se ale liší pro každou distribuční společnost a s nástupem nových distributorů na konci devadesátých let se zvyšovaly.

### **3.3 Vznik legislativního prostředí**

První distribuční společnosti začínaly pracovat de facto v ilegalitě. Stále totiž platil dekret presidenta republiky z roku 1945, který ustanovoval, že „k půjčování filmů, jakož i k jejich veřejnému promítání je oprávněn výhradně stát“.<sup>63</sup> Vládním nařízením ze dne 2. února 1962 o nové organizaci Československého filmu svěřuje vláda pravomoc uvádět filmy do kin Ústřednímu ředitelství Československého filmu. V rámci ČSF existovaly pouze dvě společnosti, které měly oprávnění distribuovat filmy a spadaly pod pravomoc ÚŘ ČSF: Ústřední půjčovna filmů a Slovenská půjčovna filmov.

Na základech těchto dvou společností vznikají po roce 1990 první dvě soukromé společnosti:

- a) **Lucernafilm**, který vznikl sloučením Ústřední půjčovny filmů a Středočeského krajského filmového podniku
- b) **Interama**, která vznikla společným projektem Slovenské půjčovny filmů a spolupracovníka Filmexportu Geralda Rapporta, který vlastnil firmu International Filmexchange

<sup>62</sup> TUPÝ, Daniel: Aspekty a tendence filmové distribuce v České republice 1990: vybrané aspekty kinodistribuce. Praha: FAMU, 2005, s. 56

<sup>63</sup> Dekret presidenta republiky 50/1945 Sb. ze dne 11. srpna 1945 o opatřeních v oblasti filmu, § 1. Účinnost od 28. srpna 1945.

Vedle toho ale spontánně vznikaly první distribuční společnosti, které s původním systémem neměly nic společného. 31. 5. 1991 je u Městského soudu v Praze zapsána společnost Space Films, která začíná den poté distribuovat film Tankový prapor. Za podobné situace a v ilegalitě probíhala také jeho výroba, kterou zaštitila společnost Bonton podnikatele Martina Kratochvíla. Do kin vstupoval pod sloganem „První poválečná soukromě vyrobená česká filmová komedie podle stejnojmenného románu Josefa Škvoreckého“<sup>64</sup> Aleš Danielis ale připomíná také jiný slogan, kterým tvůrci propagovali výrobu filmu: „My ten film vyrobíme, a pak nás klidně zavřete.“<sup>65</sup>

Soudní spor vyvolaný výrobou filmu se stal záhy skutečností. Ústřední ředitelství ČSF podalo na výrobce filmu žalobu.

Ředitel produkční společnosti Space Films Jiří Ježek o distribuci filmu jednal s ředitelem Lucernafilmu Janem Jírou, neshodli se ale na detailech spolupráce. Jiří Ježek požadoval distribuci ve větším počtu kopií (až 20), než bylo tehdy v Lucernafilmu u nových českých filmů zvykem (nanejvýš 10 kopií)<sup>66</sup> a Lucernafilm upřednostňoval rychlé uzavření distribučních smluv se zahraničními studii. To, že ilegálně vyrobený *Tankový prapor* uvedl nakonec do kin sám Jiří Ježek, nakonec česká filmová veřejnost akceptovala.

S odstupem času je zřejmé, že tvůrci vyčkávali schválení nového zákona, který by jasně stanovil nové podmínky výroby a distribuce filmů. Ten nakonec schválila Česká národní rada 15. října 1993. Předpoklad, že k tomuto kroku musí dojít, existoval ale již od roku 1990, kdy vláda novým nařízením zrušila původní nařízení z roku 1962, které dávalo výhradní pravomoci v oblasti kinematografie ÚŘ ČSF.<sup>67</sup> Toto nařízení se ale nezabývá podniky, které ÚŘ v rámci ČSF řídilo.

### **Snaha o spolupráci distributorů**

Od počátku devadesátých let bylo zřejmé, že Ústřední půjčovna filmů nebude jediným distributorem v zemi. 15. února 1990 se konalo první zasedání Asociace filmových distributorů, která vedle UPF sdružovalo také krajské filmové podniky. Jejím prvním předsedou se stal Jan Jíra. Úkolem Asociace bylo chránit zájmy filmové distribuce, určit její pravidla a připravit nové legislativní prostředí. Jedním z příkladů činnosti AFID je bojkot filmu **Slunce, seno, erotika**, jehož distribuce se ujal kinař z Plané u Mariánských lázní Jiří Kalaš a od kin namísto obvyklých 50% z tržeb požadoval až 70%.

---

<sup>64</sup> Zdroj: Interní databáze Unie filmových distributorů

<sup>65</sup> Danielis, cit. d., s. 63

<sup>66</sup> Interní databáze UFD uvádí v kolonce filmu Pějme píseň dohola pouze jednu distribuční kopii

<sup>67</sup> Nařízením vlády č. 429/1990 z 2. srpna 1990



V roce 1992 navázala na práci AFID Unie filmových distributorů, která vznikla jako sdružení právnických osob a s obměněnými členy pracuje dodnes.

### **Interama- první „legální soukromá“ společnost**

Období činnosti 18. 4. 1991- 31. 3. 1993

První film: Hráči se smrtí (premiéra 23. 5.1991)

<b>Rok</b>	<b>Filmy celkem</b>	<b>Filmy USA</b>	<b>Film Euro</b>	<b>Filmy ČSR</b>
<b>1991</b>	20	20	0	0
<b>1992</b>	37	33	3	1
<b>1993</b>	9	7	2	0

Distribuční společnost Interama vznikla ve spolupráci Slovenské půjčovny filmů a spolupracovníka Filmexportu Geralda Rapporty, který vlastnil firmu International Filmexchange. Předsedou představenstva se stal ředitel SPF Ing. Peter Kot, generálním ředitelem Ivan Sollár. Otevření pražské pobočky připravovala Jitka Jeřábková, která přišla z Filmexportu a stala se její ředitelkou<sup>68</sup> Do nově otevřené pražské kanceláře přešel z Filmexportu také Michael Málek, který byl programovým ředitelem s odpovědností pro celé území Československa.

Základní strategické cíle společnosti Interama uvádí v rozhovoru z roku 2010 tehdejší předseda představenstva, Ing. Peter Kot:

- a) rozbití dosavadního monopolu ÚPF a ochrana před monopolem novým
- b) -vytvoření nových přímých vztahů s americkými major společnostmi bez prostředníků
- c) -zabezpečení široké nabídky filmů pro návštěvníky kin
- d) -přiblížení termínů premiér filmů v Československu co nejdříve ke světovým premiérám<sup>69</sup>
- e) -zavedení nového systému spolupráce s kiny

Zatímco Lucernafilm zastupoval americké společnosti UIP, MGM a Fox, Interama zastupovala společnosti Columbia Picture ,Tri Stars, Warner Brothers a Buena Vista International. Je zřejmé, že s některými z těchto společností jednal již předtím

<sup>68</sup> Čermák, 2008, cit. d.

<sup>69</sup> předtím to bylo s několikarocním odstupem

Lucernafilm. Jan Jíra uvádí příklad jednání Lucernafilmu se společností Buena Vista, se kterou se ale nakonec kvůli nízkému procentuelnímu podílu, který navrhovala Buena Vista, nedohodl<sup>70</sup>.

Mezi nejúspěšnější filmy uvedené Interamou patřily: **Tanec s vlky** (1 128 tis. diváků), **Mlčení jehňátek** (1 023 tis.), **Kdopak to mluví** (941 tis) **Král zbojníků- Robin Hood**, (917 tis.) a **Kdopak to mluví II** (841 tis. diváků)

Interama uzavřela typ smlouvy, kdy dopředu zaplatila zahraničnímu studiu garanci, kterou započítala do distribučních nákladů a o zisk (hrubá tržba z kin – distribuční náklady) se dělila se zahraničním studiem. Výši poměru odmítl Peter Kot s ohledem na obchodní tajemství sdělit. Z rozhovoru s programovým ředitelem Interamy Michaelem Málkem je ale zřejmé, že výše garancí v počátečních stádiích mohla být až 20 000 USD<sup>71</sup> a procentuelní podíl ze zisku, který zůstával společnosti, činil 15-20%. Postupně vyvíjeli zástupci společnosti tlak na americká studia, aby nepožadovala po Interamě garanci. Zahraniční studia na takový požadavek obvykle přistoupila, ale snížila firmě distribuční podíl.

Interama si podobně jako Lucernafilm nemohla vybírat z nabídky zahraničních společností, uváděla celou kolekci. Podle atraktivnosti filmu volila počet kopií, který ale nikde nesdělovala. Do kin uváděla trailery k filmům, jak samostatně, tak připojené k jiným filmům. Pro kinaře připravovala pracovní projekce k filmům, organizovala slavnostní premiéry velkých hollywoodských hitů.

Interama se nikdy nepodílela na pořádání filmových přehlídek ani festivalů, zato se vždy snažila komunikovat s kinaři a zajistit nejlepší možné nasazení svých filmů ve velkých premiérových kinech. Při spolupráci s kinaři neznala pojem fixní půjčovné a všechny filmy půjčovala kinům za 50% podíl.<sup>72</sup>

Podobně jako Lucernafilm spolupracoval na programování s Krajskými filmovými podniky, také Interama pracovala podobným způsobem. Prahu a část Čech programoval Filmový podnik hlavního města Prahy, Filmcentrum Hradec Králové zajišťoval program pro východní, severní a jižní Čechy, Moravafilm měl na starost Moravu a Slezko. 19. listopadu 1991 založili zástupci zmíněných společností programovací agenturu Interfilm, která dále zajišťovala program ve stejném rozsahu.<sup>73</sup>

---

<sup>70</sup> Jan Jíra, rozhovor 2009

<sup>71</sup> případ studia Columbia

<sup>72</sup> Peter Kot, rozhovor, duben 2010 [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>73</sup> Eva Váňová- Moravafilm, Otto Sedláček- Filmcentrum a Miroslav Mařík- Filmový podnik Hl.města Prahy. Srovnání Čermák, cit.d. s. 51

Již v počátcích 90. let se společnost Interama snažila upoutat diváky televizní reklamou. Její podobu konzultovali zástupci společnosti s americkými partnery. Ve vlastní režii distribuovala také videokazety.

V roce 1992 koupila Interamu britská společnost Guild Entertainment Ltd se sídlem v Londýně, která měla velmi úzkou vazbu na americkou produkční společnost Carolco<sup>74</sup>.

Interama je jedinou významnou distribuční společností, která celou dobou své existence spadá do období 1990-1993. Distribuční společnosti vzniklé v této době, jejichž činnost pokračovala i po roce 1993, uvádím v následujících kapitolách.

---

<sup>74</sup> Produkční společnost založená v USA v roce 1976, která produkovala filmy jako Rambo nebo Terminátor II

## 4 DISTRIBUCE ČESKÝCH FILMŮ

České filmy patřily již od konce 80. let k divácky žádaným. V roce 1989 nacházím v tabulce 10 nejnavštěvovanějších filmů 3 z československé produkce (**Slunce, seno a pár facek**- 3 465 tis. diváků, **Kopytem sem, kopytem tam** – 1 572 000 diváků a **Copak je to za vojáka** – 762 000 diváků)<sup>75</sup>. Již v předcházejících letech se ale na prvních příčkách žebříčků objevovaly filmy jako **Diskopříběh** (1987, 1 490 tis diváků), **Kamarád do deště** (1987, 1 445 tis) nebo **Jak básníkům chutná život** (1987, 1 720 tis)<sup>76</sup>. Právě tyto filmy se v 90. letech stávaly častým předmětem zájmu prvních soukromých producentů a distributorů, kteří připravovali jejich pokračování.

Na počátku 90. let se ale v české kinematografii začal prosazovat trend filmových reflexí předlistopadové doby. K té se sloganem „muzikál totalitního věku“<sup>77</sup> jako první přihlásil film **Kouř** Tomáše Vorla, který měl premiéru v únoru 1990 a následovala ho komedie Ondřeje Trojana **Pějme píseň dohola**. Ani jeden z těchto filmů se ale nesetkal s vážnějším zájmem diváků. Jan Jíra vzpomíná, jak je kina nechtěla pro malý zájem diváků programovat. Nejnavštěvovanějším českým filmem premiérováním v roce 1990 se tak stala rodinná komedie Marie Poledňákové **Dva lidi v zoo**. Nezájem diváků o české filmy byl podle statistik větší, než nezájem o zahraniční filmy. Zatímco celková návštěvnost v kinech poklesla v roce 1990 z 51, 5 mil diváků na 36, 4 mil. diváků (pokles o 30%), návštěvnost českých filmů se propadla ze 17,2 mil. na 9 mil. (pokles o 48%).<sup>78</sup>

Vedle diváckého nezájmu spatřuji další příčiny poklesu návštěvnosti českých filmů v neochotě UPF uvádět je. Tu potvrzuje případ Miloše Zábranského a jeho podobenství **Masseba**. Režisér snímku vzpomíná na první promítání filmu v aule ČVUT v Praze, kde se v předrevoluční době, na podzim 1989 setkal s velkým zájmem studentů. „Chyběla vůle ji tehdy odvysílat v kinech“, podotkl Zábranský.<sup>79</sup> Tvrzení režiséra **Masseby** doplňuje svědectví Jiřího Ježka, který připomíná, že UPF distribuovala. I ty nejméně úspěšnější české snímky v příliš nízkém počtu kopií. Upozadění distribuce českých filmů potvrzuje i studie Aleše Danielise, která argumentuje, že se UPF snažila rychle uzavřít výhodné smlouvy

<sup>75</sup> Závěrečný účet roku 1989. Zpravodaj ÚPF, č 3, 1990, s. 3-10

<sup>76</sup> BŘEZINA, Václav: Lexikon českého filmu. Praha: Cinema, 1997

<sup>77</sup> dobový distribuční list k filmu zaznamenaný v databázi UFD. [CD-ROM, Databáze Filmy]

<sup>78</sup> Danielis, 2007, cit. d., s.97

<sup>79</sup> ŠÍR, Ondřej – KAMENÍK, Miloš: Někdy je lepší se někam schovat- rozhovor s Milošem Zábranským. 25fps, 29.3. 2010. Online: [http://www.25fps.cz/clanek/nazev:nekdy-je-lepsi-se-nekam-schovat]. Citováno 20. srpna 2010

s americkými distributory, a proto pro ni české filmy nebyly zajímavé<sup>80</sup>. Ve skutečnosti UPF opravdu chtěla rychle uzavřít smlouvy s významnými americkými Majors, zároveň se ale setkávala s neochotou českých producentů spolupracovat s UPF. Každý chtěl totiž svůj film distribuovat jinak, ojedinele, zkrátka sám.

Danielis sleduje příčiny tohoto jednání s přihlédnutím k aktuální politické situaci. Slovo „soukromý“ se stalo obchodní značkou a producenti měli snahu uvádět první soukromé filmy pod hlavičkou prvních soukromých společností. Prvenství v oblasti privátní distribuce drží Blažej Vráb, který v roce 1990 založil výrobní družstvo DRUFIT<sup>81</sup>, prostřednictvím něhož začal vyrábět film **Slunce, seno, erotika**. Film svěřil do distribuce vedoucímu kina v Plané u Mariánských Lázní, Jiřimu Kalašovi. Tento počín ovšem odsoudila Asociace filmových distributorů.

Zásah AFID proti distribuci filmu Slunce, seno, erotika dokazuje spolu s žalobou, kterou podalo ÚŘ ČSF na výrobce Tankového praporu, snahu tehdejších zaměstnanců ČSF udržet centrální a jasně daná pravidla, kdo a za jakých podmínek bude české filmy vyrábět a distribuovat. Nástup velkého množství filmových společností ale tuto snahu značně komplikoval.

Noví producenti se snažili každý film propagovat v zahraničním stylu. Nechyběly slavnostní premiéry s červeným kobercem, televizní reklama, vyšší počet kopií ani setkávání tvůrců s kinaři. Ve spolupráci s distributory organizovali kampaně v novinách, které zahrnovaly soutěže pro čtenáře. Jako příklad uvádí Jiří Mika, zástupce společnosti Heureka Production, soutěž pro čtenáře deníku Blesk, která doprovázela premiéru filmu **Konec básníků v Čechách**<sup>82</sup>. Oproti uváděným 3-5 kopiím se obvyklý počet kopií u filmů distribuovaných novými společnostmi postupně zvýšil na úroveň roku 1987<sup>83</sup> a leckdy ji i překonal. České filmy se tak začaly pravidelně objevovat v čele žebříčků návštěvnosti a staly se předmětem zájmu nových společností.

<i>Distributor</i>	<i>Film</i>	<i>Rok</i>	<i>Kopíí</i>
--------------------	-------------	------------	--------------

<sup>80</sup> Danielis, 2007, cit. d. s. 63

<sup>81</sup> duben 1990

<sup>82</sup> podobu kampaně ukazují v příloze této práce

<sup>83</sup> tehdy se počet kopií u nových českých filmů pohyboval okolo 30-40 kopií pro celé Československo. Po roce 1989 se ale české filmy distribuovaly třeba jen v jediné kopii, což je případ filmu Pějme píseň dohola.

<b>Krátký film</b>	Diskopříběh č. 2	1991	25 <sup>84</sup>
<b>Space films</b>	Tankový prapor	1991	30 <sup>85</sup>
<b>Heureka Prod.</b>	Kamarád do deště 2	1992	50 <sup>86</sup>
<b>Krátký film</b>	Svatba upírů	1993	35

Ve zbytku kapitoly se věnuji pouze společnostem, které se v 90. letech specializovaly na distribuci českých filmů a byly různou měrou propojeny s některou produkční společností.

#### 4.1 Krátký film

Období distribuční činnosti 1.9.1991- dosud

První film: Motýlí čas ( premiéra 1.9.1991)

<i>Rok</i>	<i>Filmy celkem</i>	<i>Filmy USA</i>	<i>Film Euro</i>	<i>Filmy CZ</i>
<b>1991</b>	3	0	0	3
<b>1992</b>	0	0	0	0
<b>1993</b>	3	0	0	3
<b>1994</b>	3	0	0	3
<b>1995</b>	1	0	0	0

Krátký film do roku 1989 řídil syn Milouše Jakeše Lubomír Jakeš a Občanské fórum mu vyslovilo nedůvěru již 27. listopadu 1989. Zastupujícím ředitelem se stal Ing. Jiří Mika, kterého záhy nahradil bývalý náměstek ředitele ČSF, Ing. Jan Knoflíček.<sup>87</sup> Před skončením roku 1990 začala transformace Krátkého filmu<sup>88</sup>, během níž vložilo ÚŘ ČSF se souhlasem vlády majetek Krátkého filmu do nově vzniklé společnosti KF, a.s. Majoritní podíl drželo Ministerstvo kultury (84,6%), patnáctiprocentní podíl získala vkladem 50 milionů korun Česká pojišťovna.<sup>89</sup>

V průběhu roku 1992 se společnost připravuje na privatizaci. 19. května 1993 vláda schválila, že 54,7 % akcií se bude privatizovat kupónovou metodou, 24,7% získá

<sup>84</sup> Zdroj UFD

<sup>85</sup> Zdroj Jiří Ježek [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>86</sup> Zdroj Jiří Mika [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>87</sup> Ve funkci předsedy představenstva až do roku 1997, členem představenstva do roku 1999

<sup>88</sup> Probíhala podle tehdy platného transformačního zákona.

<sup>89</sup> Čermák, cit.d., s. 48

Státní fond kinematografie a 15% si ponechá Česká pojišťovna. Zbylé akcie byly rozděleny do restitučního fondu nebo je získali zaměstnanci KF<sup>90</sup>

Společnost zaměstnávala přibližně 1000 pracovníků, kteří se uplatňovali v devíti studiích. Ta měla samostatnou dramaturgii. Krátký film se tak orientoval zvláště na kreslený, loutkový a dokumentární film (tři samostatná studia). Čtyři studia se zaměřovala na výrobu hraného filmu (vedoucí studií Zdeněk Polák, Jiří Menzel, Věra Laštůvková a Martin Hoffmeister). Dále existovalo studio Prima specializované na výrobu televizních pořadů, které vedl Zdeněk Kučera a studio J.A. Komenského v čele s Jitkou Láskovou, jenž mělo na starost výrobu výukových programů.

Do roku 1989 distribuovala filmy vyrobené Krátkým filmem UPF. Ty po roce 1991 převzal do distribuce Lucernafilm. KF a.s. ale usilovala o jejich získání a 30. září 1991 vypověděla Lucernafilmu distribuční smlouvu<sup>91</sup>. V témže měsíci uvedla do kin film Břetislava Pojara Motýlí čas. Jednalo se ale o jeden ze snímků, který postihl divácký nezájem počátku 90. let. Krátký film vydal pouze jednu kopii filmu<sup>92</sup>, uskutečnil 299 představení pro 7 713 diváků.<sup>93</sup>

Vypovězením smlouvy Lucernafilmu získala KF a.s. do distribuce 34 celovečerních filmů, mezi nimiž byla i před rokem 1989 kontroverzně přijatá **Hra o jablko** nebo **Faunovo velmi pozdní odpoledne**. Vedle toho převzala práva k uvádění 31 animovaných pásem. Tyto filmy nepřešly na rozdíl od celovečerních filmů vyrobených mezi lety 1965-1990 do majetku Státního fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie.

Zahájení distribuce nových českých filmů považuje Jiří Mika s odstupem za logický krok. Připomíná, že Krátký film byl v 80. letech jediným podnikem spadajícím pod ÚŘ ČSF, který se zabýval výrobou reklamních snímků a měl proto mezi zaměstnanci řadu odborníků, kteří se o distribuci mohli starat. Již první uvedený film, **Discopříběh** č. 2, se stal 4. nejnavštěvovanějším českým titulem uvedeným v letech 1991-1992.<sup>94</sup> (985 tis. diváků) Produkovali ho ve společnosti Renata film Milan Brabec a Jiří Ulrich<sup>95</sup>. Ve výčtu distribuovaných filmů logicky následoval další počín Jaroslava Soukupa **Svatba upírů**, který ale v kinech viděla v porovnání s **Discopříběhem** pouhá pětina diváků. Neúspěch dalších distribuovaných komedií (**Ještě větší blbec, než jsme doufali** pouze 140 000

---

<sup>90</sup> Strnad, cit. d., s. 30

<sup>91</sup> Danielis, cit. d. s. 62

<sup>92</sup> Zdroj: Interní databáze UFD, fakt potvrzuje také nízký počet představení, který odpovídá životnosti jedné kopie

<sup>93</sup> Březina, cit. d., s. 232

<sup>94</sup> Čermák, cit. d. s. 83

<sup>95</sup> Pozdější spolujednatel distribuční společnosti Heureka Production

diváků) byl předpokladem k tomu, aby Krátký film distribuce nových českých filmů zanechal.

Společnost se vyznačovala výrobou poměrně vysokého počtu kopií. Vedle zmíněných Soukupových filmů distribuovala ve 30 kopiích také sci-fi odehrávající se na vzdálené planetě v roce 13 000, které tvůrci nazvali Nexus (1993)<sup>96</sup>. Jednalo se o koprodukční projekt České republiky, Anglie a Španělska, který zaznamenal pouhých 834 představení. Na výrobě se KF a.s. produkčně podílela. Jeden ze zahraničních partnerů filmu ale nebyl schopen svůj podíl zaplatit a Krátký film ho nakonec odkoupila. Nexus dokončila pouze za cenu vysokého úvěru, kvůli kterému musel zastavit jednu ze svých nemovitostí.<sup>97</sup>

V červnu roku 1995 společnost distribuci nových českých filmů ukončila. Ředitel Jan Knoflíček se totiž dlouhodobě orientoval na investice do výroby filmů, které společnosti měly pomoci přežít i za delší čas.

30. 4. 1996 mění KF. a.s. svůj název na Krátký film Praha, a.s. a po celý zbytek 90. let se potýká s ekonomickými problémy, které řešil mimo jiné navýšením vkladu ze strany České pojišťovny nebo přestěhováním společnosti do Olomouce<sup>98</sup>

Význam Krátkého filmu pro českou distribuci počátku 90. let je ale neoddiskutovatelný. Vedle zmíněných komerčních titulů totiž dopomohl do kin také filmům, které se svým stylem hlásily k československé nové vlně (**Pevnost, Helimadoe**) a stal se jediným distributorem, který v 90. letech uvedl do kin nové animované filmy (**Motýlí čas, Tisíc a jedna noc**)

Ze zaměstnanců Krátkého filmu, kteří se v 90. letech aktivně věnovali distribuci právě českých filmů, zmiňuji Jiřího Ježka, zakladatele Spacefilmu a Jiřího Miku, pozdějšího společníka Heuraka Production.

Krátký film sice ukončil distribuci nových českých filmů, ale i v roce 2010 stále distribuuje pásma animovaných filmů stejně jako snímky **Pevnost** nebo **Život a neobyčejná dobrodružství vojáka Ivana Čonkyna**, které nabízí kinům za fixní částky většinou nepřevyšující 1000 korun, čímž se řadí k nejlevnějším distributorům na trhu.<sup>99</sup> Společnost nezasílá žádné trailery ani propagační materiály, distribuční nabídka zahrnuje prostý seznam filmů s krátkou anotací o jedné větě. Kontaktní osobou pro distribuci je Olga Kovářová.

---

<sup>96</sup> Březina, cit. d., s.259

<sup>97</sup> Čermák, cit.d., s. 49

<sup>98</sup> Danielis, cit. d. s. 72

<sup>99</sup> distribuční nabídka Krátkého filmu Praha platná k 1.6.2010



## 4.2 Planfilm

Období činnosti 1. 4. 1991- 14. 9.1995

První film: Slunce, seno, erotika (premiéra 1. 4. 1991)

<i>Rok</i>	<i>Filmy celkem</i>	<i>Filmy USA</i>	<i>Film Euro</i>	<i>Filmy CZ</i>
<b>1991</b>	1	0	0	1
<b>1992</b>	2	2	0	0
<b>1993</b>	3	2	0	1
<b>1994</b>	1	0	0	1
<b>1995</b>	5	2	0	3

Planfilm vnímám jako první soukromou společnost, která se po roce 1989 začala zabývat distribucí filmů. Ve skutečnosti však patřila, obdobně jako pozdější Astra Cinema, spíše mezi programovací agentury. Vykonávala totiž jenom část distribuční činnosti, programování filmů do kin a rozesílání propagačních materiálů.

### Vznik a organizace společnosti

Pokud chci přiblížit historii této společnosti, je třeba začít již v roce 1967. Tehdy se u přijímacích zkoušek na FAMU potkali Jiří Kalaš, budoucí zakladatel Planfilmu, a Jaroslav Soukup, pozdější filmový režisér. Vzniklo přátelství, které vydrželo dodnes. Když Jaroslav Soukup natáčel v roce 1979 na Barrandově svůj hraný celovečerní debut **Drsná planina**, Jiří Kalaš mu pomáhal při natáčení obstarávat lokace, ztvárnil dokonce jednu z vedlejších rolí. Tím vstoupil do širšího povědomí filmové veřejnosti<sup>100</sup>.

Po roce 1990 začala nově vzniklá společnost National Film vyrábět pokračování komedie Zdeňka Trošky Slunce, seno erotika. Jako vedoucí produkce na filmu pracoval spoluzakladatel National Filmu a barrandovský produkční Blažej Vráb.<sup>101</sup> Společnost National Film vznikla společenskou smlouvou mezi Blažejem Vrábem, generálním ředitelem a Rudolfem Mosem<sup>102</sup>, obchodním ředitelem, 9. listopadu 1990, vklad do společnosti byl 100 000 Kčs.<sup>103</sup> Na činnost Nationalfilmu úzce navazovalo Vrábovo produkční družstvo Drufip. Film Slunce, seno, erotika vznikal v koprodukcí mezi Natinalfilmem a FSB. Společníci se na distribuci nedohodli s Lucernafilmem. Jiří Kalaš potvrzuje, že Lucernafilm měla zájem distribuovat americké filmy, kterými plnila

<sup>100</sup> KALAŠ, Jiří: Jak jsme točili film. Planá u Mariánských Lázní, 2003

<sup>101</sup> Vedoucí produkce mimo jiné u filmů Slunce, seno, jahody a Slunce, seno a pár facek

<sup>102</sup> od roku 1970 barrandovský produkční, mimo jiné zástupce vedoucího produkce u filmů Slunce, seno, jahody a Slunce, seno a pár facek

<sup>103</sup> Zdroj: Administrativní registr ekonomických subjektů

distribuční kalendář a na české filmy nezbyvalo obzvláště v lukrativních jarních a podzimních termínech místo. Blažej Vráb proto hledal navzdory trvajícím státnímu monopolu někoho, kdo bude film distribuovat soukromě. Zdeněk Troška zprostředkoval tuto situaci Jiřímu Kalašovi, vedoucímu kina v Plané u Mariánských Lázní, který se nabídl, že se distribuční činnosti ujme. Nabídl výhodné ekonomické podmínky (za distribuci požadoval podíl z tržeb ve výši 2-5%)<sup>104</sup> a nebál se experimentovat s vyšší procentuelního podílu, který odváděli kinaři distributorovi. Podle svých slov Jiří Kalaš požadoval od kinařů jako půjčovné podíl z tržeb ve výši 60% namísto obvyklých 50%. Aleš Danielis ale uvádí vyšší podíl, který museli kinaři Planfilmu odvádět-75-80%.<sup>105</sup> Většina provozovatelů biografů Troškovu komedii ale přesto promítala, vidina i tak vysokých tržeb pro ně byla zajímavější, než bojkot ze strany AFID.

### **Dramaturgie a strategie**

Jiří Kalaš neměl žádný dramaturgický záměr. Prostě si chtěl splnit dávný sen, pracovat pro český film. Jeho výhodou bylo, že se nebál žádných experimentů a spolupracoval takřka na všem, co mu přišlo zajímavé. Již prvním počinem *Slunce, seno, erotika*, si ale proti sobě poštval část kinařů a také mediální veřejnost.

Film *Slunce, seno, erotika* byl poslední spoluprací mezi Blažejem Vrábem a Rudolfem Mosem. Mos následně vyráběl ve vlastní produkci filmy jako *Jedna kočka za druhou* (1993), *Vekslák, aneb zlaté staré časy* (1994) a *Playgirls* (1994). Tyto filmy distribuoval Planfilm.

Kromě Mose ale Kalašovi nabízeli spolupráci i další partneři. Například nově založená distribuční společnost Golden Crown předlistopadového ředitele Ústřední půjčovny filmů, Ing. Tugana Veselého. Ten se chtěl angažovat v nově se rozvíjející videodistribuci, několik filmů ale uvedl prostřednictvím Planfilmu také do kin (*Černý přízrak*, *Ohnivá eskadra*)<sup>106</sup>. Všechny takto pořízené filmy Veselý dodával s českým dabingem.<sup>107</sup> Kopie měl na starosti Tugan Veselý, Kalaš opět zajišťoval pouze programování. Golden Crown ale brzy zkrachovala. Podle Kalaše se nedokázala zorientovat v novém tržním prostředí a její náklady (zahraniční cesty, nájem kanceláře) výrazně převyšovaly dosažený zisk. Tugan Veselý opustil distribuční činnost a věnoval se například průvodcovství.

---

<sup>104</sup> Jiří Kalaš, rozhovor, září 2010 [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>105</sup> Danielis, 2007, cit. d., s.63

<sup>106</sup> Čermák, 2008, cit. d. s.55

<sup>107</sup> Srovnání například distribuční list k filmu *Černý přízrak*.

Obdobný projekt nabídla Kalašovi nově vzniklá společnost Hošna film Brno, pod níž jsou podle údajů Českého filmového centra<sup>108</sup> podepsáni Václav Junek<sup>109</sup>, Tomáš Spurný a Steve Loveček Lichtag. Hošna Film Brno vyrobila komedii **Trhala fialky dynamitem** a podle Kalaše měla zájem dovážet americké filmy a ze zisku z jejich distribuce vyrábět vlastní akční filmy. Neúspěch projektu **Trhala fialky dynamitem** ale tyto plány zhatil.

Jiří Kalaš se tak musel nadále spokojit pouze s produkčními projekty Rudolfa Mose. Ten v roce 1994 produkoval ve spolupráci s televizí Nova dvoudílný projekt Víta Olmera **Playgirls**. Ten ale skončil diváckým nezájmem. První díl vidělo v kinech 119 851 diváků, druhý již jen 53 497 diváků. Mos požadoval po Kalašovi stále menší částku, za kterou bude filmy distribuovat. Nakonec se oba shodli na tom, že po nástupu televize Nova ztrácí distribuce filmů do kin smysl. Pro Kalaše se navíc staly překážkou ostatní distribuční společnosti, které nabízely producentům financování reklamních kampaní k jejich filmům. Rudolf Mos ukončil produkční činnost a Jiří Kalaš zůstal dodnes vedoucím kina v Plané u Mariánských Lázní.

### **Spolupráce s kinaři**

Po prvotním experimentu s půjčovným se Jiří Kalaš vrátil ke standardním podmínkám. Po kinařích požadoval 50% z tržeb, posílal jim plakáty a filmové ukázky. Programování kin zajišťovala centrála společnosti v Tachově zprvu pro celé území republiky, později vzniklo programovací středisko v Brně, které spolupracovalo se společností Moravafilm<sup>110</sup>.

Planfilm nabízela kinům rovné podmínky. Všechna kina platila procentuelní odvod. Teprve v závěru své činnosti přistoupila na klasifikaci kin, která znamenala zavedení fixního půjčovného pro ekonomicky nevýnosná kina.

---

<sup>108</sup> <http://filmcenter.cz>

<sup>109</sup> producent filmu **Trhala fialky dynamitem**

<sup>110</sup> Jeden ze spoluzakladatelů společnosti Astra Cinema.

### 4.3 Space Films

Období distribuční činnosti 29. 5. 1991- 20. 9. 2001<sup>111</sup>

První film: Tankový prapor (premiéra 29. 5.1991)

<i>Rok</i>	<i>Filmy celkem</i>	<i>Filmy USA</i>	<i>Film Euro</i>	<i>Filmy CZ</i>
1991	1	0	0	1
1992	7	5	0	2
1993	3	0	0	3
1994	2	0	0	2
1995	4	0	2 <sup>112</sup>	2
1996	4	0	1	4
1997	4	0	0	4
1998	2	0	0	2
1999	3	0	0	3
2000	8	5	2	1
2001	6	6	0	0

#### Vznik a organizace

Historie distribuční společnosti Space Films začíná v okamžiku, kdy majitel obchodního družstva Bonton Martin Kratochvíl nabídl Jiřímu Ježkovi, který působil již před rokem 1989 v Krátkém filmu, zpracování práv na **Tankový prapor**, která zakoupil od Josefa Škvoreckého. Jiří Ježek souhlasil a začal vyjednávat s ředitelem Barrandova Václavem Marhoulem o jeho výrobě.<sup>113</sup> Ten se ale musel řídit platnou legislativou, podle níž mohly film vyrábět jen podniky řízené ÚŘ ČSF. Ježek se rozhodl vyrobit film pro Bonton ve vlastní produkci a musel proto čelit žalobě, kterou na něj podalo ÚŘ ČSF. Na konci května roku 1990 zapsal u Městského soudu v Praze<sup>114</sup> společnost Space Films, spol. s.r.o a se vkladem 200 000 se stal jejím jediným společníkem. Obdobně jako s Marhoulem se nedohodl ani s Janem Jírou coby ředitelem Lucernafilmu o distribuci a rozhodl se **Tankový prapor** nabízet kinům sám. Spolu s Pavlem Šolcem začal vymýšlet

<sup>111</sup> ohraničeno premiérou prvního a posledního uvedeného filmu, v oblasti produkce dosud aktivní

<sup>112</sup> jednalo se o slovenské filmy **Vášnivý polibek** a **...koně na betoně**

<sup>113</sup> ředitelem od listopadu 1990

<sup>114</sup> Zdroj: Administrativní registr ekonomických subjektů spravovaný Ministerstvem financí ČR. (dále jen ARES) Dostupné online na [[http://www.info.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv\\_or.cgi?ico=17049431&jazyk=cz&xml=1](http://www.info.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv_or.cgi?ico=17049431&jazyk=cz&xml=1)]. Citováno 22.8.10

marketingovou kampaň k filmu, připravovat televizní spoty a zajišťovat kinodistribuci. Tuto dobu považuje Jiří Ježek za velmi obtížnou, protože musel čelit mnoha problémům vyplývajícím z neznalosti prostředí. Nevěděl, kde zakoupit přepravky na filmové kopie, netušil nic o programování ani o právních předpisech. Žaloba ze strany ÚŘ ČSF<sup>115</sup> a bojkot filmu, který vyhlásil ředitel Barrandova Marhoul, se ale stal vděčným mediálním tématem a filmu tak bezděky zajistil účinnou reklamu. 6822 představení vidělo v kinech 2 430 276 diváků a **Tankový prapor** se tak stal nejnavštěvovanějším filmem porevoluční české kinematografie.

V roce 1991 přijal Jiří Ježek do společnosti na základě doporučení Pavla Šolce Ing. Petra Zenkla, který do té doby působil v oddělení zahraničního obchodu podniku Československá keramika<sup>116</sup>. Díky obchodním zkušenostem a znalosti cizích jazyků se Zenkl stal ředitelem distribuční sekce. Kromě kontaktu s kinaři měl navíc za úkol přepravit oddělení mezinárodního prodeje českých filmů, které by fungovalo v rámci Space films a suplovalo tak v 90. letech nefungující Filmexport.

### **Zahraníční akvizice**

Další zakázkou Space Filmu se v roce 1992 stali Černí baroni, které vyráběl pro Barrandov. Mělo se jednat o první film, který zmíněné zahraniční oddělení prodá. Oslovené distribuční společnosti o něj ale většinou nejevily zájem, byl pro ně nesrozumitelný. Přes prvotní neúspěch ale Zenkl svoji pozici uhájil.

Stěžejní činností firmy Space films se stala produkce a výroba filmů, přičemž vzniklé produkty tvořily jádro dramaturgického plánu distribučního oddělení. Jiří Ježek ale usiloval o stabilní firmu a věděl, že distribuce českých filmů k tomu nestačí.<sup>117</sup> Takže když ho v roce 1992 pozvali na setkání zástupci americké major společnosti Warner Bros, a nabídli mu spolupráci, přijal ji<sup>118</sup>. V průběhu roku 1992 uvedl do kin 5 filmů studia a to i přesto, že exkluzivní smlouvu s WB měla v té době Interama. Podle Jiřího Ježka si Warner Bros. pečlivě analyzovala český distribuční trh a hledala optimálního distributora pro své filmy. Úspěch prvních českých titulů společnosti Space Films zástupce WB zaujal natolik, že nabídli Ježkovi uvedení některých filmů studia.<sup>119</sup> Space Filmu se podařilo vyjednat

---

<sup>115</sup> Podle Petra Zenkla neměla pro Space Films žádné důsledky

<sup>116</sup> Rozhovor s Ing. Petrem Zenklem, ředitelem distribučního oddělení společnosti Space Film, květen 2010 [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>117</sup> LIKAŘOVÁ, Zdena: Jde mi o stabilní firmu. Hospodářské noviny, 13.9.2000

<sup>118</sup> Rozhovor s Jiřím Ježkem, majitelem společnosti Space Film březen 2010

<sup>119</sup> Jitka Jeřábková, která působila v té době ve společnosti Interama, připomíná, že Ježkovi svěřili pouze filmy, které Interama odmítla distribuovat.

dobré finanční podmínky. Společnosti zůstávalo 20 % z tržeb a Warner Brothers jim dokonce dodávala použité americké kopie zadarmo. I tak ale tržba z kin sotva pokryla distribuční náklady. Jediným výtěžným filmem celé kolekce<sup>120</sup> se stala **Policejní akademie 6** (1989, režie Peter Bonerz)<sup>121</sup>. Spolupráce obou společností v roce 1993 již nepokračovala. 4. 3. 1993 zahajuje svoji činnost distribuční společnost Gemini Film, která se postupně stala výhradním zástupcem Warner Brothers pro Českou republiku.

Jiří Ježek se navíc v 90. letech soustředil na výrobu audiovizuálních představení, která sloužila jako prezentace pro kuvajtské Ministerstvo informací.<sup>122</sup> Podobné akvizice probíhají i v roce 2010, proto o nich nebylo možné zjistit více informací.

K zahraničním akvizicím se Space Films výrazněji vrátil až na konci 90. let. Zahraniční produkce byla pro Space Films nejvýhodnějším partnerem, protože většinou platila všechny náklady spojené s filmem dopředu nebo postupně během natáčení, tak, jak byly fakturovány. Takto vznikly v letech 2001 a 2002 například dvě třídílné série pro BBC **Červený Bedrník**.

V roce 2000 své další záměry ohledně zahraniční spolupráce sdělil Jiří Ježek Hospodářským novinám. V Praze chtěl založit vlastní multikino a začal jednat s německým koncernem Kinowelt o vzájemných obchodech.<sup>123</sup> Kinowelt byl výhradním zástupcem společnosti New Line Cinema pro střední Evropu, jejíž tituly distribuoval prostřednictvím lokálních distribučních společností. Podobnou spolupráci nabídla Kinowelt Space Filmu a hodlala dokonce koupit podíl v Ježkově společnosti. To Jiří Ježek odmítl a začal jednat o vytvoření nové firmy Space Films International, v níž by měl Kinowelt podíl.<sup>124</sup>

V důsledku spolupráce se společností Kinowelt Space Films začala distribuovat v Česku filmy jako **Nezvratný osud** (2000, režie James Wong), **15 minut** (2001, režie John Herzfeld) a **Kokain** (2001, režie Ted Demme). Z nabídky Kinowelt si vybrala také německý film *Sonnenallee* (2001, režie Leander Haussmann) který nazvala *Easty Boys*. Tyto filmy byly zprvu drahé, německá společnost vyžadovala systém „costs off the top“, kdy zahraniční partner vypočítá cenu produktu z hrubého zisku distributora ještě před

---

<sup>120</sup> **Přísně tajné prázdniny, Freejack, Jony, Doc Hollywood a Policejní akademie 6: Město v ohrožení**

<sup>121</sup> Rozhovor s Petrem Zenklem

<sup>122</sup> „Aziza Ya Kuwait“ (1992, autoři Jindřich Smetana a Jiří Ježek, producent Jiří Ježek), audiovizuální prezentace Kuvajtu „Dar Al Athar Metamorphosis“ (1997, scéna Jindřich Smetana, producent Jiří Ježek) nebo „Travels of Ibn Battuta“ (1998, režie Jiří Barta, scéna Jindřich Smetana, producent Jiří Ježek)- Online: [<http://www.space-films.cz>]. Citováno 23. 8. 10

<sup>123</sup> Likařová, Zdena, cit. d.

<sup>124</sup> podle Administrativního rejstříku ekonomických subjektů taková společnost nikdy neexistovala

začátkem distribučního procesu, postupně ale přešla na systém rozdělování tržeb v poměru 50 na 50.

U diváků si ale distribuční filmy New Line Cinema oblibu nenašly. Nejúspěšnější byl film Jihna Herzfelda 15 minut, ve kterém hrál český herec Karel Roden. Vidělo ho 66 000 diváků. Space Films však stále trpělivě uváděl neziskové filmy s vidinou, že v roce 2002 uvede New Line Cinema očekávaného Pána prstenů. Německá společnost Kinowelt ale v roce 2001 zkrachovala a New Line Cinema jako součást koncernu Time Warner uzavřela mezinárodní smlouvu o distribuci svých filmů ve střední Evropě se společností Warner Bros. Přestože Space Films již vložila bližší nespecifikovaný obnos do reklamní kampaně na uvedení Pána prstenů v Česku, Pána prstenů distribuovala česká pobočka Warner Bros.

Space Films najednou neměla kinům co nabídnout. Jednala sice s některými českými producenty, ti už ale společnost často vnímali jako distributora orientovaného na „druhořadé zboží.“

### **Další české akvizice**

Space Films neměla v oblasti výroby českých filmů žádný pevný dramaturgický záměr a spoléhala na nabídky tvůrců. Nejdůležitější byl pro ni předpokládaný divácký zájem, který odhadovala již při analýze scénáře. Hlavní slovo ve věci uvedení filmu měl Jiří Ježek. Právě toho zaujala prezentace Jana Hřebejka, v níž představil svůj projekt **Šakalí léta**. Sám pocházel z Dejvic a muzikál odehrávající se ve čtvrti, kde vyrůstal, se rozhodl realizovat nikoliv pouze jako produkční, ale jako producent.

Do projektu vstoupila Česká nezávislá televizní společnost (ČNTS), která zajišťovala program pro nově vznikající televizi Nova<sup>125</sup>. Koupila televizní vysílací práva na sedm let, což bylo v porovnání s Českou televizí pro Ježka výhodné<sup>126</sup>. Paradoxně ale ta samá společnost začátkem vysílání v únoru 1994 přispěla k poklesu návštěvnosti v kinech. Mezi lety 1993-1994 počet diváků propadl o 59%. Také **Šakalí léta** nevidělo tolik lidí, kolik producent předpokládal. Přestože měla premiéru již v prosinci 1993, tedy ještě před začátkem vysílání Novy, 4883 představení zhlédlo v kinech 520 000 diváků, což

---

<sup>125</sup> V letech 1993-1994 podpořila kromě Šakalích let také filmy Playgirls 1 a 2 nebo slovenský film Vášnivý polibek

<sup>126</sup> Podle informace Petra Zenkla chtěla ČT v roce 1993 za vklad do filmu Šakalí léta vysílací práva navždy. Obvykle se ale uvádí, že ČT kupovala práva na 50 let- Srovnání např. ŠÍR, Ondřej: Obchodně nechce být nikdo podezřelý-rozhovor s producentem Miloslavem Šmídmajerem. 25fps, 31.5.2009. Dostupné online na <http://www.25fps.cz/clanek/nazev:obchodne-nechce-byt-nikdo-podezrely>

znamenal pouhých 12 milionů utržených korun<sup>127</sup>, přibližně polovina této částky navíc zůstala kinařům<sup>128</sup>.

Space Film se kvůli nízkému zisku Šakalích let od roku 1994 musela potýkat s finančními problémy. Nevěnovala se ani výrobě, ani produkci. Ježek totiž svým produktům věřil, a tak je jako producent z velké části financoval pro něj nevýhodným bankovním úvěrem<sup>129</sup>. V případně menšího diváckého zájmu pak tento úvěr musel splácet a další investice omezit. Mezi lety 1994-1996 se soustředil převážně na distribuci filmů, které vyrobili jiní producenti (**Život a neobyčejná dobrodružství vojína Ivana Čonkyna, Amerika, Jak si zasloužit princeznu** a další). Pokud byla koproducentem filmu Česká televize nebo Barrandov, Space Films nemusela podle Petra Zenkla platit kopie a za distribuci filmu si účtovala odměnu, která nepřevyšovala 10% z tržeb.

Situace společnosti se vylepšila v roce 1996, kdy pro producenta Jana Svěráka zastávala výkonnou produkci filmu **Kolja**. Na distribuci filmu spolupracovala společnost CinemArt, která držela produkční podíl ve výši 11%, a Space Films. **Kolja** se stal nejnavštěvovanějším filmem v českých kinech dva roky po sobě. Od 16. 5. 1996 do konce roku 1996 ho vidělo 895 tisíc diváků, následující rok mu k prvenství stačilo pouze 450 tisíc diváků.<sup>130</sup>

Od roku 1997 se společnost opět uplatňovala v tuzemské produkci. Měla za sebou koprodukcí a distribuci divácky úspěšné retrokomedie podle románu Michala Viewegha **Báječná léta pod psa**, následoval psychologický film Ivana Fily tematizující česko-německé vztahy **Lea** a pohádky **O třech rytířích, krásné paní a lněné kytli** nebo **Lotrando a Zubejda**. Pomalu se začínala profilovat jako nejúspěšnější distributor českých filmů v zemi, přesto ale výsledky návštěvnosti sotva dosáhly čísla 500 000. Space Films se po celou dobu existence zamýšlela nad tím, jak vylepšit návštěvnost svých filmů. Jednou týdně analyzovala výsledky, které jí posílala jako svému členovi Unie filmových distributorů a porovnávala je. Od roku 1996 nejčastěji premiérovala své tituly na jaře, v březnu, dubnu a květnu (**Kolja, Báječná léta pod psa, Lea, Pelíšky**) nebo na podzim, v září, říjnu nebo listopadu (**Lotrando a Zubejda, Císař a tambor, Kanárek**)

---

<sup>127</sup> zdroj UFD [CD-ROM, databáze Návštěvnost]

<sup>128</sup> Komerční neúspěch Šakalích let spatřuji ale i v dalších aspektech. Film lze totiž zařadit mezi ty, které reflektovaly předrevoluční dobu, přičemž tato tematika se od roku 1990 objevovala opakovaně a po úspěchu Tankového praporu a Černých baronů byly Šakalí léta pouze stylovou inovací. Navíc Jan Hřebejk byl v té době známý především jako scénárista filmu Pějme píseň dohola, zatímco Tankový prapor i Černí baroni napsali populární literáti.

<sup>129</sup> Rozhovor s Jiřím Ježkem [CD-ROM, Rozhovory]

<sup>130</sup> zdroj UFD [CD-ROM, databáze Návštěvnost]



V posledních letech se Space Filmu nedařilo ani v oblasti českých filmů. V roce 1999 spolupracovala také na debutu režiséra Viktora Tauše **Kanárek**. Jednalo se o projekt, na němž se podílelo 10 producentů včetně České televize. Space Films měl být pouze distributorem filmu, ale ve finální fázi do něj musel vložit do peníze, jinak hrozilo, že vůbec nevznikne. Snímek nakonec vidělo pouze 25 000 diváků.

Nejúspěšnějším distribučním titulem nového milénia se stala látka producenta Ondřeje Trojana **Musíme si pomáhat**. Spolupráce s Trojanem už ale nepokračovala také kvůli smlouvě s německou společností Kinowelt:

*„Ondřej Trojan si nás dobíral, co za filmy to uvádíme, a Pupendo pak distribuoval přes Falcon“<sup>131</sup>*

připomíná Petr Zenkl. Ani projekt multikina Jiřímu Ježkovi nakonec nevyšel.

Space Films ukončila distribuci v roce 2002 a věnovala se převážně televizní produkci. Takto vznikly seriály *Místo nahoře* a *Místo v životě*.

### **Spolupráce s kinaři**

Od počátku dělila kina na ta největší, premiérová, kde uváděla své filmy jako první. Se zástupci těchto kin (např. kino Světozor) konzultovala potenciál filmu, zvala je na natáčení filmu. Následovaly biografy na středně velkých a malých městech, které dostávaly filmy v časovém odstupu těsně za premiérovými a měly stejné finanční podmínky (odváděly 50% z tržeb) a jako poslední byla malá kina na malých městech a na vesnicích, kam dorazily kopie často s odstupem tří měsíců od premiéry. Tato kina platila společnosti fixní částky.

Již od roku 1992 posílala kinům speciální reklamní materiály a filmové trailery. Reklamní materiály dělila podle toho, zda je kinař musí vracet nebo ne. Nevratné materiály jako například speciální fotografie nebo trailery zálohovala smluvní částkou.<sup>132</sup>

V oblasti reklamy se snažila komunikovat s kinaři a vymýšlet pro ně v předinternetové době zvláštní kampaně. Nejen, že je zvala na premiéry a předpremiéry, ale snažila se mezi ně šířit ukázky k filmu umožnit jim tak jeho naprogramování až půl roku dopředu, což distributorovi dávalo určitou naději na úspěch filmu. Například retrokomedie **Pelíšky** měla premiéru 8. 4. 1999 a Space Film již před Vánocemi roku 1998

<sup>131</sup> Rozhovor s Petrem Zenklem, březen 2010

<sup>132</sup> Půjčovní řád filmových kopií a filmových programů – Space Praha. [CD-ROM, Ostatní materiály]

odesílala kinům na VHS kazetě natočený filmový trailer upravený do formy novoročního přání<sup>133</sup>.

Sledovala samostatně pohyb každé filmové kopie a soustředila se na to, aby se každá kopie hrála každý den. Po roce 1995 snižuje nejčastější počet kopií na 15-20. Například film **Pelíšky** se stal nejnavštěvovanějším filmem roku 1999, i když byl distribuovaný pouze ve 20 kopiích,<sup>134</sup> **Kolja** dokonce v 16.

### Vstupné

V oblasti vstupného se Space Films stala první společností, která začala zvedat ceny českých filmů. Ostatní distributoři Space Films ale brzy následovali. Rozdíly vstupného mezi jednotlivými distributory zobrazuje tabulka filmů distribuovaných v letech 1992-1993

<i>Film</i>	<i>Rok premiéry</i>	<i>Distributor</i>	<i>Průměrné vstupné</i>
<b>Černí baroni</b>	4.6.1992	Space Films	18
<b>Dědictví, aneb...</b>	17.12.1992	Space Films	19
<b>Kamarád do deště 2</b>	1.10.1992	Heureka	17
<b>Trhala fialky....</b>	18.11.1992	Heureka	17
<b>Krvavý román</b>	6.5.1993	Space Films	21
<b>Záhada hlavolamu</b>	13.5.1993	Lucernafilm	17
<b>Svatba upírů</b>	29.9.1993	Krátký film	23
<b>Šakalí léta</b>	19.12.1993	Space Films	24
<b>Nesmrtelná teta</b>	25.11.1993	Lucernafilm	20
<b>Kanárská spojka</b>	8.9.1993	Astrafilm	22

Nutno ale dodat, že v případě příkladů Lucernafilmu se jednalo o dětské filmy, proto byla jejich průměrná cena vstupenky nižší. Ty byly levnější i u Space Filmu. Například pohádka Jak si zasloužit princeznu stála v roce 1995 průměrně 20 korun, ale ve stejné době uvedený Renčův film Válka barev mohli diváci vidět průměrně za 28 korun, kdežto Bontonfilmem<sup>135</sup> uvedený Učitel tance stál průměrně 26 Kč.

### Programování filmů

<sup>133</sup> Rozhovor s Petrem Zenklem

<sup>134</sup> Pro srovnání film Pupendo se o 5 let později rovněž stal nejnavštěvovanějším filmem, ale měl 30 kopií.

<sup>135</sup> Od roku 1995 navazuje na Lucernafilm

Kontakt s kinaři měl v rámci celé společnosti Space Films na starost Petr Zenkl a Helena Hovorková. Programování filmů se ale z počátku pro Space Films stávalo součástí obchodní strategie. Uzavírala smlouvy s nezávislými subjekty, často městskými kulturními zařízeními, která programovala ostatním kinařům filmy distribuční společnosti Space Film. Mezi takové provozovatele patřilo například Hronovské kulturní středisko<sup>136</sup> Podle Petra Zenkla bylo takových malých programových subjektů v jednom kraji několik a vzájemně si konkurovaly. Jednotliví programisté získávali od Space Filmu jako odměnu sjednanou procentuelní částku, podíl z tržeb filmů, které naprogramovali.

Space Film ale v rámci úspor postupně přistoupil ke změně této strategie a určil v každém kraji programistu, který měl výhradní zastoupení. Mezi taková patřil například Oblastní distributor okresní správa kin Náchod zastoupená ředitelem Lubomírem Červeným<sup>137</sup>, která získala výhradní zastoupení pro Východní Čechy. Na Moravě získala výhradní zastoupení pro Moravu. Lubomír Červený se v průběhu 90. let projevil jako nejschopnější programista a stal se zaměstnancem distribuční společnosti Space Films. Na konci distribuční činnosti programoval území celé republiky.

#### 4.4 HEUREKA Production PF, s.r.o.

Období distribuční činnosti 1.10.1992 - 16.2.1995<sup>138</sup>

První film: Kamarád do deště II – Příběh z Brooklinu (premiéra 1.10.1992)

<i>Rok</i>	<i>Filmy celkem</i>	<i>Filmy USA</i>	<i>Film Euro</i>	<i>Filmy CZ</i>
<b>1992</b>	2	0	0	2
<b>1993</b>	4	0	0	4 <sup>139</sup>
<b>1994</b>	5	0	0	5
<b>1995</b>	1	0	0	1

#### Vznik a organizace společnosti

Vlastnickou strukturu distribuční společnosti Heureka Production vnímám ve dvou rovinách. V rovině produkční a v rovině producentské. Poté co Jiří Mika odešel v roce 1991 z Krátkého filmu, stál spolu s producenty filmu **Discopříběh 2** Jiřím Ulrichem a Milanem Brabcem u vzniku společnosti Pragafilm, která ale byla do obchodního rejstříku oficiálně zapsaná až v roce 1994. Orientovala se na výrobu a distribuci českých filmů a

<sup>136</sup> Dodatek ke všeobecným obchodním podmínkám UFD –Space Films, spol. s.r.o, Praha. Distribuční smlouva z 9.12. 1993 [CD-ROM, ostatní materiály]

<sup>137</sup> Smlouva o půjčování a užití filmů pro veřejné promítání ze dne 15.7. 1992 [CD-ROM, ostatní materiály]

<sup>138</sup> ohraničeno premiérou prvního a posledního uvedeného filmu, v oblasti produkce dosud aktivní

<sup>139</sup> Projekt **Zkouška paměti** distribuován společností Heureka Film

produkovala například komedii **Kamarád do deště 2**. Kromě Miky, Ulricha a Brabce se spoluvlastníky Pragafilmu stali také Jaroslav Smola, který měl zkušenosti z reklamního průmyslu, a Luboš Vála, který pracoval ve Filmovém studiu Barrandov.<sup>140</sup> Společnost Pragafilm vznikla sdružením finančních prostředků ve výši 100 000 korun, které všichni spolujitelé rovným dílem uhradili v roce 1994. Vedle toho ale vznikla sdružením prostředků stejných spoluvlastníků firma Heureka Production PF, s.r.o. zapsaná v rejstříku již 1. 6. 1992 s vkladem 408 000 Kčs. Společníci byli totožní jako v případě Pragafilmu, každý z nich zaplatil přibližně 80 000 Kčs.

Vedle výroby a distribuce filmů vlastnila HP také tiskárnu, kterou používala nejen na výrobu plakátů, ale také například na potisk obalů pro potravinový průmysl. Ve srovnání s produkcí a distribucí měla tato činnost podle Miky pouze zanedbatelný význam<sup>141</sup>.

Tentýž měsíc byla u Městského soudu v Praze zapsaná společnost Heureka film, kterou vlastnil televizní režisér Petr Soukup. Byl zároveň jediným společníkem s vkladem 100 000.

Tolik uvádí oficiální zdroje Ministerstva financí<sup>142</sup>. Další propojení těchto tří společností není zcela jasné. Aleš Danielis v roce 2007 napsal, že 15. ledna 1993 kupuje Heureka film 52% ve společnosti Pragafilm, kterou následně přejmenovává na Heureka Production<sup>143</sup>. To v rozhovoru v roce 2010 potvrdil i Jiří Mika, ovšem dodal, že Heureka Film spoluzakládala leasingová společnost Beso, se kterou navázala spolupráci ještě společnost Pragafilm, když v roce 1992 připravovala výrobu filmu Nahota na prodej<sup>144</sup>. Celou věc zjednodušuji tvrzením, že Heureka Film byla producentem filmů a Heureka Production jejich produkčním a distributorem<sup>145</sup>. Obě společnosti mezi sebou uzavřely kolektivní smlouvu.

Majitelé firmy Heureka Film si najali Miloslava Šmídmajera, který před rokem 1989 pracoval v Československé televizi, a dali mu za úkol vybudovat nejúspěšnější producentskou firmu v zemi, která měla mít podle jejich počátečních představ význam předrevolučního Barrandova. Pořídili si vlastní zařízení AVID, které umožňovalo digitální

---

<sup>140</sup> Například zástupce vedoucího produkce u filmů **Babičky, dobíjejte přesně** (1983) nebo **Co je vám, doktore** (1984)

<sup>141</sup> Jiří Mika, rozhovor, březen 2010 [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>142</sup> databáze Aras

<sup>143</sup> Danielis, cit.d., s. 63

<sup>144</sup> Existenci Pragafilmu ještě před samotným zápisem do obchodního rejstříku dokládají například loga na distribučních plakátech filmu Trhala fialky dynamitem (1992).

<sup>145</sup> Šír, Ondřej: Obchodně nechce být nikdo podezřelý, rozhovor s Miloslavem Šmídmajerem, 2009, cit. d.

stříh nebo počítačový program na filmové triky. Chtěli vybudovat digitální zázemí, které by sloužilo filmařům podobně jako dnes Universal Production Partners. (UPP).

### **Programová strategie společnosti**

Od konkurenčního Space Filmu se HP odlišovala především dramaturgicky. Jestliže jsem v úvodu této kapitoly připomněl dvě námětové linie, filmy reflektující normalizační dobu a pokračování normalizačních hitů, pak první zmíněnou linii naplňoval Space Film a druhou Heureka Production. „Pokračování úspěšných projektů z minulé doby se v této době přímo nabízelo. V rámci naší „dramaturgie“ byly hledány projekty, nabízející komerční úspěch, a sami tvůrci (především režiséři) chtěli v projektech pokračovat.“<sup>146</sup> V rámci tohoto trendu reflektovala, jak se podnikatelé se zkušeností z předlistopadové éry vyrovnávají s novým podnikatelským prostředím. Tomu přizpůsobovala i slogany na plakátech. Například film **Trhala fialky dynamitem** nesl slogan „Jak chudá moravská rodina k podnikání přišla“<sup>147</sup>, obdobně jako **Hotýlek v srdci Evropy**, který lákal slovy: „Tato nová česká komedie s vážnými důsledky vypráví o Američanovi českého původu, který se vrací po něžné revoluci do vlasti.“<sup>148</sup> Dramaturgický trend vnímali i soudobí filmoví publicisté. Například František Fuka píše o filmu **Konec básníků v Čechách**: „To, co je na filmu nejpodivnější, je nazírání na podnikatele a příčinlivé lidi vůbec.“<sup>149</sup>

Právě důraz na tuto námětovou linii se ale stal pro HP osudným. V roce 1993 odmítla Heureka Film natočit komedii Milana Růžičky **Hotýlek v srdci Evropy**. HP porušuje kolektivní smlouvu mezi oběma společnostmi a **Hotýlek v srdci Evropy** spolufinancuje. Majitelé Heureka Filmu proti tomuto případu nezakročili a soustředili se na vlastní projekty jako **Akumulátor 1** nebo **Špendlík na motýla**.<sup>150</sup> **Hotýlek v srdci Evropy** ale u diváků neuspěl a pro Heureka Production to znamenalo vážné finanční problémy. V následujícím roce je sice částečně vyřešil úspěch pohádky **Princezna ze mlejna**, na jejíž výrobě se podílela, majitelé HP ale ztratili chuť nadále investovat do českého filmu. Milan Ulrich a Jiří Brabec v této době působili jako prvoligoví fotbaloví rozhodčí, Jaroslav Smola se začal intenzivněji věnovat turistickému ruchu a distribuční společnost Heureka Production se tak začala vlastnický rozpadat. Do podobné situace se

---

<sup>146</sup> Jiří Mika, rozhovor 2010

<sup>147</sup> distribuční plakát k filmu

<sup>148</sup> slogan filmu zaznamenaný v databázi UFD zdroj UFD [CD-ROM, databáze Filmy]

<sup>149</sup> Fuka, František: *Konec básníků v Čechách*. Cinema, 1993, č.7, s. 22

<sup>150</sup> film režisérky českého původu Hanah Kodicek.

dostali majitelé firmy Heureka Film. Investovali do nových technologií, jejichž pomocí vyráběli například film **Akumulátor 1**, jeho divácký ohlas ale nedosáhl takové intenzity, jakou předpokládali. Investice do moderních počítačových programů a vybudování trikového studia firmu natolik zatížilo, že v roce 1996 ukončuje činnost.<sup>151</sup>

Obdobně jako Space Films distribuovala i filmy soukromých producentů. Jako příklad uvádím drama Zdeňka Tyce **Žiletky** (1993), nebo komedii Jiřího Věřčáka **Saturnin** (1994). Z těchto filmů dojednávala s producenty podíl ze zisku, který se pohyboval mezi 10 a 20%.

Majitelé Heureka Production se v letech 1994-1995 snažili navázat spolupráci s distribuční společností Guild, která v Česku zastupovala studia Columbia, Warner Bros a Disney, majitelé HP ale nenašli dost peněz na to, aby vytvořili společný distribuční projekt. Také Guild se v té době potýkal s finančními problémy.

Podle obchodního rejstříku všechny tři společnosti Heureka Production PF, Heureka Film i Pragafilm patří dodnes k aktivním subjektům.

### **Spolupráce s kinaři**

Počátkem 90. let sílil tlak ze strany biografů, které chtěly uvádět filmy v premiérách. HP proto organizovala slavnostní premiéry v několika velkých městech. (Praha, Brno, Plzeň). Své tituly se snažila distribuovat co nejrychleji a vyráběla nejvyšší počet kopií ze všech distribučních společností orientujících se na české filmy. (**Konec básníků v Čechách**-45 kopií pro Česko a 10 pro Slovensko, v době, kdy konkurenční společnosti vyráběly u českých filmů pro území Česka 25-35 kopií )

Jiří Mika připomíná i důvody této strategie, mezi něž řadí například úbytek počtu kin. Zmíněný faktor dokládá následující tabulka<sup>152</sup>:

<i>rok</i>	<i>Počet</i>	<i>Úbytek meziročně v %</i>
<b>1989</b>	1328	
<b>1990</b>	1346	-2
<b>1991</b>	1308	3
<b>1992</b>	1083	11
<b>1993</b>	1016	6
<b>1994</b>	909	11

<sup>151</sup> Miloslav Šmídmajer, rozhovor, květen 2009

<sup>152</sup> Danielis, 2007, cit. d., s. 97

HP se snažila, aby se její kopie dostaly do všech kin co nejdříve, což zlevňovalo náklady na déle trvající reklamní kampaň. Zároveň si tak zajišťovala vysokou návštěvnost svých filmů, věděla, že divácká přízeň po určité době od premiéry klesá.

Kina rozdělovala do dvou kategorií:

1. **Kina premiérová**, která byla schopna filmu na regionální úrovni pomoci také v oblasti reklamy.
2. **Kina pro další uvedení**

Další klasifikaci kin nezaváděla. Nerozlišovala<sup>153</sup> kina podle formy půjčovného na fixní a procentuální. Všechna kina odváděla 50% ze zisku.

Premiéry nasazovala v takových termínech, aby se časově nepřekrývaly s premiérami Space Filmu. Podobně jako Space Film měla zájem především o jarní a podzimní termíny.

### **Programování filmů**

Distribuci filmu zajišťovala sice Heureka Production, na rozdíl od Space Films neměla ale vlastní programovací oddělení a využívala služeb společnosti Astra Cinema,<sup>154</sup> která si fakturovala přibližně 3% ze zisku společnosti Heureka Production. Mika si byl vědom toho, že nikdo z jeho společnosti nezná logistiku filmových kopií ani situaci kin v jednotlivých krajích.

## **4.5 Astra Cinema**

Období distribuční činnosti 8. 9. 1993- 2. 11. 2000

První film: **Kanárská spojka** (premiéra 8. 9. 1993)

### **Vznik a organizace společnosti**

Distribuční společnost Astra Cinema vnímám v české filmové distribuci jako zvláštní případ. Zpočátku se jednalo spíše o programovací agenturu, která se po celou dobu své existence snažila mnohým jiným distributorům nahradit chybějící Krajské filmové

---

<sup>153</sup> Zdroj Jiří Mika, neověřeno. V rozhovoru z března 2010 při osobním setkání přiznává: „V jistých dobách jsme se začínali zabývat fixním půjčovným, ale mám dojem, že jsme to nikdy neuplatnili“

<sup>154</sup> Před rokem 1993 fungovala společnost pod názvem Interfilm

podniky. Sama historie společnosti do jisté míry začíná již v okamžiku transformace Krajských filmových podniků. Pro vznik Astra Cinemy měly zásadní význam tyto:<sup>155</sup>:

- 1) Královéhradecký KPF, který se od 1. 1. 1991 změnil na Filmcentrum Hradec Králové, sloučil se s Městskou správou kin v Hradci Králové a jeho ředitelem se stal Otto Sedláček.
- 2) Filmový podnik Hlavního města Prahy, který byl příspěvkovou organizací Národního výboru Hlavního města Prahy, v jeho čele stál od listopadu 1989 Miloslav Mařík
- 3) Jihomoravský Krajský filmový podnik, který se 2. 10. 1990 změnil na Moravafilm a jeho ředitelkou se stala Eva Váňová.<sup>156</sup>

Tito společníci založili vkladem 100 000 Kčs 19.11 1991<sup>157</sup> programovací agenturu Interfilm, jejíž jednatelkou se stala Marcela Vondrová z Filmového podniku Hlavního města Prahy. Jako dceřinná společnost distribuční firmy Interama programovala její distribuční filmy, spolupracovala i s nově vznikající firmou Pragafilm. Interfilm je dodnes aktivním subjektem z hlediska obchodního rejstříku, v oblasti distribuce ale přestal působit se zánikem Interamy.

Na její činnost navazuje nově založená společnost Astrafilm, která vzniká 25. 11. 1992. Jejím vedoucím se stává likvidátor Interfilmu Josef Brychca, v Astrafilmu nadále působili někteří zaměstnanci Interfilmu, například Marcela Vondrová. Ve spolupráci s produkční firmou Ivo Trajkova JAM Media uvádí první film **Kanárská spojka**. Za distributora filmu je někdy<sup>158</sup> oficiálně považován JAM Media coby majitel práv.

Astrafilm předurčil způsob práce, na nějž potom navázala Astra Cinema. Uzavřel smlouvu s producentem, který natočil film, vyrobil kopie a Astrafilm je potom nabízela kinům. Poté, co ukončila distribuci daného filmu, kopie producentům vrátila.

Obdobný model distribuce využila společnost Astra Cinema, jejíž jednatelkou se opět stala Marcela Vondrová. Společnost založily Regina Rázlová, Aranka Válová a Hana Sedláčková. Sídli ve stejném domě, jako firma Pragafilm (Praha 6, Břevnov, Vaníčková 2343/2). Vondrová vysvětluje vznik další firmy následovně: „Společníci se rozhodli, že při

---

<sup>155</sup> O různé formy distribuční činnosti měly zájem také další KPF. Například ostravský KPF změnil název na Filmservis Ostrava, se spojil s Nezávislou erotickou iniciativou a organizoval distribuci pornofilmů na VHS. (srovnání Čermák, cit. d., s. 60)

<sup>156</sup> Čermák, cit.d., s. 51 a 62

<sup>157</sup> zdroj Ares

<sup>158</sup> Filmová ročenka za rok 1993



stále větším počtu filmů je potřeba založit další společnost.<sup>159</sup> S přihlédnutím k nepříznivým výsledkům Kanárské spojky (123 323 diváků) ale soudím, že majitelé Astrafilmu potřebovali pro další distribuční činnost novou značku, která by nebyla zatížena komerčním neúspěchem.

### **Dramaturgie a strategie**

Společnost se nevyznačovala žádnou dramaturgií. Zprostředkovávala své služby producentům a distributorům, kterým fakturovala dohodnutou částku. Podle Marcely Vondrové ale každý film vedení společnosti napřed zhlédlo a následně rozhodlo, zda ho bude distribuovat či nikoliv. Od roku 1993 do roku 1995 tvořila jádro programové nabídky společnosti filmy od Heureka Production PF. Ta určovala také dramaturgický ráz společnosti. Vedle toho uzavírá smlouvy i s dalšími malými distributory. Jako příklad uvádí Aleš Danielis distribuční společnost Jana Novotného Anet Pictures<sup>160</sup>. Ta se prezentovala například 2. 12. 1993 americkým filmem režiséra Maria Van Poeblese s názvem **Banda**, činná byla ale také v oblasti českých filmů, když kinům zprostředkovala debut Kryštofa Hanzlíka **Poslední přesun** (1995).

V oblasti zahraniční produkce působila do roku 1994 také jako programové oddělení firmy Guild, které fakturovala distribuční odměnu ve výši 3% ze zisku jí distribuovaných titulů.

V oblasti českých filmů patřily k nejúspěšnějším kontraktům Astra Cinemy filmy **Díky za každé nové ráno** a **Jízda**. Oba vidělo přibližně 200 000 diváků. Nezávislí producenti si často nemohli dovolit tolik kopií, například Svěrákova **Jízda** byla distribuována pouze v 7 kopiích. Pokud ale porovnáme průměrný počet diváků na jednu kopii, mohu považovat Astra Cinemu za jednoho z nejúspěšnějších distributorů v zemi<sup>161</sup>. Počet kopií se v případě AC odvíjel od toho, v kolika kinech plánoval producent nasazení filmu v premiéře. Společnost premiérovala své filmy v průběhu celého roku, nepreferovala na rozdíl od Hereka Production a Space Films žádné roční období. Nepremiérovala svěřené české filmy v letních měsících, nejčastějším obdobím premiéry byl podzim nebo zima.

<i>Film</i>	<i>Distributor</i>	<i>Rok</i>	<i>Počet kopií</i>	<i>Diváci</i>	<i>Podíl</i>
<b>Jízda</b>	Astra	1994	7	209 451	29 922
<b>Řád</b>	Lucerna	1994	16	52 242	3 265
<b>Akumulátor</b>	Heureka	1994	35	390 747	11 164

<sup>159</sup> Rozhovor s Marcelou Vondrovou, březen 2010, [CD-ROM, ROZHOVORY]

<sup>160</sup> Danielis, cit. d., s. 71

<sup>161</sup> Ačkoliv v druhé polovině 90. let se již společnosti takto výrazně nedařilo.

<b>Šakalí léta</b>	Space	1993	31	520 926	16 804
<b>Šeptej</b>	Astra	1996	5	124 030	24 806
<b>Kouzelný měsíc</b>	Astra	1996	10	55 913	5 591

Po ukončení distribuční aktivity firmy Heureka Production PF v roce 1995 v zásadě převzala její dramaturgii. Společnost tak záhy začala distribuovat trilogii Jaroslava Soukupa **Byl jednou jeden polda**,<sup>162</sup> přičemž nadále většinou zachovávala model, který započal již Astrafilm filmem **Kanárská spojka**. V případě Soukupových filmů ale udělala výjimku a přistoupila na to, že zaplatí náklady spojené s výrobou plakátů a fotosek.

S producenty uzavírala smlouvy mnohdy již ve fázi scénáře, a pokud by se producent rozhodl společností film neposkytnout, hrozila mu vysoká pokuta. To je případ experimentu režiséra a producenta Jana Bartoně s názvem **Hořké léto**<sup>163</sup>.

V letech 1995-1998 se kromě Space Filmu stala Astra Cinema jediným distributorem, který se orientoval výhradně na uvádění českých filmů. V roce 1998 podle Vondrové proběhla jednání o spolupráci s distribuční společností Falcon, která začala mít o české filmy vážný zájem. Falcon ale v té době preferoval vlastní způsob distribuce.

Astra Cinema tak uváděla do kin převážně filmy mladých tvůrců, často debutantů. Mezi ně řadím, **Šeptej** Davida Ondříčka, **Postel** Oskara Reifa nebo **Co chytneš v žitě** Davida Vávry. Poslední film rovněž otevírá dramaturgickou specializaci Astra Cinemy: V její nabídce se totiž často objevovaly povídkové filmy (**Knoflíkáři** Petra Zelenky, **Bitva o život** režisérů Miroslava Janka, Víta Janečka a Romana Vávry nebo jiný povídkový film **Začátek světa**, který režírovali Pavel Melounek, Dan Svátek a Vladimír Drha.

Tyto látky ale nebyly zdaleka tak komerční jako tituly, které měla k dispozici na počátku 90. let. Od roku 1998 začala české filmy uvádět již zmíněná společnost Falcon, také Bontonfilm svoji nabídku českých filmů výrazně zatraktivnil. O úspěšné české tituly se začala zajímat rovněž distribuční společnost CinemArt, která se do té doby specializovala na distribuci alternativních evropských titulů. Na Astra Cinemu tak zbyly pouze experimenty mladých tvůrců, které společnost nemohly dlouhodobě uživit. Zmíněný film **Začátek světa** se tak v roce 2000 bezděky stal koncem distribuční společnosti Astra Cinema.

## Spolupráce s kinaři

<sup>162</sup> Soukupovy filmy distribuoval Krátký film a Heureka Production

<sup>163</sup> Korespondence s producentem Janem Bartoněm během příprav 36. Letní filmové školy v Uherském Hradišti, duben 2010

Doménou Astra Cinema byla propracovaná síť programovacích středisek. Svá sídla měla v Praze (pro Prahu a Středočeský kraj), Plzni, Českých Budějovicích, Ústí nad Labem a Ostravě. Každé středisko získalo počet kopií v závislosti na počtu kin. Ta Astra Cinema dělila podobně jako Space Films, na premiérová, střední a malá. Ta malá odváděla společnosti fixní půjčovné. Kinaře pravidelně zvala do Prahy, kde se konalo promítání více filmů společnosti. Do kin posílala trailery, plakáty a fotosky.

Zánikem společností Astra Cinema (2000) a Space Films (2002) na českém distribučním trhu chybí společnost, která by se zabývala výhradně českými filmy. Průběžně se proto objevují producenti, kteří se začínají distribucí filmu zabývat samostatně. Žádný z nich ale nedokázal uvést do kin víc jak tři filmy. Těmto distribučním experimentům věnuji další část kapitoly.

#### 4.6 Jiří Konečný

Ke vstupu do filmové distribuce motivovala producenta Jiřího Konečného spíše zvědavost, než skutečný záměr. Film **Radhošť**, který distribuoval, se skládal ze tří povídek tří režisérů (Bohdan Sláma, Pavel Göbl a Tomáš Doruška). Každá z povídek byla distribuována v jiném obrazovém formátu a klasická kinodistribuce by proto nebyla z technických důvodů možná<sup>164</sup>. Jiří Konečný tuto nesrovnalost řešil instruktážním dopisem pro promítače v kinech, kde sděloval, jakým způsobem mají film promítat. **Radhošť** nabízel od 4. dubna 2002 pouze klasickým kinům, nedistribuoval film do multiplexů. Slavnostní premiéra filmu se ale konala již na podzim roku 2001 v Rožnově pod Radhoštěm.

Původně vyrobil Konečný pouze jednu kopii filmu, kterou hradil z produkčních nákladů, druhou nechal vyrobit v rámci distribuce filmu na Finále Plzeň v roce 2002. Distribuci filmu fakticky financoval z grantu ve výši 200 000, který mu udělil Státní fond pro podporu a rozvoj české kinematografie.

Distribuční náklady Konečného se podle Terezy Dvořákové vyšplhaly mezi roky 2002 a 2003 na 400 000 korun, film vidělo 8 325 diváků.

Programování filmů zajišťovala agentura Profilms, která tuto činnost vykonávala pro distribuční společnost CinemArt.

---

<sup>164</sup> Dvořáková, cit. d., s. 63

## 4.7 Prospero

Historie společnosti Prospero je podobně jako v případě Planfilmu spojená s alternativním způsobem distribuce filmů Zdeňka Trošky. Koncem 90. let se Zdeněk Troška vrátil s několika filmy, které distribuovaly různé společnosti. Pohádku **Z pekla štěstí** uvedla do kin v roce 1999 společnost Bontonfilm, druhý díl už ale v roce 2001 premiérovala distribuční firma Falcon. V roce 2002 se distribuce dalšího Troškova filmu ujímá opět společnost Bontonfilm, která se stává partnerem filmu. Kromě standartních plakátů posílá do kin také kalendář na celý rok s fotografiemi z **Andělské tváře**. Cíl společnosti byl dopomoci **Andělské tváři** k diváckému úspěchu. „Samozřejmě víme, jaká je hlavní cílová skupina současných kin. Ale vždycky existují i filmy, kvůli kterým se zvednou od televize i ti, kdo jinak do kina nechodí. A věříme, že **Andělská tvář** bude právě ten případ“<sup>165</sup>, uvedla tehdejší zástupkyně společnosti Bontonfilm Milica Pechánková<sup>166</sup>. Právě v její skupině tehdy Bontonfilm distribuoval filmy jako **Krysař** (2003) nebo **Kameňák** (2003).

**Andělská tvář** ale u diváků neuspěla. Film s rozpočtem 80 milionů korun utržil v kinech pouze 4 816 000 korun a na produkční firmu Jiřího Pomeje Fronda Film byl usnesením Obvodního soudu pro Prahu 3 uvalen 21.4.2004 konkurz. Pomeje věděl, že potřebuje maximalizovat zisk ze svých dalších filmů. První díl **Kameňáku** stál přibližně 20 milionů korun a v kinech utržil bezmála 34 milionů. Zisk z kin přepočítala v roce 2005 Milica Pechánková následovně:

<i>Osoba</i>	<i>Zisk v %</i>	<i>Částka /mil. Kč</i>
<b>Kina</b>	49%	16,66
<b>Distributor</b>	12%-18%	4,08-6,12
<b>Producent</b>	33-39%	11,22-13,26

Přičemž podíl Jiřího Pomejeho vyčíslila na 13 milionů korun.<sup>167</sup> Z ekonomických důvodů tak další díly **Kameňáku** distribuovala přímo společnost Prospero. Hlavním investorem firmy se stal Pavel Pásek, který v té době vlastnil pražské Banco-casino, jehož

<sup>165</sup> Spáčilová, Mirka: Troška věří v návrat romantiky. Idnes.cz 13. 3. 2002. Online: [[http://kultura.idnes.cz/troska-veri-v-navrat-romantiky-dmt-filmvideo.asp?c=A020313\\_100026\\_filmvideo\\_kne](http://kultura.idnes.cz/troska-veri-v-navrat-romantiky-dmt-filmvideo.asp?c=A020313_100026_filmvideo_kne)]. Citováno 11. 9. 2010

<sup>166</sup> Působila již v Lucernafilmu jako vedoucí skupiny Alfa.

<sup>167</sup> BORO VAN, Aleš: Kameňák, do třetice všeho ziskového. Hospodářské noviny, 12. 1. 2005.

roční tržby převýšily 100 milionů korun<sup>168</sup> Ředitelkou filmové distribuce se stala právě Milica Pechánková. S kiny uzavírala distribuční smlouvu na každý film zvlášť,<sup>169</sup>

Odvod z kin činil 50%.<sup>170</sup>

Třetí část **Kameňáku** ale vidělo v kinech pouze 201 000 diváků, což bylo hluboko pod očekáváním producenta. Ten v případě úspěchu filmu hodlal natočit ještě 4. a 5. díl.<sup>171</sup> Další s připravovaných projektů společnosti Prospero se měl stát romantický film Jitky Němcové **Voniš jako tenkrát**. Přestože Prospero již v roce 2004 zahájila programování filmu, z produkčních důvodů se do kin nakonec vůbec nedostal.<sup>172</sup> Jiří Pomeje od třetího dílu **Kameňáku** nenatočil již žádný film.

---

<sup>168</sup> tamtéž

<sup>169</sup> Smlouva o pronájmu kopie filmu Kameňák 2

<sup>170</sup> distribuční list k filmu Kameňák 2

<sup>171</sup> Borovan, 2005, cit.d.

<sup>172</sup> Spáčilová, Mirka: ČT smazala zvuky k filmu, tvrdí režisérka. Online:[ [http://kultura.idnes.cz/ct-smazala-zvuky-k-filmu-tvrdi-reziserka-fp1-/filmvideo.asp?c=A040527\\_191830\\_filmvideo\\_kot28.5.2004](http://kultura.idnes.cz/ct-smazala-zvuky-k-filmu-tvrdi-reziserka-fp1-/filmvideo.asp?c=A040527_191830_filmvideo_kot28.5.2004)]. Citováno 20.11.2010

## **5 DISTRIBUCE ZAHRANIČNÍCH FILMŮ**

Strategie uvádění zahraničních filmů se v Česku v 90. letech lišila od strategie, kterou uplatňovali distributoři, kteří se specializovali na český film. Zatímco distributoři českých filmů se soustředili často na jeden film (Space Films, Heureka Production PF) a šlo jim o to tento film co nejlépe prodát, distributoři zahraničních filmů byli často obchodními partnery velkých zahraničních studií a měli s nimi uzavřenou smlouvu, která jim předurčovala složení distribuční nabídky. Podle Jana Jíry šlo těmto společnostem (Lucernafilm, Guild) o to, aby umožnila kinům sestavit denní program. Ten by kina jen těžko složila z nabídky společnosti, která distribuovala 6 filmů za rok, i kdyby tyto filmy byly sebeatraktivnější.

V roce 1990 fungovalo v ČSFR 1531 kin. Zatímco některá byla udržovaná, zejména díky práci Kinotechniky a dalších oddělení UPF, jiná kina, často na periferii, nebyla na masový přísun filmů vůbec připravená. Úkolem distributorů se tak stávalo nejen najít cestu americkým filmům do velkých kin, ale zejména pomoci najít možnosti uvádění i v menších kinech. Distributoři se zpočátku pokoušeli připravit pro všechny filmy rovné ekonomické podmínky a ve všech kinech stanovovaly procentuelní půjčovné ve výši 50%. Rentabilita těchto kin ale nebyla srovnatelná s těmi velkými, a distributoři tak začali uzavírat smluvní dodatky, ve kterých stanovovali kinům fixní půjčovné.<sup>173</sup>

Distributoři se pro tento krok nerozhodovali pouze z důvodů nízkých tržeb malých kin. Z jejich strany šlo často o oboustranně vstřícný krok. Malá kina nechtěla akceptovat navýšování vstupného, chtěla udržet co nejnižší cenu lístků, distributoři byli ale tlačeni mezinárodní situací. Novinové články upozorňovaly, že průměrné vstupné v České republice je hned po Rumunsku nejnižší v celé Evropě.<sup>174</sup>

Tato situace samozřejmě komplikovala obchodní vztahy mezi zahraničními studií a českými distributory. Zahraniční studia totiž vstupovala na český filmový trh s určitou představou, kolik peněz v Česku vydělá a například studio Warner Bros nebylo v letech 1993-1995, tedy v době, kdy jeho filmy distribuoval Gemini Film, spokojeno s tím, kolik peněz vydělávají jeho filmy v Česku.<sup>175</sup>

Na druhé straně ale české distribuční firmy nesly velkou část distribučních nákladů. Ředitel filmové distribuce Bontonfilmu Aleš Danielis tyto náklady v roce 1995 vyčíslil na

---

<sup>173</sup> Dodatek k distribuční smlouvě společnosti Intersonic [CD-ROM, Intersonic]

<sup>174</sup> LIKAŘOVÁ, Zdena: I film je obchod. Hospodářské noviny, 28.4.1995

<sup>175</sup> Rozhovor s Jitkou Jeřábkovou, duben 2010. [CD-ROM, ROZHOVORY]

jeden milion korun<sup>176</sup>. Českým firmám ale v součtu často stačil sjednaný podíl ze zisku, který činil od 15 do 20%.

I přesto se hned od počátku 90. let rozpoutal obchodní boj o to, která česká firma získá exkluzivní smlouvu s velkými hollywoodskými studií. Výhodu v tomto směru měl samozřejmě Lucernafilm, který mohl jako nástupnická organizace UPF nabídnout dlouholeté kontakty s kinaři. To využil například při uzavírání smlouvy s UIP. Jitka Jeřábková vzpomíná, že v době zakládání Geminifilmu v roce 1992, měla o spolupráci s UIP také zájem.

*„Zpočátku 90.let jsme měli zájem ještě o filmy koncernu UIP. Jejich šéf, se kterým jsme jednali, to potom prodal UPF<sup>177</sup> a to jenom proto, že jim řekla, že vlastní kina, přitom je nevlastnila<sup>178</sup>“.*

Jan Jíra tuto informaci nepotvrdil, dodal ale, že uzavřené smlouvy s kiny byly při jednání se zahraničními studií vždy výhodou.

Ani Lucernafilm ale nebyl vždy stoprocentně úspěšný. Zajímal se například také o filmy studia Buena Vista, které ale odmítl, protože Buena Vista nabízela pouze 11% podíl ze zisku<sup>179</sup>. Exkluzivní smlouvu nakonec získala Intermama. Po roce 1992, kdy tato smlouva přešla na společnost Guild, byla podle jejího ředitele Michaela Málka výše podílu, který zůstával společnosti 15-20%.<sup>180</sup>

Při osobním setkání v červenci 2010 ale Michael Málek dodal, že ne vždy byla výše podílu, která zůstávala distributorovi, stejná. Jako příklad uvedl film studia Warner Bros **Robin Hood: Král zbojníků** (1991, režie Kevin Reynolds), kde zahraniční partner předpokládal vyšší zisk, proto jednostranně snížil podíl českého distributora. O jeho výši odmítl navzdory Málkovým protestům diskutovat.

Také distributoři zastupující zahraniční studia se postupně začali orientovat na české filmy. Snímky českých autorů totiž dominovaly žebříčkům návštěvnosti, čímž do jisté míry překvapily jejich zástupce. Například Interama uvedla za celou dobu své existence pouze Jakubiskův slovenský film **Lepší být bohatý a zdraví než chudý a nemocný**.

Distribuční společnosti soustředící se na uvádění zahraničních filmů dále rozdělují:

---

<sup>176</sup> tamtéž

<sup>177</sup> Myšleno Lucernafilm

<sup>178</sup> Rozhovor s Jitkou Jeřábkovou, duben 2010.

<sup>179</sup> Rozhovor s Janem Jírou, červenec 2009

<sup>180</sup> Rozhovor s Michaelem Málkem, březen 2010.

1. na **společnosti**, jež měly uzavřenou exkluzivní smlouvu o zastupování amerického major studia
2. **společnosti**, které neměly uzavřenou exkluzivní smlouvu o zastupování amerického major studia (nezávislé společnosti)

## 5.1. Distribuční firmy s exkluzivní smlouvou s hollywoodskými studii

### Lucernafilm

Období distribuční činnosti 1991-1995

<i>Rok</i>	<i>Filmy celkem</i>	<i>Filmy USA</i>	<i>Film Euro</i>	<i>Filmy CZ</i>
<b>1991</b>	138	50	53	25
<b>1992</b>	74	51	18	2
<b>1993</b>	49	39	6	1
<b>1994</b>	37	33	2	2

### Vznik a organizace společnosti

Již v kapitole č. 2 jsem napsal, že společnost Lucernafilm vznikla de facto přejmenováním Ústřední půjčovny filmů. Již sám název se ale stal předmětem dohad. Jan Jíra, tehdejší ředitel UPF se snažil zvolit jméno společnosti, které by mělo oporu v prvorepublikové tradici. Vzpomíná, jak za ním chodili kinaři i režiséři a říkali mu: „Honzo, ty tomu musíš vrátit ten český název.“<sup>181</sup> Padaly návrhy jako Elektafilm, kterým měla UPF navázat na předválečné tradice, nakonec ale zvítězil název, který navrhl Jirovi Miroslav Ondříček, Lucernafilm. Kvůli nevyjasněným sporům o pražský palác Lucerna musel Jíra název konzultovat s rodinou Havlovou, jeho užívání mu nakonec povolil Václav Havel.

Vznikl tak Lucernafilm, který se k 1. 5. 1992 proměnil na akciovou společnost a procházel další restrukturalizací. Kromě výše zmíněného oddělování provozů a rozdělení společnosti na tři dramaturgické skupiny, se Lucernafilm v rámci příprav na privatizaci dále rozdělila na:

- a) Lucernafilm- filmová distribuce
- b) Lucernafilm- home video.

---

<sup>181</sup> Jan Jíra, rozhovor, 2009



Jíra plánoval, že nově oddělené společnosti koupí kinaři a Lucernafilm se tak opět stane majetkem všech, kteří se o film skutečně zajímali. Do vzniklých společností byly zároveň vloženy již uzavřené smlouvy s americkými majors. Obě nakonec koupilo obchodní družstvo Bonton vzniklé v roce 1987 kolem osoby Martina Kratochvíla. Stalo se tak na přelomu roku 1994 a 1995. V důsledku prodeje vznikla firma Lucernafilm- filmová distribuce, a.s., která získala obchodní značku Lucernafilm včetně loga. Obchodní partneři uzavřeli tento kontrakt k 1. 7. 1995. Nově jmenovaný ředitel Aleš Danielis chtěl značku oficiálně přihlásit 16. listopadu téhož roku, zjistil ale, že jí má již zaregistrovanou firma Lucerna- Barrantov, s.r.o. a to od října roku 1993.<sup>182</sup> Je přitom paradoxem, že firma Lucerna- Barrantov přihlásila značku za účelem stejného druhu podnikání, jako od roku 1991 fungující Lucernafilm<sup>183</sup>.

Valná hromada Lucernafilmu dospěla 5. května 1995 k závěru, že bude pro společnost lepší, když se přejmenuje podle jména nového vlastníka- holdingu Bonton. Rodina Havlová totiž Danielisem řízené firmě navrhovala dočasné používání značky Lucernafilm s tím, že až začne v budoucnu distribuční činnost vyvíjet, značku si od nich převezme<sup>184</sup>

V distribučních aktivitách Lucernafilmu po roce 1995 pokračovaly dvě společnosti. Bonton, který odkoupil dceřiné společnosti a post ředitele nabídl dosavadnímu podřízenému Jana Jíry, distribučnímu řediteli Aleši Danielisovi, vznikl tak Bontonfilm, a CinemArt, kterému zůstala budova na Národní třídě č.p. 28, dosavadní sídlo Lucernafilmu. CinemArt od roku 1995 spravoval Jan Jíra spolu s Alešem Třískou.

### **Dramaturgie a strategie**

Lucernafilm patřila mezi společnosti, které si dramaturgii, podobně jako Interama a Guild nemohly plně určit. Byla vázána odběrem smluvně daného počtu amerických titulů. Zpočátku 90. let uvedla několik filmů zakázaných komunistickým režimem, z nichž nejúspěšnější byli Menzelovy **Skřivánci na niti** (748 tisíc diváků). Strategickou chybou Lucernafilmu bylo uvedení všech „trezorových“ snímků najednou.

V téže době se navíc musela vyrovnat s nasmlouvanými zásobami filmů, kterými disponovala z období před rokem 1989.

---

<sup>182</sup> LIKAŘOVÁ, Zdenka: Lucernafilm se mění v Bontonfilm. Hospodářské noviny, 29.6.1995

<sup>183</sup> Obchodní značka byla registrována na Olgu a Dagmar Havlovi- srovnání tamtéž

<sup>184</sup> Likařová, Zdena, cit. d. 29.6.1995, slova Aleše Danielise

V oblasti nových českých celovečerních filmů narážela na výše uvedený nezájem jejich producentů. Sama navíc preferovala rychlé uzavření smluv s americkými majory. Přesto distribuovala české filmy jako **Rekviem pro panenku**, **Don Gio**, **Záhada hlavolamu**, **Lekce Faust** a **Řád**, které jsou v rámci české kinematografie 90. let tematicky či žánrově ojedinělé.

Oslabení dramaturgie Lucernafilmu přišlo v roce 1993, kdy fakticky zanikla skupina Svatavy Peschkové Lucernafilm-Gama. Vedení společnosti se začalo více zajímat o ekonomické výsledky. Původní model financování, kdy zisky všech tří skupin vytvářely jeden fond společnosti, z něhož čerpaly všechny skupiny podle svých potřeb, nahradilo oddělené financování každé ze skupin. Distribuční skupina Svatavy Peschkové nebyla schopna čelit „přívalu“ amerických filmů a její činnost proto postupně ustávala<sup>185</sup>

Všechny tři skupiny měly vlastní loga na distribučních plakátech, pracovaly jinak se slogany. Gama ve větší míře spoléhala na evropské filmy a tuto skutečnost na svých plakátech a fotoskách zdůrazňovala. Například film **Vražedný tanec** (1990, režie Gilles Behat) této distribuční skupiny doprovázel slogan na plakátech: „Alain Delon a Claude Brasseur v hlavních rolích francouzského kriminálního filmu.“ Nebo film **Rej výtržníků** (1991, režie Robert Yves) propagovalo toto reklamní heslo: „Jean Rochefort, Miou- Miou a spousta náhod v hlavních rolích francouzské romantické komedie“<sup>186</sup>.

Pro doplnění dramaturgie zařazovala také skupina Gama americké filmy, většinou však nezávislé produkce (**S Madonou v posteli**, 1991, režie Alek Keshishian). Distribuční činnost ukončila Gama mimo jiné proto, že Svatava Peschková v roce 1993 odešla z Lucernafilmu a začala spolupracovat s Michaelem Málkem ve společnosti Guild.

### **Spolupráce s kinaři.**

V této oblasti se Lucernafilm příliš nelišila od ostatních společností. Raritou bylo vydávání vlastního časopisu, Zpravodaj Lucernafilmu, který vycházel každý měsíc a přinášel informace o nejnovějších filmech. S restrukturalizací společnosti ukončila Lucernafilm jeho vydávání na konci roku 1991<sup>187</sup>. Zavedla nový systém, v rámci něhož zasílala do kin distribuční listy formátu A5, které byly opatřeny otvory tak, aby umožňovaly archivaci v kroužkovém záznamníku. V tomto trendu pokračuje Bontonfilm dodnes.

---

<sup>185</sup> Srovnání Jan Jíra, rozhovor 2009; Čermák, cit. d. , 2008

<sup>186</sup> Slogany z distribučních plakátů k filmům

<sup>187</sup> Dopis Lucernafilmu kinařům [CD-ROM, Lucernafilm]

V oblasti půjčovního preferoval 50% odvod. Aleš Danielis ale při osobním setkání v létě roku 2010 připomněl film **Jurský park** (1993, režie Steven Spielberg), za který kina odváděla 60% z tržeb.

### **Guild Entertainment**

Období distribuční činnosti 9. 4. 1993- 12. 5. 1994

První premiéra: Poslední Mohykán 9. 4. 1993

<i><b>Rok</b></i>	<i><b>Filmy celkem</b></i>	<i><b>Filmy USA</b></i>	<i><b>Film Euro</b></i>	<i><b>Filmy CZ</b></i>
<b>1993</b>	34	34	0	0
<b>1994</b>	19	19	0	0

### **Vznik a organizace společnosti**

Americké filmy byly úspěšné nejen v Česku. Firma Carolco slavila v oblasti videodistribuce úspěchy ve Velké Británii s filmy jako **Terminátor** nebo **Rambo**. V rámci rozšíření svých podnikatelských aktivit se rozhodla expandovat do východní Evropy. Koupila 45% podíl ve společnosti Guild Entertainment Central Europe kft, která měla sídlo v Maďarsku a současně také společnost International Film Exchange, která měla 50% podíl ve společnosti Interama působící od roku 1992 v české distribuci<sup>188</sup>. Guild se nedohodla se Slovenskou pojičovníou filmů na spolupráci a rozhodla se pracovat samostatně. Ze společnosti tak odešel Ing. Peter Kot a také Dr. Jitka Jeřábková, která založila společnost Gemini Film. Do Guildu naopak přešla Svatava Peschková z Lucernafilmu a spolu s Michaellem Málkem určovali další směřování společnosti.

V roce 1994 se britská společnost Carolco začala finančně propadat a v roce 1995 vyhlásila bankrot. To mělo samozřejmě vliv i na evropská teritoria. Nový vlastník Guildu neměl zájem o distribuci filmů v Evropě a další osudy české společnosti byly v rukou jeho zaměstnanců.

### **Dramaturgie a strategie**

Na společnost Guild se podařilo převést zpočátku všechny smlouvy distribuční firmy Interama (Columbia, Buena Vista, Warner Bros). Zejména Warner Bros ale tou dobou hledala optimálního partnera v Česku. Po krátkodobé zkušební spolupráci se Space

---

<sup>188</sup> Interama distribuovala některé filmy společnosti Carolco, například film *The Doors* režiséra Olivera Stona.  
[CD-ROM, Interama]

Filmem se nakonec rozhodla pro společnost Gemini Film, kterou zastupovala Jitka Jeřábková. Spolupráce Guildu a WB skončila počátkem roku 1994. Poslední spoluprací obou společností byl film **Případ Pelikán** (1993, režie Alan J. Pakula) uvedený do českých kin 14. dubna 1994.

Michael Málek se snažil vyjednat co nejvýhodnější smlouvy, což se mu dařilo. (viz například výše zmíněný příklad Buena Vista)

Finanční kritéria byla pro Guild nejdůležitější. Společnost neměla žádný dramaturgický záměr, šlo jí jen o to, aby se dlouhodobě udržela mezi dvěma nejsilnějšími společnostmi na českém trhu.<sup>189</sup> Dobrá ekonomická pozice pro Guild znamenala, že mohla obstát před zahraničním partnerem, který po ní nepožadoval počáteční garanci. V takových případech se ale snižoval podíl společnosti na zisku z filmu z 20% na 15%.<sup>190</sup>

Zahraníční studia prodávala do Česka opotřebované kopie, jejichž cena se pohybovala okolo 500 dolarů. Nové kopie musela společnost pořizovat pouze v případě dabingu nebo krátkého odstupu od zahraniční premiéry.

Nad svými filmy ale studia nechtěla ztrácet kontrolu. Kromě českého obchodního partnera pracoval pro každé studio „zahraniční dohlížitel“, který byl ředitelem filmové distribuce pro zvolené teritorium (v případě Guildu pro celou východní Evropu) a kontroloval veškerou práci s filmem (způsob nasazení do kin, podobu reklamní kampaně, rozpočet atd). Byl v každodenním spojení s českým distributorem a dohlížel na to, jakým způsobem se dodržují parametry, které určil. Jeho prací byly také nečekané inspekční kontroly nebo konzultační telefonáty s českým ředitelem, jejichž předmětem bylo mimo jiné sdělování výsledků zahraničních filmů v Česku, které dohlížitelům sloužily pro další nasměrování reklamní kampaně. Na tuto práci se liší názory pamětníků. Zatímco Málek ji s odstupem času přijímá s pochopením:

*„Studia na základě distribuční smlouvy mluvila (a mluví) do všeho, neboť nesou hlavní finanční zátěž. Je na českém partnerovi, jak dokáže vysvětlit česká specifika a prosadit svou“*,

Jitka Jeřábková na dohlížitele vzpomíná zcela jinak:

---

<sup>189</sup> Michael Málek, rozhovor březen, srpen 2010

<sup>190</sup> Jedná se pouze o ilustrativní čísla, skutečný podíl ze zisku se mohl lišit film od filmu.

*„To byli pěkní loupežníci, ti Američané. Ti vás nenechali ani dýchat. Vzali si programové zařazení, do toho mluvili, aniž by znali ty kina a věděli podstatné informace. Podívali se na naše záznamy, řekli, že se to tak nedělá, že se to musí dělat jinak. Ke všemu měli nějaké připomínky a hlavně finanční. Neustále si přáli vyšší vstupné, což jsme nebyli schopní v žádném případě zařídit“<sup>191</sup>.*

Také Guild měl podobně jako Space Films nebo Astra Cinema enormní zájem o české filmy. Čeští producenti ale na počátku 90. let zahraniční společnosti nedůvěřovali

### **Spolupráce s kinaři**

Programování filmů do kin zajišťovala pro Guild společnost Astra Cinema, která si nechávala maximálně 3% z tržeb. Všechna kina odváděla 50% z tržeb bez ohledu na jejich výši. Guild posílal trailery do kin nejprve odděleně, postupem času se součástí jeho strategie stalo připojování ukázek k filmu, což upozorňovalo diváky i kinaře na blížící se premiéry.

### **Gemini Film**

Období distribuční činnosti 4.3.1993- 10.6.1999

První premiéra : Přepadení v Pacifiku 9.4.1993

<b>Rok</b>	<b>Filmy celkem</b>	<b>Filmy USA</b>	<b>Film Euro</b>	<b>Filmy CZ</b>
<b>1993</b>	18	14	4	0
<b>1994</b>	18	14	3	1
<b>1995</b>	22	13	5	4
<b>1996</b>	17	15	2	0
<b>1997</b>	21	21	0	0
<b>1998</b>	3	2	0	1
<b>1999</b>	2	0	1	1

Gemini Film vznikl téměř současně se společností Guild, po pádu Interamy. Přípravy na její založení probíhaly už v roce 1992, do obchodního rejstříku byla zapsaná 11. 9. 1992, tedy ještě v době, kdy Interama fungovala. Jitka Jeřábková se znala s ředitelem mnichovské pobočky studia Columbia Erichem Mullerem<sup>192</sup>, který pocházel z Mariánských Lázní a měl zájem Jitce Jeřábkové v jejich záměrech pomoci. Znal

<sup>191</sup> Rozhovor s Dr. Jitkou Jeřábkovou, duben 2010

<sup>192</sup> Se studiem Columbia měla uzavřenou smlouvu Interama

německého podnikatele Bodo Scribu, který byl dvorním spolupracovníkem zakladatele společnosti Regency Enterprises, producenta Arnona Milchana.<sup>193</sup> Muller Scribovi doporučil, aby v rámci svých evropských obchodních záměrů s Jeřábkovou spolupracoval.

Bodo Scriba si mohl vůči Gemini Filmu dovolit opravdovou velkorysost. Patřil v Německu vedle Dietera Geisslera<sup>194</sup>, producenta společnosti CineVox, mezi významné filmové mecenáše s návazností na několik televizních stanic a produkčních firem. V roce 1993 řekl pro německý Der Spiegel: „Dělat film je jako nemoc. Jakmile ji jednou máte, už nikdy neodejde. Tak moc je natáčení filmu vzrušující.“<sup>195</sup> Spolu s dalším významným německým producentem Rolfem Deyhlem založil již na konci 80. let společnost Scriba & Deyhle-Holding a v koprodukcí se CineVoxem natočili **Nekonečný příběh** s rozpočtem 50 milionů marek<sup>196</sup>. Stejně úspěšné druhé pokračování vznikalo v koprodukcí s Warner Bros. Scribovo impérium se rozrostlo po celém světě. Když po roce 1991 navázal spolupráci s Milchanem, patřil již mezi nejbohatší německé producenty působící v Hollywoodu, financoval například výstavbu chemických závodů, ale spolu s Milchanem podporovali také židovské, islámské a křesťanské organizace po celém světě. Ve spolupráci Scriby a Milchana vznikaly počátkem 90. let filmy jako **Volný pád** (1993, režie Joel Schumacher), **Návrat Sommersbyho** (1993, režie Jon Amiel ) nebo **Zachraňte Williho** (1993, režie Simon Wincer)

Výhodou Regency Enterprises bylo, že měla uzavřenou dlouhodobou smlouvu o distribuci filmů na území USA se společností Warner Bros. Právě spolupráce Regency a WB Jeřábkové umožnila výhradní distribuci filmů od velkého hollywoodského studia. Sám Bodo Scriba prostřednictvím své společnosti vložil do nově vznikajícího Gemini Filmu částku 4,5 milionu korun, což představovalo 90% procent zakládajícího kapitálu. Zbýlých 10% uhradila Jitka Jeřábková<sup>197</sup>. Chod Gemini Filmu kontroloval z postu prezidenta společnosti Erich Muller

Gemini si mohla dovolit poměrně nákladný distribuční servis. Vybuodovala kromě kanceláře v Praze ještě filiálky v Brně a Bratislavě. Bodo Scriba navíc po celou dobu existence společnosti distribuci filmů v Česku dotoval. Podle odhadů Jitky Jeřábkové

---

<sup>193</sup> Producent filmů jako Pretty Woman nebo Ďáblův advokát, ale také Tenkrát v Americe nebo Brazil

<sup>194</sup> Mimo jiné produkčně spolupracoval na filmu Luchina Viscontiho Ludwig II.

<sup>195</sup> Barth, Ariane: Hier ist was von Wildwest. Der Spiegel, č. 24, rok 1993. Online na:

[<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13682972.html>]. Citováno 26. 10. 2010

<sup>196</sup> tamtéž

<sup>197</sup> Zdroj: Administrativní registr ekonomických subjektů

pokrýval finanční ztráty společnosti, které za 5 let její existence činily přibližně deset milionů korun.<sup>198</sup>

### **Dramaturgie a strategie**

Warner Bros nechávala Gemini Filmu podíl ze zisku z distribuce svých filmů ve výši 17%. Kromě toho Gemini Film distribuovala snímky, které jí zprostředkoval Bodo Scriba skrze jednu ze svých hamburských společností, Urania Film.

Z těchto filmů nechával Scriba v Česku podíl ve výši 25%. Ani to ale společnosti nestačilo. Prezident Erich Muller totiž prosadil, aby po vzoru Německa byly všechny akvizice, které Gemini Film uvádí, dabované. K tomuto názoru se klonil i sám Scriba, který svou strategii v roce 1993 vysvětlil následovně: „

*„Můj názor je, že u filmů s titulky divákům uniká to nejdůležitější, tedy obraz<sup>199</sup>.“*

V případě dabingu jsou ale distribuční náklady několikanásobně vyšší, než v případě pouhého opatření kopie českými titulky. Gemini Film nedokázala tyto náklady dlouhodobě pokrýt. Zisk 17% z tržeb, který Warner českému partnerovi ponechal, byl příliš malý a všechny nevýdělečné filmy tak financoval Bodo Scriba. Gemini Film se sice snažila divákům dabing náležitě prodat tím, že tuto skutečnost sdělovala na každém distribučním plakátu, výsledky jejich filmů ale nebyly vyšší, než výsledky jiných českých společností. Warner Bros spolupráce s českým partnerem dlouhodobě neuspokojovala. Tlačila Gemini Film, aby zvýšila vstupné, aby zlepšila způsob nasazování filmů do kin, Jitka Jeřábková ale poukazuje na neznalost prostředí, která byla pro dohlázele z Warner Bros typická. V roce 1998 tato nespokojenost vyvrcholila tím, že WB rozvázala s Gemini Filmem spolupráci a začala své filmy v Česku distribuovat sama. Pozici české kanceláře WB ale upevnil až pád německého Kinoweltu, který na evropských teritoriích zastupoval společnost New Line Cinema. Ta se jako člen holdingu Time Warner rozhodla, že své filmy nadále nabídne do Evropy prostřednictvím společnosti Warner Bros.

Následující tabulka sleduje vždy nejnavštěvovanější filmy roku, které uváděla do roku 1998 společnost Gemini Film a od roku 1998 pak sama česká kancelář WB. Srovnává výsledky obou společností. Všimám si, že výsledky společnosti WB do roku 1998 jsou v zásadě srovnatelné s výsledky Gemini Filmu. Filmy **Matrix** (1999, režie Andy

---

<sup>198</sup> Jitka Jeřábková uvádí ztrátu v rozmezí 8 – 12 miliony korun

<sup>199</sup> HOFMANOVÁ, Libuše: Film má mluvit obrazem. Kinorevue č. 8, 1993

Wachowski, Larry Wachowski), **Pokemon** (1999, režie Michael Haigney, Kunihiro Yuyama) a **South Park** (1999, režie Tray Parker) považují za odlišné od filmů jako **Ace Ventura** (1994, režie Tom Shadyac) nebo **Zachraňte Williho**. Přináší s sebou totiž vždy něco nového. V případě filmu **Matrix** se jedná o nový styl práce s filmovými triky, **South Park** a **Pokemon** jsou filmové verze v té době úspěšných seriálů televize Nova. Nelze proto jednoznačně tvrdit, že zavedení kanceláře WB v Česku filmům daného studia jednoznačně prospělo. Je zároveň diskutabilní, nakolik stojí za úspěchem filmu **Pán prstenu: Společenstvo prstenu** (2001, režie Peter Jackson) česká kancelář firmy Warner Bros a nakolik Space Films, která kampaň k filmu připravovala již od roku 2000<sup>200</sup>. Distribuce filmu však byla Ježkově společnosti po krachu Kinoweltu znemožněna.

<b>Rok</b>	<b>Film</b>	<b>společnost</b>	<b>Počet diváků</b>	<b>tržby</b>	<b>Počet kopií</b>
1995	<i>Specialista</i>	<i>Gemini</i>	259 656	7 488 531	16
1996	<i>Ace Ventura 2</i>	<i>Gemini</i>	165 882	5 283 959	10
1997	<i>Zachraňte Williho 3</i>	<i>Gemini</i>	101 516	3 497 303	11
1998	<i>L.A. Přísně tajné</i>	<i>Gemini</i>	41 553	2 177 689	8
1998	<i>Smrtonosná zbraň 4</i>	<i>WB</i>	76 400	4 639 893	14
1999	<i>Matrix</i>	<i>WB</i>	325 606	19 327 949	14
2000	<i>South Park</i>	<i>WB</i>	185 129	10 670 594	12
2001	<i>Pokemon</i>	<i>WB</i>	152 104	8 668 323	14
2002	<i>Pán Prstenů</i>	<i>WB</i>	982 994	91 143 639	29

V další tabulce porovnávám úspěšnost distribuce Gemini Filmu ve srovnání se soudobými společnostmi. Jako základní kritérium pro porovnávání volím společný rok 1995, v němž pracuji s nejúspěšnějšími filmy společností, které ve zvoleném roce distribuovaly filmy.

<b>Film</b>	<b>Společnost</b>	<b>Poč. kopií</b>	<b>Počet diváků</b>	<b>Návštěvnost na 1 kopii</b>
<i>Forrest Gump</i>	<i>Bontonfilm</i>	10	668 675	66 868
<i>Vodní svět</i>	<i>Bontonfilm</i>	18	222 723	12 374
<i>Maska</i>	<i>Bontonfilm</i>	10	218 130	21 813
<i>Specialista</i>	<i>Gemini</i>	16	259 656	16 229
<i>Interview s upírem</i>	<i>Gemini</i>	17	166 661	9 804
<i>Smrtící epidemie</i>	<i>Gemini</i>	13	158 923	12 224
<i>Lví Král</i>	<i>Falcon</i>		256 406	

<sup>200</sup> Filmový přehled č. 11, rok 2001, článek „Připravované premiéry“



<i>Blbý a blbější</i>	<b>Intersonic</b>	<b>12</b>	<b>225 715</b>	<b>18 809</b>
<i>Hvězdná brána</i>	<b>Intersonic</b>	<b>12</b>	<b>136 767</b>	<b>11 397</b>
<i>Leon</i>	<b>Intersonic</b>	<b>12</b>	<b>116 680</b>	<b>9 723</b>
<i>Street Fighter</i>	<b>Falcon</b>	<b>10</b>	<b>131 621</b>	<b>13 162</b>
<i>První rytíř</i>	<b>Falcon</b>	<b>20</b>	<b>155 973</b>	<b>7 798</b>

I tato druhá tabulka potvrzuje, že výsledky Gemini Filmu nebyly o nic horší, než výsledky jiných společností. Podle Jitky Jeřábkové se o rozvázání smlouvy a založení české kanceláře WB přičinila třetí osoba.

V roce 1998 vypršela smlouva mezi Regency Enterprises a Warner Bros na území USA a Arnon Milchan uzavřel podobnou smlouvu s 20 th. Century Fox<sup>201</sup>. Na jejím základě mohl Bodo Scriba přinést do Gemini Filmu jiného významného zahraničního partnera. Usoudil ale, že další působení jeho distribuční společnosti v Česku nemá budoucnost a soustředil se dále na distribuční aktivity v Rusku. Společnost Gemini Film procházela likvidací až do roku 2008. Po tu dobu prodávala v Česku televizní práva k zahraničním filmům, která Bodo Scriba vlastnil. Společnost Warner Bros televizní práva Gemini Filmu nikdy neposkytovala.

Po celou dobu kinodistribuce Gemini Filmu se jeho spolupráce s kinaři nijak nelišila od jiných společností. Gemini Film disponovala vlastním programovacím střediskem, pořádala setkání s kinaři, kina klasifikovala podle úspěšnosti do tří skupin s tím, že při programování preferovala ty úspěšnější, snažila se pořádat slavnostní premiéry k filmům, u nichž předpokládala úspěch. (**Přepadení v Pacifiku.**)

### **Nástupnické společnosti**

V polovině devadesátých let začaly v Česku působit dvě nástupnické společnosti, Falcon (od roku 1994) a Bontonfilm.(od roku 1995)

Bontonfilm vznikl jako nástupnická organizace dceřiné společnosti dřívějšího podniku Lucernafilm, Falcon začal distribuční činností zásluhou zaměstnanců dřívějšího Guildu a podnikatelským záměrem Ing. Pavla Vodičky poté, co zkrachovala britská společnost Carolco.<sup>202</sup> Při srovnání odpovědí na otázku dramaturgie obou společností docházím k závěru, že se v tomto aspektu nijak zásadně neliší od firem, na které navazovaly.

<sup>201</sup> Michael Málek, rozhovor 2010

<sup>202</sup> Viz podkapitoly Lucernafilm a Guild.

Jan Jíra coby bývalý ředitel Lucernafilmu připomínal v souvislosti s dramaturgií důležitost smluv se zahraničními majors, na jejich důležitost v roce 2010 poukázal také Aleš Danielis

*„V roce 1991 jsme se plně soustředili na nové vyprofilování společnosti a uzavření obchodních smluv s některými hollywoodskými studii, které ostatně existují dodnes“<sup>203</sup>.*

Ještě větší shodu v tomto smyslu nalézám u Michaela Málka ze společnosti Guild a Jana Bradáče ze společnosti Falcon:

*„V rámci Guildu jsme se s konkurencí vyrovnávali zdatně, neboť jsme měli filmy Columbie, WB a Disneyho (+ Carolco), tedy silnější katalog než tehdejší Bonton.*

*Jediným záměrem bylo fungovat finančně tak, abychom se udrželi na trhu jako jeden ze dvou hlavních hráčů.<sup>204</sup>*

*Měli jsme k dispozici monopol na filmová práva dvou studií z USA. Tím to bylo pro začátek dané.<sup>205</sup>*

V obou firmách dodnes zůstali někteří klíčoví lidé, kteří pracovali v předchozí společnosti. Ve Falconu na postu ředitelky marketingu v roce 2008 působila Svatava Peschková, která stála u zrodu společnosti Guild. Jedinou výraznější personální změnou je nástup Jana Bradáče, do Falconu v roce 1995, od roku 1997 se stal jeho ředitelem. Tím ve funkci vystřídal Michaela Málka.

Po přejmenování společnosti Lucernafilm- filmová distribuce na Bontonfilm se předsedou představenstva stal Martin Kratochvíl. Dalšími členy představenstva se po dohodě stali Zdeněk Kozák, Michael Hawk, Aleš Danielis a Radko Hájek<sup>206</sup>. Mezi zaměstnanci společnosti dodnes nacházím některé další lidi, kteří byli spojeni ještě s předlistopadovou Ústřední půjčovnou filmů. Například o programový servis se v rámci kinodistribuce stará Ivana Pecková<sup>207</sup>.

---

<sup>203</sup> Aleš Danielis, rozhovor 2010

<sup>204</sup> Michael Málek, rozhovor 2010

<sup>205</sup> Jan Bradáč, rozhovor 2010

<sup>206</sup> Danielis, cit. d., s.69

<sup>207</sup> O své práci v Ústřední půjčovně filmů mluvila při osobním setkání v roce 2007, když jsem připravoval bakalářskou diplomovou práci

Obě společnosti se shodně snažily ušetřit na programovacích střediscích. Společnost Falcon zaměstnala v průběhu 90. let některé programistky společnosti Astra Cinema a pracovala s pěti programovacími středisky (Praha, Brno, Hradec Králové, Plzeň, Ústí nad Labem), dnes má pouze tři (Praha, Brno, Hradec Králové). Na činnost společnosti Astra Cinema coby programovací agentury navázala po roce 2000, kdy programovala do kin filmy společnosti Artcam a některé filmy Hollywood C.E. Také Bontonfilm měla na počátku 90. let programovací střediska v Praze a Brně, postupně šla cestou centralizace programového servisu a má pouze středisko v Praze.

### **Proměny holdingu Bonton**

Součástí holdingu Bonton bylo na počátku 90. let také nakladatelství Albatros a hudební vydavatelství Supraphon<sup>208</sup>. Takové společenství mělo podle Danielise své výhody. Společnost ušetřila za reklamu a spolupráci s ostatními médii a v roce 1995 nebyla poprvé ve své historii odkázána na bankovní úvěr.<sup>209</sup>

V roce 1998 se rozrostla o Centrum českého videa, koupila tak do té doby nezávislou společnost působící v oblasti videodistribuce od roku 1993. V roce 2003 byly společnosti Centrum českého videa Bontonfilm a Bonton Home Video spojeny do společnosti Bontonfilm, a.s.

Tři dramaturgické skupiny původního Lucernafilmu vystřídalily pouhé dvě:

- a) Bontonfilm Alfa, který spolupracoval se studiem MGM/UA. Touto spoluprací se na český trh dostávaly jeden až dva filmy měsíčně<sup>210</sup>
- b) Bontonfilm Beta, která zajišťovala veškerou ostatní nabídku společnosti, včetně českých a nezávislých filmů (oblast působnosti bývalé skupiny Gama.
- c) Od roku 1997 se toto striktní oddělení proměňuje. České filmy jako **Modré z nebe**<sup>211</sup> a **Zdivočelá země**<sup>212</sup> z roku 1997 nebo **Mrtvej Brouk** a **Minulost** z roku 1998 přebírá skupina Alfa. Od prosince roku 1999 mizí z distribučních listů oddělení obou skupin.

K obchodním vztahům se zahraničními majors řekl v roce 1995 Aleš Danielis:

---

<sup>208</sup> Obě společnosti součástí holdingu do roku 2008, poté byly odprodány dalším firmám

<sup>209</sup> Líkařová, Zdena- Matějka, Ivan: Ředitel společnosti Bontonfilm Aleš Danielis: "Filmová distribuce je riskantní podnikání. Hospodářské noviny 15.9.1995

<sup>210</sup> tamtéž

<sup>211</sup> Distribuční list společnosti Bontonfilm č. 45/1997

<sup>212</sup> Distribuční list č. 55/1997

„Naše vztahy se zahraničními partnery se nezměnily.“<sup>213</sup> Připomněl ale, že každou změnu ve struktuře a vlastnictví společnosti musí se zahraničními studii projednat. To znamená, že původní smlouvy uzavřené Lucernafilmem mohly během 15 let projít změnami zejména v oblasti garancí a výší procentuelního podílu.

Obchodní problémy, které musel Bontonfilm v roce 2008 řešit, se dozvídám z výročních zpráv zveřejňovaných ve Sbírce listin Obchodního rejstříku Ministerstva spravedlnosti, která je online k dispozici na portále [www.justice.cz](http://www.justice.cz)<sup>214</sup> V roce 2008 hodlal Bontonfilm posílit například obchodní obrat z prodeje videonosičů, v oblasti distribuce filmů do kin se snažil posílit nabídku českých filmů<sup>215</sup>.

### Nárůst zájmu Falconu o české filmy

Jak Bontonfilm, tak Falcon se v průběhu 90. let snažili posílit distribuci českých filmů. Prostor v této oblasti vznikl zejména po ukončení činnosti společností Astra Cinema a Spece Films, v roce 2000. Změnu v počtu distribuovaných českých filmů dokládá následující tabulka:

Rok	Bontonfilm		Falcon	
	Filmy ČR	Filmy USA	Filmy ČR	Filmy USA
1997	7	48	1	21
1998	5	36	3	20
1999	6	27	3	25
2000	6	37	3	26
2001	5	30	6	19
2002	6	32	5	22
2003	5	30	3	28
2004	9	32	5	27
2005	8	30	2	24
2006	8	31	6	22
2007	4	35	5	14
2008	6	40	12	12

Zatímco Bontonfilm byl v tomto směru aktivní celá devadesátá léta, společnost Falcon začala pravidelnou distribuci českých filmů až po úspěchu snímku Vladimíra Michálka **Je třeba zabít Sekala (1998)**. Nárůst filmů distribuovaných společností Falcon

<sup>213</sup> Likařová- Matějka, cit.d., 1995.

<sup>214</sup> Výroční zpráva společnosti Bontonfilm za rok 2007 zveřejněná na portále [www.justice.cz](http://www.justice.cz). Online na: [\[http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentDetail&vypisListiny.@slCis=100357244&vypisListin.@cEkSub=527710\]](http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentDetail&vypisListiny.@slCis=100357244&vypisListin.@cEkSub=527710) Citováno 29.10.2010

<sup>215</sup>

si vysvětlují jejich úspěchem. Hned v roce 2004 obsadila se svými filmy **Horem pádem**, **Snowboardáři** a **Jak básníci neztrácejí naději** 5., 6. a 7. místo v žebříčku návštěvnosti. Jednalo se o tři nejnavštěvovanější české filmy roku. Falcon se tak začala stávat pro producenty jistotou. Například Miloslav Šmídmajer, producent filmů **Jak básníci neztrácejí naději** a **Jak se krotí krokodýli** v roce 2009 řekl:

*„Falcon a Bioscop jsou ideálními partnery pro film, který má šanci zaujmout širokou diváckou obec, pracují naprosto spolehlivě a profesionálně, Falcon má navíc výhodu své sítě multikin.“*

### **Spolupráce s kinaři**

Pro velké společnosti byla kina vždy důležitá. Spolupráce s nimi měla vliv na uzavírání smluv se zahraničními partnery i na to, jakým způsobem se podaří „prodat“ jejich film. V 90. letech ale rostl zájem velkých společností o multikina. Již v dubnu roku 1996 bylo otevřeno v Praze první multikino s osmi sály a 10 126 místy. Založila ho společnost Kino 2005, mezi jehož vlastníky patřila také společnost Bontonfilm.<sup>216</sup>

Bontonfilm v této aktivitě nadále pokračovala a v roce 1998 se spojila s francouzskou firmou Guamont. Spolu s ní vyhrála konkurz na provozování multikina ve Slovanském domě<sup>217</sup>, které ovšem dnes provozuje společnost Palace Cinemas. Guamont totiž nakonec od projektu odstoupila a holding Bonton nenašel za silnou společnost Guamont náhradu. Rozhodl se proto ukončit tuto činnost a 17.9.1999 opustili zástupci Bontonu také Kino 2005.<sup>218</sup>

I společnost Falcon se rozhodla podnikat v oblasti provozování kin. Na první pohled ovšem jiným způsobem než Bonton. Zatímco Bonton se stávala přímým podílníkem v multiplexech, na jejímž chodu se podílela, Falcon jako společnost se podílníkem nikdy nestala. Když 29. 1. 2001 vznikala síť multikin Cinestar, základní kapitál společnosti dosahoval výše 80 milionů korun. 50% této částky uhradila nizozemská společnost CineStar International B. V. a polovinu Ing. Pavel Vodička, který byl od zrodu Falconu jejím jediným vlastníkem. Je tedy otázkou, nakolik je historická spolupráce

---

<sup>216</sup> LIKAŘOVÁ, Zdenka: První multikino diváky přitahuje. Hospodářské noviny 26.4.1996.

Od roku 2001 vlastní multikino společnost nizozemská firma Cinema City International N.V., kterou dle obchodního rejstříku zastupují občané Izraelského státu Yevgeni Rchichev a Amir Asher Nisim Levi.

<sup>217</sup> LIKAŘOVÁ, Zdenka: Multikina zvyšují návštěvnost. Hospodářské noviny, 4.12.1998

<sup>218</sup> Danielis, cit. d. , s.77

Bontonu coby vlastníka Bontonfilmu a společnosti Kino 2005 stejná jako aktuální spolupráce Cinestaru a Pavla Vodičky coby vlastníka Falconu.

S rozmachem multikin v ČR se měnil přístup distributorů k jednosálovým kinům. Multikina totiž vytvořila zvláštní kategorii a postupně získala takřka 85% podíl na tržbách v kinech. Malá kina ztrácela v tomto smyslu na důležitosti, což dokazuje tabulka převzatá z internetových stránek Unie filmových distributorů<sup>219</sup>

rok	Vysvětlivky	Předst.	Diváci	Tržby
2004	všechna kina ČR celkem:	326 646	12 046 139	1 105 869 640
	z toho multikina (15)	197 055	6 470 096	771 963 926
	podíl multikin 2004	60,33%	53,71%	69,81%
-				
2005	všechna kina ČR celkem:	318 212	9 478 632	854 485 624
	z toho multikina (16)	197 961	5 210 142	607 583 889
	podíl multikin 2005	62,21%	54,97%	71,11%
-				
2006	všechna kina ČR celkem:	345 239	11 508 965	1 043 322 604
	z toho multikina (19)	228 274	6 945 803	787 064 511
	podíl multikin 2006	66,12%	60,35%	75,44%
-				
2007	všechna kina ČR celkem:	353 801	12 829 513	1 200 004 225
	z toho multikina (19)	245 254	8 185 612	941 952 201
	podíl multikin 2007	69,32%	63,80%	78,50%
-				
2008	všechna kina ČR celkem:	386 319	12 897 046	1 220 237 088
	z toho multikina (25)	276 032	8 557 667	1 026 996 045
	podíl multikin 2008	71,45%	66,35%	84,16%

Distribuční společnosti soustředící se na distribuci komerčních filmů se po nástupu multikin na český trh soustředili ve velké míře na spolupráci s multiplexy. Jednosálová

<sup>219</sup> <http://www.ufd.cz/clanky/zakladni-statistiky-tykajici-se-multikin>

kina spojovali jejich zástupci často s luxusem, dramaturgickou specifičností nebo uměleckým záměrem.<sup>220 221</sup>

## 5.2. Nezávislé společnosti s neurčitou dramaturgií

Vedle distributorů jako Bontonfilm a Falcon existovali a stále existují společnosti, které nemají uzavřenou výhradní smlouvu o distribuci s žádným hollywoodským studiem. Spolupracují většinou s menšími hollywoodskými studii jako například Miramax, (případně Dimension Films) nebo Lionsgate. Uzavírají rovněž smlouvy s evropskými partnery jako je například francouzský Guamont. Takovou spoluprací může českému distributorovi zprostředkovat buď sám zahraniční producent, nebo jeho oblastní zástupce, který někdy plní roli obchodního agenta.

### Intersonic Taunus Production

Jako první ze společností, které se v 90. letech vydaly tímto směrem, začala svoji distribuční činnost společnost Intersonic. Podobně jako celá řada menších firem (Guild Home Video založená Oldřichem Hejtmánkem, Multivideo založená Ing. Jiřím Hotovým nebo Hollywood Clasic Entertainment zastoupená jednatelem Igorem Konyukovem) započala své distribuční aktivity šířením videokazet. Intersonic vznikla v roce 1991 v Bratislavě, jejími zakladateli byli Peter Štefka a Ivan Lacho. Od roku 1992 začala uvádět filmy do kin. Od roku 1993 do roku 2000 spolupracovala například s americkým studiem Castle Rock Entertainment, britsko-americko-holandskou firmou Polygram nebo francouzským Guamontem. Mezi nejúspěšnější filmy vydané společností Intersonic patřily filmy **Sedm let v Tibetu** (1998, režie Jean-Jacques Annaud, 335 650 diváků), **Evita** (1997, režie Alan Parker, 281 811 diváků) nebo **Trainspotting** (1996, režie Danny Boyle, 234 151 diváků). Ze 113 titulů, které společnost do roku 2001 uvedla, bylo 84 amerických. Zbylá produkce vznikla v Evropě nebo státech spravovaných britskou královnou (Austrálie, Kanada)

Záměr Intersonicu byl ryze obchodní. Neuplatňoval žádnou dramaturgii, v rámci své nabídky uvedla společnost do českých kin několik slovenských filmů (**Záhrada**, 1995 nebo **Fontána pro Zuzanu 3**)

---

<sup>220</sup> Likařová, Zdeňka, 4.12.1998, cit.d.

<sup>221</sup> Šír Ondřej: Něco jako kinotéky vedle supermarketů. Uveřejněno v časopise 25fps v dubnu 2008. [CD-ROM, ROZHOVORY]

Filmy nakupovala z volného trhu, podle první ředitelky Intersonicu Aleny Tocháčkové vždy přímo od producentů. To s sebou přinášelo několik problémů. Zahraniční partner například ne vždy dodal smluvené množství propagačních materiálů, což Intersonicu nedovolovalo uspořádat nákladnější reklamní kampaň. Propagaci se tak společnost snažila dělat vlastními prostředky. Vydávala barevný časopis s filmovými premiérami, který zasílala do kin, mimořádnou pozornost věnovala také grafice distribučních listů. Byly tištěné oboustranně na křídovém papíře, obsahovaly velké fotografie, stručný obsah filmů a informace o protagonistech.

Spolupráci s kinaři zajišťovalo 5 programovacích center, v Praze, Brně, Plzni, Ostravě a Hradci Králové.

V roce 2001 došlo k rozporům mezi Peterem Štefkou a Ivanem Lachem a Intersonic ukončila činnost. Posledním vydaným filmem byla **Amélie z Montmartru** (2000, režie Jean-Pierre Jeunet) premiérována v roce 2001. Jeden z původních majitelů, Ivan Lacho, se rozhodl v roce 2002 společnost obnovit a uvést do českých kin například diváckou komedii **Blafuj jako Beckham**, (2002, režie Gurinder Chadha) ale také oscarové drama **Ples příšer** (2001, režie Marc Forster) eskymácký film **Rychlý běžec** (2002, režie Zacharias Kunuk) nebo novozélandský film *Děšť* (2002, režie Christine Jeffs).<sup>222</sup>

Peter Štefka se distribuci věnuje dodnes, plní však roli obchodního agenta, když kupuje filmy ve světě a nabízí je českým distributorům. V roce 2008 například prodal společnosti Aerofilms film **Faunův labyrint** (2006, režie Guillermo del Toro).<sup>223</sup>

Po obnovení činnosti samotným Lachem již ale Intersonic nikdy nepatřila mezi komerčně úspěšné společnosti. Nevytříbila jasně svojí dramaturgii a nedokázala určit hranici mezi komercí a uměleckým filmem. I přes pestrou nabídku zajímavých filmů se tak nejnavštěvovanějším filmem Intersonicu uvedeným v roce 2002 stala francouzská komedie **Sexy ptáci**, která se pokoušela navázat na úspěšný trend, jenž započala komedie Paula Weitze **Prci, prci, prcičky** v českých kinech uvedená na jaře roku 1999. Při pohledu do distribuční nabídky Intersonicu pro rok 2003 se tento dramaturgický nesoulad ještě prohlubuje. Na podzim roku 2003 společnost hodlala distribuovat filmy **Co vtíp to mrtvola** z produkce Luca Bessona, španělskou komedii s českým dabingem **Blbci v akci** nebo komedii, kterou podle distribučních propozic natočili pod názvem **After School Special** tvůrci filmu **Prci, prci, prcičky**. Intersonic zvolila tendenční název **Kluci, jdeme**

---

<sup>222</sup> Filmový přehled č. 9, 2002, s. 45

<sup>223</sup> Emailová korespondence s Přemyslem Martínkem, ředitelem společnosti Artcam, duben 2010



**točit porno** a film nabídla kinařům.<sup>224</sup> Ani jeden z filmů však Intersonic nakonec neuvedla.

Ivan Lacho dodnes působí jako vedoucí organizační složky společnosti Intersonic. Když jsem se s ním na jaře roku 2010 pokoušel navázat kontakt, zjistil jsem, že působí převážně na území Spojených států amerických a současné vedení Intersonicu mi odmítlo zprostředkovat kontakt.

Peter Štefka dodnes zkupuje filmy od nezávislých producentů, působí jako obchodní agent, který posléze prodává filmy jiným českým distributorům. V roce 2007 takto zprostředkoval distribuční společnosti Aerofilms film **Faunův labyrint**<sup>225</sup>

Obdobně jako Intersonic se začaly koncem devadesátých let profilovat i další společnosti. Soustředily se na alternativní programy, které se pokoušely prodat komerčním způsobem. Snažily se najít v české distribuční síti najít prázdná místa a zaplnit je. Přicházely s dramaturgicky zcela specifickými povětšinou však finančně náročnými projekty, které neměly dlouhou životnost. Mohla za to nejen odborná nepřipravenost jejich zakladatelů, ale často také neoficiální dohody kinařů s velkými distributory jako Bontonfilm a Falcon, které fungovaly v některých kinech.

Často se chtěly zaměřovat na evropskou produkci a vymezit se tak proti dosud jedinému stabilnímu distributorovi evropských filmů, kterým byla společnost CinemArt.<sup>226</sup>

### **Sunfilm**

Jako první se na českém distribučním trhu objevila v roce 1998 společnost Sunfilm. Její zakladatelka Zuzana Dražilová měla jen krátkodobou praktickou zkušenost z malé firmy vydávající videokazety<sup>227</sup>. V roce 1996 se v rámci své diplomové práce o produkci a distribuci amerického nezávislého filmu<sup>228</sup> a bylo jí líto, že CinemArt neuvedl nizozemský film Marleena Gorrisse **Antonie**. Rozhodla se proto, že založí vlastní společnost.

Původní Sunfilm byl zapsán do Obchodního rejstříku 30.4.1998. Kromě ředitelky společnosti ve firmě působil ještě koordinátor pro distribuci Jan Nesnídal.<sup>229</sup> Sunfilm otevřela kromě pražské pobočky ještě kancelář v Ostravě Vítkovicích.

---

<sup>224</sup> Distribuční nabídka firmy Intersonic: Jaro-podzim 2003

<sup>225</sup> E-mailová korespondence s Přemyslem Martínkem, ředitelem společnosti Artcam, březen 2010.

<sup>226</sup> Existovala také společnost Atlantis Entertainment, ta ale nikdy nespolečně pracovala s Unií filmových distributorů a mnoho kin o ní dodnes vůbec neví.

<sup>227</sup> V září roku 2010 si na její název nedokázala ani sama vzpomenout.

<sup>228</sup> Zuzana Dražilová, rozhovor, září 2010

<sup>229</sup> Smlouva o distribuci uzavřená se společností Sunfilm 31.5.2000

## Dramaturgie a strategie

Součástí distribuční strategie společnosti Sunfilm bylo oslovení mladé divácké skupiny, která se Dražilové zdála být znuděná hollywoodskými filmy. Uzavřela proto smlouvy s britskými firmami Film Four, The Sales Company, J&M Entertainment a Beyond Films, dále pak s německou Bavarií, s President Films a TF1 International z Francie, s Adriana Chiesa Enterprises z Itálie<sup>230</sup> Vedle toho se soustředila na americký nezávislý film. Spolupracovala se společnostmi Miramax, Trimark a Trident Releasing. Dramaturgii společnosti popsala v roce 1998 následovně:

*"Jde nám o výchovu diváka, především mladší a nejmladší generace. Rozhodně nechceme zapomínat na dětské publikum, přestože uvádění dětských filmů je vzhledem k nákladům na dabing a nižšímu vstupnému vlastně nejproblematičtější. V tomto případě budeme muset hledat podporu ze strany státních institucí. Mám-li mluvit o dramaturgickém výběru našich titulů, soustředíme se na témata, která se týkají vážnějších mezilidských a společenských otázek a problémů, ať již v komickém, satirickém či vážnějším tónu. Každý náš film by měl přinést myšlenkové obohacení, potěšení a pousmání. Velmi nás také zajímají sociální témata. Část našich filmů bude věnována výraznému spojení s hudbou."<sup>231</sup>*

V prvních letech společnost uvedla rodinné filmy **Hanuman** (1998, režie Fred Fougea) a **Orlí oko** (1997, režie Peter Flint) sociální otázka se projevila zejména ve filmech studia Miramax **Max a Kevin** (1998, režie Peter Chelsom) nebo **Příběh Alvina Straighta** (1999, režie David Lynch). Tyto hodlala uvádět ve vyšším počtu kopií než konkurenční CinemArt. Při porovnání filmů obou společností v databázi UFD docházím k závěru, že v roce 1999 byl průměrný počet kopií obou společností shodný, protože CinemArt má v distribuční nabídce roku 1999 film Saši Gedeona **Návrat Idiota**. Přistupuji proto k porovnání medianu, tedy nejčastějších hodnot. Zatímco CinemArt distribuovala své filmy nejčastěji ve dvou kopiích (80% filmů), nejčastější hodnota Sunfilmu je 5 kopií (29,4% filmů), druhá nejčastější hodnota je 3 kopie (24% filmů) a třetí nejčastější je 1 kopie (18% filmů). Dražilová z tohoto hlediska neměla na rozdíl od CinemArtu jasně daná pravidla, v kolika kopiích chce své filmy uvádět. V roce 2000 se počet kopií u některých

<sup>230</sup> Likařová, Zdeňka: Sunfilm představil ambiciózní projekt. Hospodářské noviny 27. 11. 1998

<sup>231</sup> tamtéž

filmů jako **Vřískot 3** (2000, režie Wes Craven) nebo **Pravidla molštárny** (2000, režie Lasse Hallstr"om) zvýšil na 10-12.

Stejně tak dramaturgie společnosti byla spíše intuitivní. V roce 2010 Dražilová připomíná, že základním kritériem pro výběr filmů bylo její osobní přesvědčení. Nechtěla filmy, kde se střídají lidi, kde se vraždí, nechtěla thrillery a horrory. Uvedení filmu **Vřískot 3** od studia Miramax považuje za osobní selhání. „Tento film zcela narušil spirit naší společnosti“, dodává Dražilová<sup>232</sup>.

V oblasti českých filmů se Sunfilm vůbec nepohyboval. Producenti filmu **Výlet** Alice Nellis jí sice nabízeli spolupráci, Dražilové se ale film nelíbil.

Již sama smlouva s Miramaxem se pro společnost ukázala jako problém. V roce 1998 Dražilová uzavřela smlouvu, která ji zavazovala v příštích dvou letech od Miramaxu odebrat sedm filmů. Za těchto sedm filmů zaplatila garanci převyšující 100 000 USD. V případě uhrazení této částky z tržeb. Tereza Dvořáková připomíná v roce 2002 v souvislosti se společností Sunfilm zvýšení ceny za nekomerční filmy pro české teritorium a následné zkomplikování situace ostatním distributorům.<sup>233</sup>

Za dva roky a dva měsíce své existence uvedla Sunfilm 33 filmů, z toho 17 evropských. Nejnavštěvovanější filmy byly **Pravidla moštárny** (rok 2000, 71 tisíc diváků), **Lola běží život** (1999, 70 000) a **Vřískot 3** (2000, 60 000)

Po dvou letech činnosti společnost Sunfilm zkrachovala. Dražilová převedla společnost včetně identifikačního čísla na svoji společnici. Pod stejným identifikačním číslem jako původní Sunfilm<sup>234</sup> dnes vystupuje společnost „teď a tady, s.r.o.“, se sídlem v Ostravě-Vítkovicích, která má stejné datum založení jako původní Sunfilm.

Filmy distribuované společností Sunfilm převzala do distribuce Asociace českých filmových klubů, Zuzana Dražilová založila v původním sídle společnosti Sunfilm v Havelské ulici v Praze 1 společnost Sunfilms, s.r.o. a věnuje se produkci dokumentárních filmů.

### **Spolupráce s kinaři**

...byla podle Dražilové problematická. Kinaři totiž filmy uvádět nechtěli, a pokud ano, požadovali nižší ceny vstupného, než bylo v roce 2000 obvyklé. V oblasti propagace Sunfilm proslul zejména větší marketingovou kampaní. Dražilové strategie totiž spočívala

<sup>232</sup> Zuzana Dražilová, rozhovor 2010

<sup>233</sup> Dvořáková, Tereza: Distribuce umělecky náročných a nekomerčních filmů. Cinepur 11, 2002, č. 21, s.25

<sup>234</sup> Zjištěno ze smlouvy o distribuci uzavřené 31.5.2000 a dohledáno v Administrativním registru ekonomických subjektů

ve větší kampani mezi kinaři. Přestože distribuční listy ani plakáty se nijak zásadně nelišily od ostatních společností, Sunfilm investovala i s nekomerčními filmy například do reklamy v pražském metru nebo slavnostních premiér zahraničních filmů, které doprovázela delegace. Když měl v lednu roku 1999 premiéru nizozemský film **Antonie**, doprovázela ho představitelka hlavní role Willeke van Ammelrooyová.<sup>235</sup> K premiéře filmu **Acid House** (1998, režie Paul McGuigan) uspořádala Dražilová v pražském klubu Roxy technoparty.<sup>236</sup> Podobné akce se těšily mediální odezvě.

Obdobně jako Sunfilm se profilovala také společnost Galafilm, která chtěla rozšířit nabídku evropských filmů v Česku. Vznik Galafilm iniciovala v červenci roku 1999 společnost Kino 2005, zakladatel prvního multiplexu v Praze a v době vzniku Galafilmu kontrolovala prostřednictvím mateřské společnosti Multikino 93 také další pražská kina Lucerna, Ořechovka a Květen. Majitelem společnosti Galafilm byl bývalý šéf Interamy a Slovenské půjčovny filmů Ing. Peter Kot, jeho společníkem Miroslav Brocko a ředitelkou společnosti Elena Kotová. Společnost se rozhodla založit svojí distribuční činnost na spolupráci s evropskými grantovými programy, zejména Eurimages. (v roce 1999 uvedla s podporou tohoto fondu šest filmů ze sedmi)<sup>237</sup>. V případě, že ani tak evropské filmy nevydělají peníze, chtěla je Kino 2005 dotovat ze svých dalších aktivit, zejména z provozu gastrocenter rychlého občerstvení<sup>238</sup>.

Profil společnosti byl podobný jako v případě Sunfilmu a Intersonicu. Jednalo se o mix komerčních a nekomerčních filmů. Galafilm například vedle dánského dogma-filmu **Mifune** uvedla do českých kin také francouzské komedie **Asterix a Obelix** nebo **Blbec k večeři**.

V červenci roku 2001 se společnost přejmenovala na Remake a do března roku 2001 uvedla celkem šest filmů, z toho tři americké. V této době navázala spolupráci s Igorem Konyukovem, od něhož koupila do distribuce dva americké filmy.<sup>239</sup> Přestože Dvořáková tuto informaci dále nerozvádí, je pravděpodobné, že se jednalo o filmy **Scary movie: Děsnej biják** a **Milion Dollar Hotel**. Podobně jako Peter Štefka, také Igor Alexandrovič Konyukov totiž působil jako zprostředkovatel práv pro české teritorium.

---

<sup>235</sup> SPÁČILOVÁ, Mirka: Nizozemský film představuje své Oscary. MF Dnes, 7.1.1999

<sup>236</sup> SPÁČILOVÁ, Mirka: Premiéře komedie Acid House bude předcházet akce v pražském klubu Roxy. MF Dnes, 25.10.1999

<sup>237</sup> Dvořáková, Tereza: Alternativní kinodistribuce umělecky náročných filmů. Magisterská diplomová práce Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze, Praha: 2003

<sup>238</sup> Líkařová, Zdeňka: Galafilm vstoupil mezi distributory. Hospodářské noviny, 9.7.1999

<sup>239</sup> Dvořáková, 2003, cit.d.

Podle Danielise zprostředkoval pro Česko práva k filmu **Pulp Fiction**<sup>240</sup>, uvedenému v české distribuci 13. 10. 1994. Film vznikl, podobně jako **Scary Movie**, ve společnosti Miramax.

V dubnu roku 2001 zahájil Igor Konyukov činnost společnosti Hollywood C.E., s.r.o. Poslední film Kotovy společnosti Remake byl uveden v březnu roku 2001. Obě firmy působí dodnes. Hollywood C.E. navazuje složením programové nabídky na původní Remake, přičemž v kolonce „předmět podnikání“ obchodního rejstříku stojí „hostinská činnost“<sup>241</sup>; zatímco Remake je zapsána v obchodním rejstříku dodnes jako aktivní subjekt věnující se na prvním místě poradenství v oblasti filmové distribuce.<sup>242</sup>

Igor Konyukov založil v roce 2004 v Česku ještě další společnost 35mm a obě společnosti pracují v součinnosti. Programování filmů do kin zajišťovala pro jeho společnost až do roku 2007 firma Falcon.

Dramaturgicky obdobně působí na českém trhu od roku 2001 několik společností, většinou napojených na zahraniční kapitál. Patří mezi ně například SPI. Entertainment,<sup>243</sup> Bioscop<sup>244</sup> nebo Blue Sky Film.<sup>245</sup>

I tyto společnosti se zajímaly o české filmy. SPI, od roku 2001 do roku 2003 řízená pozdějším režisérem Martinem Kotíkem, distribuovala české tituly zpočátku pod samostatnou obchodní značkou SPIN Film (**Smradi**). V roce 2007 navázala spolupráci s Ladislavem Šťastným, který odešel z české pobočky Warner Bros a stal se členem představenstva společnosti Pragofilm, která byla vlastnický provázána s firmou Pragosport obchodující s vysílacími právy na sportovní přenosy. Pragofilm natočila filmy **Václav a Sněženky a machři po dvaceti letech**. Pragofilm se v distribuční činnosti zaměřovala zejména na oblast tzv. PAP (tedy Promotion<sup>246</sup>, Advertising<sup>247</sup> a Publicity<sup>248</sup>).<sup>249</sup>

Bioscop vznikl v červenci 2001 jako nezávislá společnost zaměřující se na divácky atraktivní filmy. Aby naplnil svoji strategii spojil se s akviziční společností AQS, která zajišťovala program pro Novu a Primu. Na plakátech ke svým filmům posléze pravidelně zveřejňovala logo televize Nova. Spolupráce s AQS zajišťovala společnosti Bioscop

---

<sup>240</sup> Danielis, cit. d., s.84

<sup>241</sup> Srovnání na [http://www.info.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv\\_or.cgi?ico=43872646&jazyk=cz&xml=1](http://www.info.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv_or.cgi?ico=43872646&jazyk=cz&xml=1). IČO společnosti uvedené v rejstříku srovnáno s IČO distribuční smlouvy uzavřené 28.2.2007

<sup>242</sup>

<sup>243</sup> V roce 2010 přejmenována na Film Europe

<sup>244</sup>

<sup>245</sup> V roce 2008 spojena se společností Palace Pictures

<sup>246</sup> propagace

<sup>247</sup> reklama

<sup>248</sup> pozornost veřejnosti

<sup>249</sup> Rozhovor s Ladislavem Šťastným, listopad 2007

nakupovat práva nejen na uvedení v kinech, ale také televizním stanicím.<sup>250</sup> U zrodu společnosti stál Tomáš Hoffman, který do roku 2000 působil jako redaktor časopisu Cinema.

Do konce roku 2003 uvedla Bioscop celkem 31 filmů, z toho 21 amerických. K nejúspěšnějším titulům tohoto období patřily německé snímky **Holky to chtěj taky** (229 000 diváků) a **Kluci to taky chtěj a pořád** (116 tisíc diváků). V roce 2004 Bioscop začala distribuci filmů českých tvůrců. Prvním z nich byl koprodukční film Ivana Fíly **Král zlodějů**. Ve své době ale neuspěl, podle Fíly především amatérským přístupem distribuční společnosti.<sup>251</sup> V oblasti distribuce českých filmů se ale Bioscop zdokonalila. Když na jaře roku 2005 uvedla film **Román pro ženy**, stal se nejnavštěvovanějším českým filmem roku. Od té doby patří mezi nejstabilnější distributory českých filmů.

Zcela jinak se ale od začátku své distribuční činnosti profilovaly společnosti s jasně vymezenou dramaturgií i vlastnickou strukturou, které se orientovaly převážně na evropské filmy.

### 5.3. Nezávislí distributoři evropských filmů

Na evropskou filmovou tvorbu české distribuční společnosti počátkem 90.let zapomínaly. Orientovala se na ní již připomínaná skupina Gama, která fungovala v rámci Lucernafilmu a s odchodem Svatavy Peschkové zanikla. O nápravu této situace se pokoušel Národní filmový archiv, když ve spolupráci s Československou federací filmových klubů realizoval grant Ministerstva kultury, v rámci něhož uvedl například film Larse von Triera **Evropa, Dvoji život Veroniky** Krysztofa Kieslowského nebo **Caravaggio** Dereka Jarmana. V roce 1993 vzniklo v NFA samostatné pracoviště, které přijalo jednoho programového pracovníka a začalo zajišťovat ve spolupráci s nově vzniklou Asociací českých filmových klubů program pro filmové kluby. Stále ale neexistovala nezávislá distribuční společnost (Národní filmový archiv měl statut příspěvkové organizace Ministerstva kultury ČR). Vše se změnilo až v roce 1995, kdy se po privatizaci Lucernafilmu oddělily dceřiné společnosti a začaly fungovat jako součást holdingu Martina Kratochvíla Bonton.

---

<sup>250</sup> Rozhovor s Adamem Dvořákem, ředitelem společnosti Bioscop, duben 2008

<sup>251</sup> ŠÍR, Ondřej: Nerad se zabývám sám sebou-rozhovor s Ivanem Filou. 25fps, č.40, září 2010. Dostupné online na <http://25fps.cz/2010/nerad-se-zabyvam-sam-sebou/> Citováno 10.11.2010

## CinemArt

Původnímu Lucernafilmu tak zůstaly dvě pražské nemovitosti, dům na Národní třídě a sklady ve Vysočanech, a také jedna budova v Brně. V čele představenstva nadále zůstal prof. Aleš Tříška a ředitelem Jan Jíra. Výchozím předpokladem pro zahájení distribuce se stal fakt vlastnictví nemovitostí, které Lucernafilm částečně pronajímal. Společnost ale nemohla nadále, podobně jako Bontonfilm, používat název Lucernafilm. Jan Jíra musel stejně jako na počátku 90. let opět přemýšlet nad novým názvem. Nakonec zvolil název CineArt, který si ale krátce před ním registroval producent Viktor Schwarz. Nakonec se proto společnost přejmenovala na CinemArt. V představenstvu společnosti zasedl kromě Aleše Tříšky a Jana Jíry ještě Zdeněk Svěrák, který v roce 1995 pracoval na scénáři filmu **Kolja**.

CinemArt oslovila kina v 80 městech Česka s požadavkem, aby vyhradila uměleckým filmům pravidelná promítání. Jedenapadesát kin tuto myšlenku přijalo.<sup>252</sup> V počátcích distribuční činnosti CinemArtu platila za práva k filmu přibližně pět tisíc dolarů, dalších 160 tisíc korun stála výroba dvou kopií. 60 tisíc korun vynakládala CinemArt na reklamu.<sup>253</sup> Za první dva roky činnosti byl provoz společnosti ztrátový.<sup>254</sup> Uvedla například švédský film **Šachová partie** nebo debut Radima Špačka **Mladí muži poznávají svět**.

## Distribuce filmu Kolja

Vedle svých distribučních aktivit vložila společnost CinemArt 11% nákladů do filmu **Kolja** a Jan Jíra začal připravovat jeho distribuci. Nejprve připomínkoval Svěrákem připravovaný scénář a název filmu. Nikdo si nebyl jistý, zda film **Kolja** neodradí diváky ruským názvem.

CinemArt si detailně zanalyzoval síť kin a Jíra doporučil, aby programování bylo zajištěno tak, aby film dostala přednostně velká kina a to v co nejkratším termínu. Navrhoval v krajních případech dokonce odstoupit od tradičních forem přepravy kopií a iniciovat, aby si kopie mezi sebou kinaři v případě krátké vzdálenosti vozili svépomocí.

---

<sup>252</sup> LIKAŘOVÁ, Zdenka: Cineart bude šířit filmové umění. Hospodářské noviny, 26.4.1995

<sup>253</sup> tamtéž

<sup>254</sup> Výroční zpráva společnosti CinemArt za rok 2004. Dostupné online na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz)  
<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentList&vypisListin.@cEkSub=20792&sysinf.klic=d12d560c0632c43e56238349d5ca0e6e&sysinf.spis.@oddil=B&sysinf.spis.@vlozka=1445&sysinf.spis.@soud=M%ECstsk%FDm%20soudem%20v%20Praze&sysinf.platnost=12.11.2010>

Kinařům, kteří chtěli uvést film v premiéře, obeslal pozvánky na setkání s tvůrci filmu a dal jim za úkol přinést s sebou kontakty na místní média. CinemArt zorganizoval fotografování vedoucích kin s Janem a Zdeňkem Svěrákovými a výsledná foto novinářům rozeslal se zprávou, že vedoucí kina dotyčného města se sešel s Janem Svěrákem a dohodli se, že premiéra filmu bude v jejich kině 16.května 1996. Dále obstarával anketu mezi herci na téma: Jak se Vám točil Kolja a následně také anketu mezi kinaři, která obsahovala otázku, co od filmu očekává kinař a co distributor. V premiérových kinech potom inicioval vznik „Koljových vitrín“, kde měli kinaři již dlouho před premiérou zveřejňovat všechny informace, ankety, vánoční přání a PF.

Bylo přesně dané, co má kdy Koljova vitrina obsahovat

<b>Koljovy vitríny<sup>255</sup></b>	
<b>Fota z natáčení + text</b>	( 30.11.-20.12.)
<b>. Vánoční pozdrav a PF</b>	( 21.12.-10.1.)
<b>Kopie článků o natáčení filmu</b>	( 11.1.- 7.2.)
<b>Fota z dokončovacích prací</b>	(8.2. - 6.3.)
<b>Fota distributorů+názory</b>	7.3.-27.3.)
<b>Fota herců,tvůrců + názory</b>	(28.3.-24.4.)
<b>Předprodej zahájen, soutěž, přijedou</b>	od 25.4. do premiéry

Jíra zároveň přemlouval premiérové kinaře, aby si film naprogramovali alespoň na týden, při programování spolupracoval s Helenou Hovorkovou z distribuční firmy Space films.

Detailní příprava uvedení Koljy do kin vyvrcholila účastí delegace v premiérových kinech. Aby mohla zavítat do více kin, bylo ustanoveno několik menších skupin, které tvořili herci a tvůrci. Každá delegace měla určenou trasu tak, aby za jeden den stihla alespoň dvě kina. Plán tras, stejně jako složení delegací, domlouval Jan Jíra.

Po úspěchu Koljy se CinemArt stal respektovaným distributorem, který dále hledal cestu k efektivnějšímu uvádění evropských filmů. V roce 1998 se CinemArt rozhodl získat do distribuce evropské filmy, které by se mohly promítat také mimo artkina. Producentům nabídl jiný obchodní vztah: Již nechtěl platit garance. Požadoval po některých z nich, aby mu dodali kopie zadarmo, za což měl obdržet vyšší procentuelní zisk,<sup>256</sup> podle Jana Jíry až 70% z tržeb, které společnosti odváděla za příslušný film kina. Prvními filmy, které v této

<sup>255</sup> Distribuční projekt „Vstup Koljy do kin.“ ve fázi návrhu ze dne 26.9.1995. Osobní archiv Jana Jíry.

<sup>256</sup> LIKAŘOVÁ, Zdenka: Únava z televize vrací lidi do kina. Hospodářské noviny, 30.10.1998



řadě uvedl, byly **Klepání na nebeskou bránu** německého režiséra Thomase Jahna a **Návrat Idiota** Saši Gedeona. S nástupem konkurenčních společností však tento záměr nepřetrval.

CinemArt vnímal nástup konkurence příznivě, předpokládal, že si noví distributoři rozdělí teritoria, Artcam se měl orientovat na Francii a CinemArt hodlal nadále uvádět především filmy ze skandinávských zemí. Na trh ale vstoupili i další distributoři, kteří zvýšili cenu za evropský film.

Budování sítě artkin bylo ale pro CinemArt i nadále stěžejní. K pravidelnému uvádění filmů CinemArtu se zavázalo postupně více jak 140 kin.<sup>257</sup> CinemArt začal spolupracovat s fondem Eurimages, který pokryl většinu distribučních nákladů.

Po roce 1999 hledal CinemArt stabilní partnery mezi českými filmovými producenty. Spolupracoval tak s Davidem Ondříčkem (**Samotáři, Jedna ruka netleská**), Janem Svěrákem (**Tmavomodrý svět**) nebo Čestmírem Kopeckým (**Hrubeš a Mareš jsou kamarádi do deště, Sluneční stát**)

I v roce 2008 patří CinemArt mezi stabilní distributory evropských filmů, uvádí pravidelně alespoň jeden film měsíčně. I přes stížené konkurenční podmínky přetrvala spolupráce s Čestmírem Kopeckým, podařila se navázat obdobná spolupráce s Miloslavem Šmídmajerem.

Od září 1998 provozuje kino Evald pojmenované po Evaldu Schormovi, které se nachází na Národní třídě a je zaměřeno na evropskou produkci.

V oblasti spolupráce s kinaři využívala služeb firmy Profilms, s.r.o.

K nejúspěšnějším filmům Cinemart, vyjma české produkce, patří **Svéráz národního lovu** Alexandra Rogožkina (2 kopie, 43 000 diváků) nebo **Prolomit vlny** Larse von Triera (2 kopie, 42 000 diváků)

### **Artcam**

Podobně jako CinemArt, také Artcam patří dnes mezi respektované distributory evropských filmů a jeho příklad ukazuje, jak se dnes liší možnosti uvedení evropského filmu od možností distribuce titulů vyrobených velkými hollywoodskými studii.

Artcam vznikla v roce 1998 jako dceřiná společnost francouzské produkční firmy Artcam International zastoupené Joelem Fergasem, která koprodukovala od počátku 90.let

---

<sup>257</sup> Jan Jíra, rozhovor 2009

české filmy (**Žiletky, Marian, Praha očima**). Základním strategickým cílem francouzského Artcamu bylo podporovat distribuci národní kinematografie za hranice země, což se dařilo například v Maďarsku a Portugalsku, ale také Indii nebo Indonésii.<sup>258</sup> Českou distribuční strategii zaměřila na vybudování pražského kina, které by bylo zaměřeno na evropskou produkci. V roce 1999 chtěla Artcam tento záměr uskutečnit v kině Praha, nedohodla se ale na podmínkách rekonstrukce s nájemcem objektu. Mezi léty 1998 a 2000 přinesla společnost na český trh celkem 4 francouzské filmy, mezi nimiž byl například francouzský film Tonyho Gatlifa **Gadžo dilo** nebo snímek Roula Ruize **Tři životy a jedna smrt**.<sup>259</sup> Oba tituly zůstaly takřka bez povšimnutí. Z iniciativy Joela Fargese převzala v roce 2000 distribuční aktivity Artcamu společnost Sirena Film, která v Česku zajišťovala natáčení některých filmů, které Artcam později uvedl do kin (**Harrisonovy květy**)<sup>260</sup> 4.3. 2000 byla nová společnost Film Distribution Artcam zapsána do obchodního rejstříku jako společnost, v níž držela 50% podíl jedna z manažerek společnosti Falcon Ivana Vrbíková.

Od roku 2001 tak Artcam dál uvádí filmy z Evropy, přičemž se v jeho programu pravidelně objevují díla Larse von Triera (**Kdo je tady ředitel, Antikrist**). Svoji strategii popsala v roce 2000 následovně:

„Věříme, že pojmy divácký film a kvalitní film se navzájem nevyklučují, ale v případě řady zajímavých titulů naopak doplňují“

Uvedla filmy jako **Buena Vista Social Klub** Wima Wenderse nebo **Vysněný život andělů** Ericka Zoncy.

V současnosti je cílem společnosti zaměřit se na snímky, které posouvají hranice filmového umění, očekávání diváka, a zároveň mažou hranice žánru.<sup>261</sup>

Kromě evropské kinematografie pravidelně uvádí filmy asijských států, například díla Kim Ki-duka

Stejně jako ostatní společnosti, i Artcam vstupuje do volné obchodní soutěže. Filmy kupuje:

a) Ve fázi scénáře

Tato možnost je obvykle dražší, distributor tak předchází tomu, aby si film koupil někdo jiný. Artcam tuto možnost využila například u filmu **Antikrist**

b) Po natočení filmu

---

<sup>258</sup> Likařová, Zdeňka: Další šance pro evropský film. Hospodářské noviny, 30.4.1999

<sup>259</sup> Tamtéž, podle oficiálních údajů UFD uvedl oba filmy Národní filmový archiv.

<sup>260</sup> Distribuční nabídka Artcamu z roku 2000

<sup>261</sup> Přemysl Martínek, rozhovor, říjen 2010.

Jedná se o levnější variantu, kde cenu snižuje zájem více distribučních subjektů. V tomto případě film nabízí obchodní agent, který vstupuje do jednání s danou vstupní cenou, jež se stává předmětem obchodního jednání.

Společnost, která se zaměřuje na evropský film, nemůže kupovat použité kopie ze zahraničí. Vzhledem k jazykové pestrosti evropského kontinentu se obtížně hledá země, která by byla schopná poskytnout kopie bez titulků. Artcam a další firmy zabývající se o evropský film tak musí kupovat nové kopie, což představuje hned po minimální garanci největší finanční částku, kterou musí do filmu investovat ještě před jeho uvedením do kin. Cena za minimální garanci obsahuje v případě menších společností většinou práva pro uvedení v kinech, na DVD i v televizi, a to pro Česko i Slovensko zároveň. Jako příklad distribučních nákladů uvádí Přemysl Martínek film **Bílá stuha**, za který Artcam zaplatil garanci ve výši 7 000 Euro, jedna nová kopie stála 2 500 Euro. Společnost si tak nemůže dovést koupit stejný počet kopií jako distributor zastupující americká majors, který kopie dostává často zdarma.

Společnost se snaží ještě před uvedením filmu v kinech prodat televizní práva. V případě evropského filmu<sup>262</sup> je ale jediným stabilním zájemcem Česká televize.

Reklamní kampaň je v případě Artcamu skromná. Soustředí se převážně na Prahu a Brno, v menších městech není téměř vidět. Možnosti distributora ale nejsou srovnatelné se společnostmi jako Bonton a Falcon, které uvedení každého filmu plánují několik desítek měsíců ve spolupráci se zahraničním studiem. Vzhledem k tomu, že film koupí vlivem konkurenčního jednání na poslední chvíli, mají čas na propagaci v řádu několika desítek týdnů.

Nemohou spoléhat ani na podporu médií, které filmu věnují mnohem méně prostoru, než evropskému blockbustaru.

V případě, že se film i přes zmíněné obtíže zaplatí, zůstává distributorovi 50% ze zisku<sup>263</sup>

Film Distribution Artcam využívala zpočátku programovacích služeb distribuční společnosti Falcon, koncem roku 2000 ale zřídila vlastní programovací středisko v Plzni, které má na starost všechna kina v republice<sup>264</sup>

---

<sup>262</sup> Tereza Dvořáková nazývá typ filmu, jenž Artcam distribuuje jako umělecky hodnotný.

<sup>263</sup> Po odečtení garance a dalších distribučních nákladů.

<sup>264</sup> Dopis společnosti Film Distribution Artcam kinařům.

Společnost stabilně uvádí filmy ve více jak 2 kopiích, čímž si ve srovnání se společnostmi CinemArt zajišťuje lepší divácké výsledky. Mezi její nejúspěšnější filmy patří snímek Davida Lynche **Mulholland Drive** (8 kopií, 50 000 diváků) nebo **Amores Perros** Alejandra Gonzáleze Iñárritu (4 kopie, 57 000 diváků).

Existují i další stabilní společnosti zabývající se uváděním evropských filmů, mezi nejúspěšnější patří Asociace českých filmových klubů, která se zaměřuje převážně na uvádění filmech ve filmových klubech, které jsou jejími členy a dodržují platné Stanovy Asociace. Do roku 2007 se strategicky zaměřovala zejména na putovní přehlídku Projekt 100, kterou v roce 1995 inicioval Jiří Králík. Přehlídka si kladla za cíl přiblížit českému divákovi během deseti let 100 nejpozoruhodnějších děl filmové historie a vznikla na základě ankety návštěvníků Letní filmové školy. V dramaturgicky i funkčně obměněné podobě existuje dodnes.

Poměrně unikátním případem je společnost Atlantis Entertainment, která uvádí rovněž evropské filmy (například v roce 2009 uvedený film **Božský (Il, Divio, 2008)**). Od roku 1998, kdy vznikla, nespolupracuje s Unií filmových distributorů a nevyvíjí žádnou aktivitu v oblasti nabídky filmů kinům.

Dalším unikátním distributorem je Aerofilms, která vznikla v roce 2005 rozšířením aktivit dvou pražských kin Aero a Světozor. Společnost vyniká programovým zaměřením na akvizice propojené s hudebním průmyslem. Od počátku se zaměřovala například na spolupráci s Mezinárodním festivalem hudebních filmů Music on Film, Film on Music.

## 6 ZÁVĚR

Hlavním cílem této práce bylo představit české distribuční společnosti, které vznikly po roce 1993 a vymezit jejich pracovní náplně. Při snaze naplnit cíle práce jsem ale zjistil, že rok 1993 není možné vzít jako relevantní historický mezník, protože nejdůležitější společnosti vznikaly již po roce 1990.(Lucernafilm, Interama) a na ně posléze navazovali další distributoři. V dějinách české filmové distribuce tak lze vysledovat mnohé obchodní a personální návaznosti. Na Interamam v tomto smyslu navázal Guild, jehož následovníkem se stala v roce 1994 společnost Falcon. Stejně tak kořeny dvou distribučních společností, Bontonfilm a CinemArt, je nutné hledat v organizačních a obchodních strukturách společnosti Lucernafilm vzniklé v roce 1991 přejmenováním Ústřední půjčovny filmů. Proto jsem se nakonec znovu nahlédl i společnosti v době, která je podle Aleše Danielise zmapována dostatečně v letech 2004- 2008. K tomuto rozhodnutí mi pomohla zejména ochota mnohých pamětníků poskytnout rozhovor (Peter Kot, Michael Málek, Jitka Jeřábková, Jiří Kalaš, Petr Zenkl a mnozí další). Zjistil jsem tak základní cíle a snahy těchto distributorů, stejně jako mnohdy konkrétní ekonomické údaje, jako například výše procentuelních podílů nebo garancí.

### 6.1. Vyhodnocení zadaných úkolů

V této práci jsem se soustředil zejména na:

#### **Akviziční možnosti distribučních společností**

Potvrdilo se, že programové možnosti distributora záleží zejména na tom, jaký typ smluvního vztahu uzavírá se svým zahraničním partnerem. Pro každou skupinu distributorů platí jiná pravidla:

- a) Distribuční společnosti, které v ČR trvale zastupují velké zahraniční společnosti (Majors), jsou smluvně vázány k odběru filmů v tzv. „balících“**
  - i. Mají dlouhodobou smlouvu se svým zahraničním partnerem a jsou přímo nebo nepřímě vázány k odběru určitého množství filmů daného studia
  - ii. Jejich strategickým cílem je nabídnout dostatečné množství titulů, aby byly schopné nabídnout kinařům co nejširší nabídku

- iii. České filmy a filmy nezávislých producentů zařazují do svého portfolia ojedinele, jejich množství je většinou dáno diváckým úspěchem těchto titulů.
- iv. Své tituly se snaží prodat prostřednictvím spřízněné sítě multikin
- v. Mezi tyto společnosti patří zejména Bontonfilm a Falcon

**b) Distribuční společnosti, které se orientují převážně na domácí produkci, české filmy převažují v její distribuční nabídce a jsou často jejich koproducenty**

- i. Většinou nemají žádnou dlouhodobou smlouvu se svým obchodním partnerem a jejich obchodní vztahy se odehrávají na bázi známosti. Pokud se tato známost z různé příčiny přeruší, ztrácí distributor možnost nabídnout kinařům jakýkoliv produkt a zkrachuje.
- ii. Jejich strategickým cílem je nabídnout nízký počet filmů a prodat je za maximální cenu. Jestliže film, který nabízí, komerčně neuspěje, většinou zkrachují, protože nemají jiný zdroj příjmů (Space Films). Ke krachu společnosti stačí jediný neúspěšný film.
- iii. Zahraniční tituly se v jejich nabídce objevují spíše nahodile a s nejasným dramaturgickým záměrem.
- iv. Mezi tyto distributory patřil zejména Planfilm, Heureka Film PF, Prospero, částečně také Space Film

**c) Nezávislé distribuční společnosti, které se zaměřují na domácí i zahraniční filmy, nakupují práva na jednotlivé filmy zvlášť.**

- i. Mohou mít krátkodobě uzavřenou smlouvu s menším studiem nebo zahraničním producentem, na jejíž základě kupují část své distribuční nabídky, většinou ale kupují filmy z volného trhu, přímo od producentů a koproducentů, přičemž vstupují do volné obchodní soutěže, ve které vítězí distributor, jenž je schopen nabídnout největší cenu za film.
- ii. Jejich strategickým cílem je nabídnout ucelenou dramaturgickou koncepci kinařům. (kolekci filmů), se kterými se snaží navázat pravidelnou spolupráci podtrženou vytvářením sítě kin, která se stává odbytištěm jejich filmů. Pakliže nemají vlastní síť, snaží se mít alespoň jedno kino.
- iii. V případě, kdy distributor ucelenou dramaturgickou představu nemá, krachuje, pakliže není úspěšný v distribuci českých filmů nebo není ve vlastnictví silného zahraničního partnera.

- iv. Dostupnost českých titulů je pro ně limitována množstvím kontaktů a osobních známostí, pro české producenty jsou tyto společnosti mnohdy nedůvěryhodné. Také v této skupině distributorů rozhoduje obchodní soutěž
- v. Mezi tyto distributory patří zejména Artcam, CinemArt a Aerofilms, společnosti s jasně vymezenou dramaturgií.

### **Nedistribuční aktivity distributorů.**

Distributoři se často snaží zlepšit výsledky svého hospodaření. Kromě v úvodu popsaného provozování kin je to zejména produkování filmů (**Kolja-CinemArt**), ale také pořádání mezinárodních výstav a audiovizuálních představení (Space Film), provoz tiskárny (Heureka Film PF, nebo zajišťování částečného distribučního servisu jiným společností. (Astra Cinema)

### **Reflexe diváckého zájmu**

Reflexe diváckého zájmu je pro distributora poměrně složitá, leč nezbytná, protože z ní vychází při určování optimálního počtu kopií, což je zároveň jediný ukazatel, který mohou distributoři přímo ovlivnit. Často ale není závislý na předpokládaném celkovém počtu diváků, jako spíše na počtu zájemců o premiéru filmu ve velkých městech.

Nezávislí distributoři si mohou divácky atraktivní film zajistit dopředu tak, že koupí práva už ve fázi scénáře, takový obchod je ale většinou až o 30% dražší, než když získají film v běžné obchodní soutěži. Při sestavování svébytné dramaturgie jsou tak limitováni finančními možnostmi a konkurenčním prostředím

### **Podoba distribučních listů, propagačních materiálů a kampaní**

Podobu distribučních listů mapuje především příloha této práce, získal jsem zároveň některé ukázky propagačních plakátů k filmům

Kampaň k filmu se vytváří většinou ve spolupráci se studiem nebo producentem, kterého český distributor zastupuje, a to většinou po dobu několika měsíců. Ke kampani patří také volba českého názvu filmů, která většinou sleduje divácky úspěšný filmový trend. (příklad filmů, jež navazovaly na divácky úspěšný film **Prci prci prcičky**).

Podoba kampaně bývá často řízena zahraničním partnerem do takové míry, že se český distributor stává spíše prostředníkem.

V případě nezávislých producentů bývá tato kampaň složitější. Mnohdy nemají stejný čas na její zorganizování jako distributoři zastupující americké majory, jindy nedostanou ani

potřebné množství distribučních plakátů a tento nedostatek potom suplují vydáváním vlastního časopisu (Intersonic)

Zvláštní podobou kampaně je poté vytvořením partnerské sítě kin, které pomáhají tituly dané společnosti prodat formou jejich pravidelného uvádění (AČFK, CinemArt). V takém případě distributor rovněž vydává zvláštní časopis (mnohdy jen ve formátu dvojlistu) s rozšířenou informační nabídkou společnosti

### **přístup distributora ke kinům**

Distributor si je dnes vědom, že kina jsou pro něj obchodními partnery, a historicky se jim vždycky snažil vyjít vstříc. Sami menší distributoři se ale setkávali s problémy, kdy kina žádala nižší vstupné, než bylo obvyklé (Sunfilm)

Po historických experimentech, kdy distributoři požadovali po kinech 60 % z tržeb, se standartní obchodní styk ustálil na 50% odvodu z tržeb, což pro kino představuje výši půjčového. Počátkem 90. let se distributoři snažili tuto formu udržet i v menších kinech, na základě ekonomických výsledků ale přistoupili ke stanovování fixního půjčového.

## **6.2. Orální historie**

Vzhledem k nedostatku klasických historických pramenů (novinové články, odborné statě, monografické publikace) práce do velké míry čerpá z orálních zdrojů. Při psaní této práce se respondenti často odvolávali, že se v oblasti distribuce již dlouho nepohybují že se jich na věci, které mě zajímají, nikdo dosud nezeptal. Musel jsem proto přistoupit ke komparaci získaných faktů. Pakliže jeden respondent sdělil určitou informaci týkající se například výše procentuelních podílů, nepoužil jsem ji, dokud jsem si ji neověřil buď u jiného zástupce téže společnosti (např za Space Films odpovídali dva zástupci firmy), nebo u zástupce jiné firmy, která působila ve stejné době a orientovala se dramaturgicky obdobně (Heureka PF) Přestože zpočátku jsem postupoval primárně formou písemné komunikace, v průběhu práce jsem se více soustředil na osobní setkání, kde jsem si mohl již dříve sdělená fakta rozšířit a upřesnit (Jiří Mika, Aleš Danielis, Michael Málek. Někdy jsem ale musel spokojit pouze s e-mailovou korespondencí. (Peter Kot) Někteří badatelé, například Miroslav Vaněk, Pavel Mucke a Helena Pelikánová, ale ve své publikaci Naslouchat hlasům paměti rozšiřují badatelské úvahy právě tímto směrem, když citují českého archiváře Jindřicha Schwippela: „Orální historii pokládám za nejpravděpodobnější možnou náhradu klasických písemných pozůstalostí v následujícím počítačovém věku, kdy



korrespondence probíhá stále více formou emailů a telefonátů, kdy neexistují koncepty dopisů a elaborátů, protože komunikace mezi lidmi a institucemi vzniká jinak než na papíru, a kdy definitivní verze dokumentů v počítači vzniká vymazáním verze původní.<sup>265</sup>

Považuji nadále za přínosné s touto metodou pracovat. Při návštěvě Národního filmového archivu v červnu 2010 jsem mimo jiné zjistil, že oddělení orální historie disponuje řadou zaznamenaných svědectví, která nebyla doposud zpracována.

### 6.3. Databáze Unie filmových distributorů

Databáze Unie filmových distributorů považuji za bohatý zdroj informací, zejména pro badatele zaměřující se na novou filmovou historii. Tato práce čerpala ze dvou databází: Jedna udává výsledky návštěvnosti od roku 1993 do roku 2009, druhá seznam všech filmů uvedených od roku 1990 do roku 2010 v českých kinech. Pracovně jsem je pojmenoval jako „Návštěvnost“ a „Filmy.“ Zejména databáze „Filmy“ je složitější a komplexnější a lze se v ní orientovat pomocí datových filtrů aplikace Microsoft Excel. První sloupec databáze začíná vždy písmenem, které je zároveň identifikačním znakem distributora. Pro další zpracování považuji za nutné uvést v následující tabulce základní písmena a název distribuční společnosti, kterou označují.

A	Astra Cinema
C	Hollywood C.E.
D	Bioscop
E	Aerofilms
F	Falcon
G	Gemini film
H	Heureka/od r. 2002 Hollywood C.E., přechodně Davay
I	Interama
J	Asociace českých filmových klubů
K	Krátký film/po roce 1993 prod. Bionaut
L	Lucernafilm/ od roku 1995 Bontonfilm
M	Galafilm

<sup>265</sup> Vaněk, Miroslav, Mucke, Pavel, Pelikánová, Hana: Naslouchat hlasům paměti. Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 2007, s.23.

N	Planfilm, od roku 1998 Sunfilm
O	Ostatní (Jiří Konečný)
P	Slovenská požičovna filmov/Solarfilm (SK)
R	Artcam
T	Intersonic
U	Guild, od roku 1995 Cinemart
W	Warner Bros

Obě databáze jsou v elektronické podobě k dispozici v elektronické příloze na CD-ROM

#### **6.4. Tabulky**

Údaje obou databází jsou součástí této práce, nejčastěji ve formě tabulek. Práce obsahuje dva druhy tabulek:

##### **a) Ilustrační**

Tyto tabulky dosvědčují právě rozváděný fakt. Zařazoval jsem je v té části práce, kde bylo nezbytné doložit údaje, které měly často orální charakter. Ilustrační tabulky rovněž zahajují podkapitoly, jejichž tématem se stala větší distribuční společnost. Úvodní ilustrační tabulky obsahují údaje o počtu amerických, evropských a českých filmů, čímž zároveň charakterizují dramaturgický profil distribuční společnosti. Data použitá v úvodních ilustračních tabulkách pochází z databáze Filmy, a jsou ověřována funkcí „Počet“ aplikace Microsoft Excel a databázovými filtry.

##### **b) Srovnávací**

Srovnávací tabulky jsem užil v případě, kde bylo třeba porovnat, jak jednu sledovanou hodnotu (počet českých filmů uváděných nástupnickými společnostmi) reflektovaly různé společnosti (Bontonfilm a Falcon). Uvádí, která ze společností si ve sledovaném období vedle lépe.

Při sestavování srovnávacích tabulek jsem v souladu s metodou statistiky dbal jasného vyčlenění souboru dat (české filmy distribuované společnostmi Bontonfilm a Falcon v letech 1997-2008). Pevně jsem vytyčil také kritérium porovnání (počty českých filmů).

Oba typy tabulek chápu jako prostředek jazykové ekonomie, který zastupuje často dlouhé výčtové řady dat. Zároveň tato data zpřehledňují.

## **6.5. Elektronický archiv serveru Ihned.cz**

Za nejserióznější novinové články ekonomického charakteru považují Hospodářské noviny, které v Česku vycházely od roku 1995 a disponovaly pravidelnou rubrikou Distribuce. Hospodářské noviny jsou zatím jediným českým vydávaným médiem deníkového charakteru, které dávají svým čtenářům k dispozici kompletní elektronický archiv, v němž lze hledat články pomocí klíčových slov, roku vydání nebo výrazů, jež mají články obsahovat. Tato služba je ale čtenářské obci zpoplatněna.

V této práci vyčleňuji dvě základní kapitoly: Distribuce českých filmů a Distribuce zahraničních filmů, přičemž ze zahraničních vyčleňuji zvláště evropské filmy. Ukazuje se, že z hlediska distribuční strategie vznikají tři skupiny filmů, z nichž každá vyžaduje odlišný způsob distribuční práce. Distributor českého filmu může do velké míry spoléhat na domácí zázemí a pomoc tvůrců při propagaci, jen těžko ale může dlouhodobě uspět pouze s českými filmy, distributor amerického filmu zase spoléhá na studiové zázemí v podobě levnějších kopií a pomoci při organizaci propagační kampaně. Musí ale počítat také s tím, že spolupráce s americkými studii do velké míry omezí jeho možnost svobodně určovat vlastní strategii. Relativně nejhorší situaci mají nezávislí distributoři evropských filmů, kteří musí o film soutěžit na volném trhu a nemohou spoléhat na pomoc zahraničního partnera při organizaci propagace a často ani na pomoc tvůrců, kteří zůstávají před českým divákem v anonymitě.

## 7. Přílohy

### 7.1. Ústřední půjčovna filmů

#### Distribuční list UPF

*Jan*

Dobří holubi se vrací ÚPF - distribuční list 32/89  
ČSR - FSB 88 březen 1989 ✓

-----

Český film podle knihy Ladislava Pecháčka

01 8907 - D propagace: kategorie 1  
mládeži do 15 let nepřístupný plak. A/1, A/3, slepka,  
bar., 109 diapozitiv, čb. fotografie  
35 mm - 24  
16 mm později - 30

distribuční skupina P, vhodný i pro představení filmového umění,  
FFP - zima 1989

žánr: O5 - komedie se společensko etickým problémem  
téma: z prostředí protialkoholní léčebny

-----

scénář: Ladislav Pecháček, Dušan Klein  
režie: Dušan Klein  
kamera: zasl. um. Josef Vaniš  
hudeba: Harry Macourek  
montáž: zasl. um. Milan Knažko, Alicja Jachiewicz, *ta*  
nár. um. Rudolf Hrušínský, zasl. um. Miroslav Macháček,  
nár. um. Vladimír Menšík aj.

Alkoholismus, a většinou marný boj proti němu těch, kteří  
jednou propadli, je ústředním tématem dramatického příběhu  
středních let. Dobrovolně přichází do léčebny, aby se po-  
zbavit se zatěžující a nebezpečné závislosti. Místo po-  
se však namnoze setkává s hrubostí, zlovolností a nepřá-  
vím. Z osobním krutostí je vrchní ošetřovatel, který se  
etickým zadostiučiněním rozdává trestné body za sebemenší  
avy nelibosti či revolty. Léčený muž je však dost silnou  
ostí na to, aby odlišil dobrou vůli od omylu a záměrného  
izování. Praktiky zdravotníků nebo vlastní silná vůle mu  
chou k vyléčení. S obtížemi se zapojuje do běžného života  
evuje důvěrné přátelství s bývalou spolužačkou trpící ob-  
ní potížemi. Definitivní řešení však nachází v jasně smyslu-  
tvrdé fyzické práci.

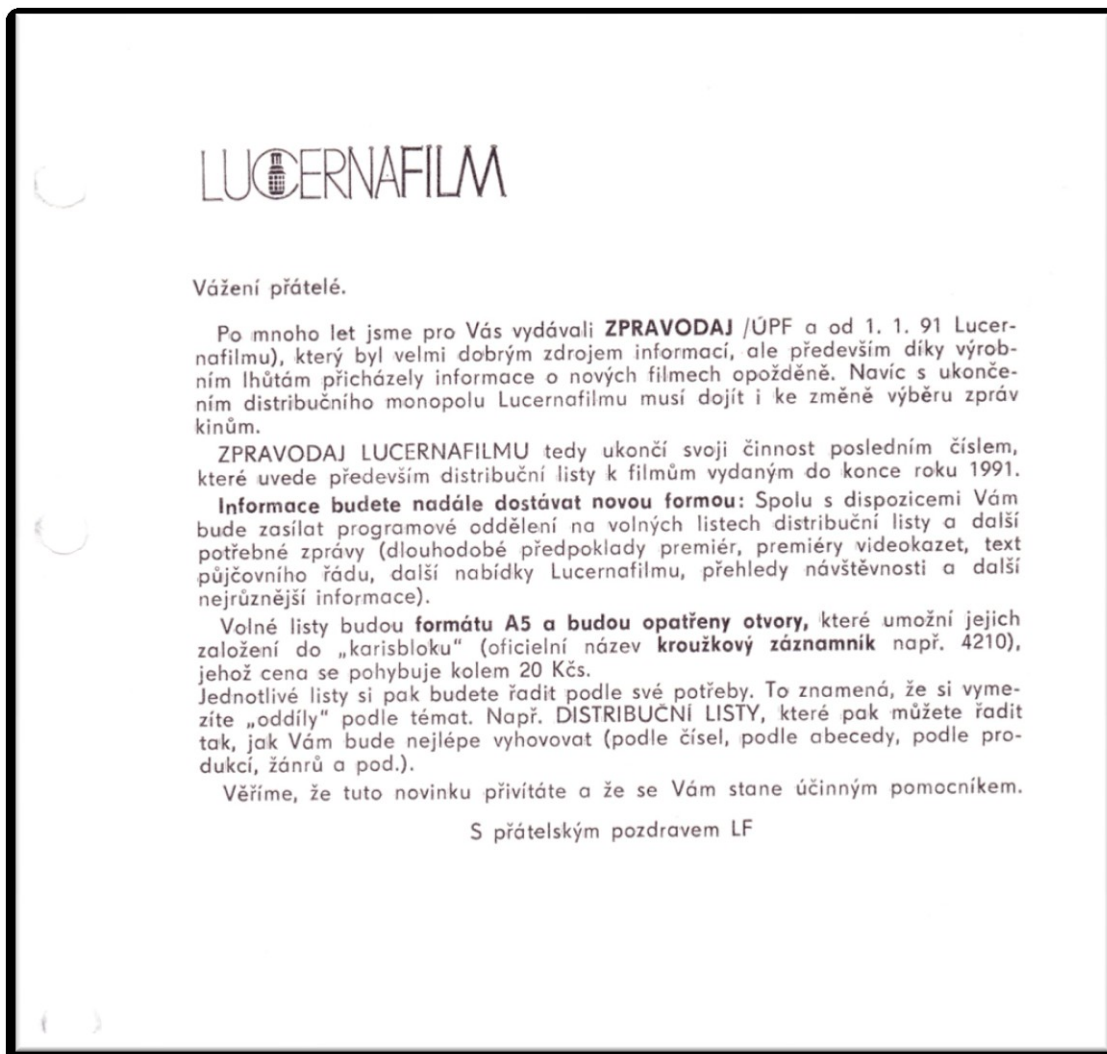
-----

Připojení

Ústřední půjčovna filmů  
P r a h a  
in. Tugan Veselý v.r.

## Lucernafilm

### Dopis společnosti Lucernafilm kinařům





**Dobový distribuční list společnosti Lucernafilm, skupina Gama**

## Planfilm

Distribuční list firmy Planfilm



### **ČERNÝ PŘÍZRAK THE WRAITH**

USA - 1986; Turbo Production Inc.  
Distributor: GOLDEN CROWN spol. s. r.o., ČSFR 1992  
PLANFILM TACHOV

---

Strhující závod se smrtícím autem „odjinud“

Režie: Mike Marvin  
Producent: John Kemeny  
Hrají: Charlie Sheen, Sherilyn Fennová, Nick Cassavetes, Randy Quaid a další

Jde o napínavý sci-fi film americké produkce z roku 1986. Malé americké městečko prožívá zlé období, kdy gang mladých teenagerů terorizuje motoristy na silnicích okresu. Městský šerif a jeho pomocníci nejsou schopni proti nim úspěšně bojovat. Mstítel se objeví řodjinudů - muž robot a jeho černé supermoderní auto s neuvěřitelnými jízdními vlastnostmi řeší celou situaci nekompromisně. Mstí se za smrt nevinných lidí. Gang se snaží černý přízrak a jeho jezdce zneškodnit, ale opak je pravdou. Černý přízrak ve vzrušujících závodech gang postupně ničí.

Charlie Sheen v hlavní roli filmu hraje kladného hrdinu a spolu s Nickem Cassavetesem (vůdcem gangu) jsou zárukou výborných hereckých výkonů. Romantismus postavy, kterou vytvořil Charlie Sheen je v ději filmu podtržen milostným vztahem ke krásné dívce (hraje Sherilyn Fennová), kterou chce získat i vůdce gangu.

Obě velké postavy současného amerického filmového nebe Charlie Sheen a Nick Cassavetes navazují tímto filmem na své úspěšné začátky, na role ve slavném filmu Četa.

---

Žánr: sci-fi akční  
Půjčovné: 50%  
Doporučená přístupnost: od 12 let  
Barevný, česká verze, 93 min  
35 mm kopie

## **Rozhovor s Jiřím Kalašem**

### **Co Vás přimělo k tomu distribuovat filmy?**

Když o tom uvažuji, tak si myslím, že to byly dvě základní věci: STRACH o československý film a PŘÁTELSTVÍ s českými i slovenskými tvůrci. Rok 1989 a listopadové události signalizovaly zásadní změny i ve filmové distribuci.

Protože jsem pracoval jako vedoucí kina v Plané, tak jsem se se znepokojením díval na postavení českého filmu v tvrdé konkurenci s americkou produkcí. Zdánlivě jednoduché se nabízela možnost podnikání. Společně s vedoucím odboru kultury při ONV, vedoucím knihkupectví z Tachova a svým kolegou z práce (pracoval jsem v České státní pojišťovně) jsme založili společnost PLANFILM s.r.o..

Počátky byly orientovány na videopůjčovny a snaha o získání kin na celém okrese. Vše se odvíjelo na bázi nadšení a snaze proniknout do vyššího stupně filmového podnikání – DISTRIBUCI FILMŮ.

Všemu nahrála náhoda. Zdeněk Troška natáčel film Slunce, seno, erotika, který byl z části natáčen soukromou společností DRUFIP. Druhým partnerem bylo ještě FSB.

Nabídl jsem, prostřednictvím Zdeňka Trošky, distribuci tohoto filmu a začala jednání s panem Vrábem.

### **Setkával jste se s nějakými legislativními problémy?**

Všichni jsme tušili, že monopol na distribuci je neudržitelný, ale legislativně nebylo nic vyřešeno. Proto se celá myšlenka s distribucí pohybovala na "hraně". Nikdo si netroufnil tento proces zastavit, ale nikdo nepodal pomocnou ruku.

### **Za jakých okolností jste převzal distribuci filmu Slunce, seno, erotika?**

Vše začalo telefonáty s režisérem a nabídka, že jeho poslední film jsme ochotni v ČR a SR distribuovat. Následovala jednání s vedením družstva DRUFIP o podmínkách distribuce.

### **Můžete přiblížit souvislost s produkčním družstvem Blažeje Vrába?**

Musím podotknout, že družstvo DRUFIP se nikdy nezabývala distribucí filmů. Byla to produkční společnost. Jejich film a další spolupráci s PLANFILMEM dnes přičítám tomu, že jsme nabídli výhodné finanční podmínky a byli jsme ochotni experimentovat s procenty odvodu z kin.



**Proč si myslíte, že film nedistribuovala UPF->Lucernafilm? Byla to otázka toho, že jste s nabídkou přišli dřív, nebo probíhala nějaká jednání s UPF, která se nezdařila?**

Důvody byly asi dva. Skupina kolem Blažeje Vrába chtěla specifické podmínky. Především jiné odvody a práci, kterou jsme odváděli byla nesrovnatelně lacinější. Navíc a to je druhý důvod, šlo o termín nasazení filmu. Dramaturgické plány velkých společností si diktovaly termíny a tehdy se dávala přednost zahraničním filmům.

**Podle údajů UFD jste distribuoval filmy jako Ohnivá eskadra, Pevnost strachu a Černý přízrak. Jak se lišila distribuce těchto filmů? Bylo třeba zaplatit nějakou fixní částku, případně garanci, nebo odvádět procentuelní podíl z tržeb z kin?**

Reakce na novou distribuci a jiné podmínky uvádění filmu Slunce, seno, erotika rozproudily negativní reakce od kinařů, ale také ze strany těch, kteří se připravovali a expanzi v distribuci filmů.

Bývalý ústřední ředitel Čs.filmu ing. Tugan Veselý založil společnost, která měla působit v slibně se rozvíjející videodistribuci. (Golden Crown) Kontaktoval se s americkým distributorem a zajistil na trh několik filmů (na VHS). Filmy daboval a měl v úmyslu distribuovat i filmy. Všechno to byly americké akční filmy, kterých bylo již v kinech víc než dost. Objevili se i další zájemci typu brněnského Hošny, kteří dovezli béčkové filmy a vyprávěli o tom, že budou v budoucnu točit vlastní akční filmy. Tehdy jsem cítil, že původní myšlenka o distribuci českých a slovenských filmů se pomalu vytrácí.

Filmové kopie byly po celou dobu majetkem producentů a společností, které si filmy kupovaly od zahraničních partnerů. PLAFILM byl pouze distribuční společností, která distribuci prováděla jako službu s tím, že z tržeb producenta jsme si určovali odměnu od 2 do 5%.

**Můžete alespoň přibližně sdělit podíl z tržeb, který jste odváděl producentům českých filmů, které jste distribuoval?**

U filmu Slunce, seno, erotika jsme změnili zavedenou praxi s tím, že kinům zůstalo 40% z tržeb a 60% se odvádělo producentů,. U dalších filmů jsme se vrátili k 50% pro kina i producenta (majitele kopií).

Po rozpadu společnosti DRUFIP jsme spolupracovali na uvádění českých filmů Rudolfa Mose (Vekslák, Jedna kočka za druhou, Playgirls 1. 2, Divoké pivo). Ovšem to již začínala být doba, kdy velké distribuční společnosti začínali nabízet producentům velké finanční částky do reklamy.

**Jak to bylo se Sluncem a senem v okamžiku, kdy Asociace filmových distributorů (AFID) vyhlásila doporučení kinařům film právě kvůli vyššímu odvodu nepromítat?**

Začínalo období, kdy se vytvářely podmínky pro stanovení odvodu podle nabídky produkce. Ta si byla vědoma nedostatku filmových komedií (českých) a proto ten odvod. Mediálně nás (PLANFILM) to poškodilo, ale kina si vykalkulovala, že i při vyšším odvodu vydělávají.

Ale zpětně si uvědomuji, že podobná situace se nedá opakovat. Prostě tehdy se v mnohém experimentovalo, přestože se bourala dogmata.

**Distribuovali jste filmy centrálně, nebo jste měli určitý počet kopií pro každou oblast, podobně jako Ústřední půjčovna filmů?**

Distribuci jsme prováděli korespondenčně, telefonicky přímo do Tachova, kde bylo sídlo PLANFILMU. Později se nám podařilo otevřít kancelář v Brně, kde byla zajišťována distribuce pro Moravu.

**Dělali jste někdy speciální kampaň mezi kinaři? (setkání kinařů a tvůrců filmu....)**

Velkou akcí byla příprava premiéry filmu Slunce, seno, erotika. Později jsme pořádali několik tiskových konferencí k novým filmům

**Používali jste trailery? Připojené ke kopii nebo zvlášť?**

Trailery (foršpany) pro kina jsme rozesílali samostatně společně s reklamou.

**Klasifikovali jste nějak kina? Rozlišovali jste, která budou odvádět fixní půjčovné a která procentuelní odvod?**

V počátcích jsme používali pro kina pouze odvod v procentech. Teprve později z ekonomických důvodů jsme rozdělili kina do dvou kategorií a použili fixní půjčovné

**Se kterou společností jste spolupracovali při uvádění videa?**

Pouze se společností Tugana Veselého, který ovšem svou činnost brzy ukončil. Veškeré "velkolepé" plány ztroskotaly a rozpad jeho společnosti se v mnohém podobal koncům mnoha jiných, kde se společníci doslova okrádali.

**Jaké byly další osudy Tugana Veselého?**

Myslím si, že zapomněl, že už skončila doba, kdy se nemusel zajímat kolik stojí cesta do Anglie, když chtěl koupit film. Také pronájmy místností pro svou firmu Golden Crown ho nemusely před "listopadem" moc zajímat. Takže raketový nástup a příliš důvěry v lidi kolem sebe.

Když se dostával do složitých situací (finance), tak vše ukončil a snad mnoho ze svých nákupů prodal.

Podle poslední informací snad pracoval jako průvodce u nějaké pražské cestovky. Měl jednu velkou výhodu. Byl dobře jazykově vybaven.

### **Proč jste ukončili činnost?**

Společníci, se kterými jsem začínal realizovat svůj sen o distribuci českých filmů, z počátku měli radost s tržeb, ale když docházelo k poklesu zájmu o film (příchod TV NOVA), tak jsme se stále více dohadovali o smyslu takové společnosti, která je často "vydírána" producenty a tlačena k službám za minimální odměnu.

To byl jeden z hlavních důvodů zániku společnosti PLAFILM. Dodnes jsem přesvědčen, že má myšlenka měla smysl a důkazem je vzrůstající zájem o české filmy. To je již ale diskuze na jiné téma.

## Space films Distribuční smlouvy

OBLASTNÍ DISTRIBUTOR OKRESNÍ SPRÁVA KIN NÁCHOD

zastoupený

Lubomírem Červeným, ředitelem

IČO 401 927, bankovní spojení KB Náchod, č. ú. 18334-551/0100

a Obecní úřad KRUH u Jilemnice

Josefem Chrtkem, ved. kina ..... KRUHU  
..... provozovatel kina v .....  
zastoupený

IČO 275859, bank. spojení KB Semily 3820, č. 581/0100

u z a v í r a j í

smlouvu o půjčování a užití filmů pro veřejné promítání.

### I. Předmět

- 1) Předmětem smlouvy je půjčování a užívání filmů produkční a distribuční firmy SPACE Praha, s níž má OSK Náchod (dále jen dodavatel) smlouvu o výhradním zastoupení pro kina Vě oblasti.
- 2) Dodavatel se zavazuje půjčovat provozovateli kina filmové kopie k užívání filmů pro promítání v kinech pro veřejnost.
- 3) Provozovatel se zavazuje poskytovat služby obyvatelstvu veřejným promítáním filmů v dohodnutých termínech a rozsahu dle diváckého zájmu a to pouze v provozech dle dohodnutých.

### II. Dodavatel se zavazuje:

- 1) Dodat provozovateli základní informace o programových filmech (distribuční listy), zaprogramovat sjednané filmy v oboustranně vhodných termínech.
- 2) Dodat reklamní materiály k zaprogramovaným filmům nejpozději tři týdny před hracím termínem.
- 3) Dodavatel hradí provozovateli náklady na přepravu filmových kopií a to tak, že provozovatel příslušnou částku odečte od půjčovného.

### III. Provozovatel se zavazuje:

- 1) Dodržet půjčovní řád SPACE Praha, který je nedílnou součástí této smlouvy.
- 2) Efektivně využít filmové kopie ve smluvených termínech a maximálním počtu představení.
- 3) Účinně využít všechny dodané propagační materiály, dodržet dispozice na odeslání reklamních filmových snímků (foršpanů).
- 4) Zajistit odesílání filmových kopií ihned po skončení posledního představení dle dispozičního příkazu a to za hotové. Doklad o výši přepravného uschovat po dobu jednoho roku pro případnou kontrolu.
- 5) Zodpovídat za škody, které způsobí nedostatečnou kontrolou technického stavu kopie nebo nesprávnou manipulací s kopií.

P Ů J Č O V N Í Ř Á D  
FILMOVÝCH KOPIÍ A FILMOVÝCH PROGRAMŮ

SPACE PRAHA

I.

1. SPACE sama, nebo prostřednictvím zprostředkovatele půjčuje filmové kopie za účelem veřejného promítání vlastních filmů, nebo filmů, k nimž vlastní distribuční monopolní práva.
2. Provozovatel kina (dále provozovatel) je oprávněn užívat filmové kopie pouze k účelu, jemuž filmové kopie slouží, je povinen chránit je před poškozením, ztrátou nebo zničením.
3. Není-li dohodnuto jinak, nesmí provozovatel přenechat filmovou kopii k užívání jinému.

II.

Odpovědnost za škodu

1. Dojde-li k poškození, ztrátě nebo zničení filmové kopie, je provozovatel povinen ohlásit to bez zbytečného odkladu SPACE nebo příslušnému zprostředkovateli.  
Jestliže se filmová kopie ztratila nebo byla zničena a provozovatel to neohlásí, je povinen zaplatit půjčovné ve výši 50 % průměrné tržby dosažené za jedno představení v uplynulém roce v kině odpovědného provozovatele a poplatek z prodlení ve výši 0,05 % z uvedené částky za každý den prodlení.
2. Za poškození filmové kopie se pokládá takové poškození, které neodpovídá přirozenému opotřebení a je důvodem pro předčasné snížení klasifikace celé kopie nebo její části, resp. je důvodem pro vyřazení kopie. Technický stav kopie v jednotlivých klasifikacích stanoví ON 19 80 15.
3. Jakékoliv vystřihování filmové kopie je porušením práv chráněných autorským zákonem a provozovatel odpovídá za škodu takto vzniklou.

III.

Doprava

1. Způsob přepravy filmových kopií je stanoven ve smlouvách mezi SPACE nebo přísl. zprostředkovatelem a provozovatelem kina. Odpovědnost za škodu se řídí platnými obecně závaznými právními předpisy, tj. MZ a přepravními řády.

2. Zjistí-li provozovatel kina při příjmu filmové kopie od dopravce zjevnou porušenost nebo neúplnost anebo okolnosti tomu nasvědčující, je povinen požádat dopravce nejpozději při převzetí zásilky o sepsání zápisu. Při úplné ztrátě zásilky je provozovatel povinen požádat dopravce o sepsání zápisu nejpozději do jednoho měsíce od uplynutí dodací lhůty stanovené přepravními řády.

#### IV.

##### Nakládání s filmovou kopií

1. Součástí vybavení filmové kopie je záznam o stavu kopie, do kterého zaznamenává odpovědný pracovník provozovatele kina technický stav kopie, název kina a počet představení.
2. Odpovědný pracovník provozovatele je povinen zkontrolovat kompletnost dodaného programu a posoudit stav filmové kopie. Zjistí-li poškození filmové kopie, které není uvedeno v záznamu, nebo že záznam chybí, je povinen oznámit tuto skutečnost telegraficky nebo telefonicky SPACE nebo příslušnému zprostředkovateli. Zároveň je povinen předat protokol o poškození filmové kopie nebo chybějícího záznamu.  
V případě, že nelze sdělení o poškození filmové kopie nebo o chybějícím záznamu podat telegraficky nebo telefonicky, je promítač povinen sepsat před prvním představením protokol o poškození s uvedením času, ověřeným dvěma svědky a předat bez zbytečného odkladu SPACE nebo jeho zmocněnci.
3. Provozovatel je povinen zajistit řádný technický stav zařízení kina a odpovídá za splnění požadované kvalifikace promítačů.
4. SPACE nebo přísl. zprostředkovatel je oprávněn k prohlídkám technického zařízení kin a kontrole dodržování platných norem o péči a ochraně filmových kopií.
5. Součástí filmového programu jsou propagační prostředky uvedené v distribučním listu.  
Jestliže SPACE poruší povinnost dodat propagační materiály ve lhůtě 3 týdny před uvedením filmu, uhradí sankci ve výši 2 % podílů půjčovného provozovatele za příslušný program. V případě, že SPACE zjistí, že provozovatel nevyužil řádně dodané propagační materiály, uhradí sankci ve výši 2 % svého podílu půjčovného za příslušný program.  
V případě ztráty nebo poškození vratných propagačních prostředků je provozovatel povinen uhradit : 40,- Kčs za 1 ks foto, dia  
400,- Kčs za 1 ks rekl.snímku.

**HEUREKA PRODUCTION PF**

Propagační kampaň k filmu *Konec básníků v Čechách* realizovaná ve spolupráci s deníkem *Blesk* (kompletní verze na CD)

**edice**  
**BLESK**

# KONEC BÁSNÍKŮ V ČECHÁCH...

HEUREKA FILM, s.r.o.  
**HF**

**DUŠAN  
KLEIN**  
pokládá svoje  
manželství  
za neobvyklé

**PAVOUK**  
bude u nás  
po básnících  
točit Hrabalovy  
Andělské oči



Při zařizování posledních věcí člověka by se mělo jednat jen s veselými a sympatickými lidmi. Například pan Písařík má na předním skle samolepku „lch danke positiv“.



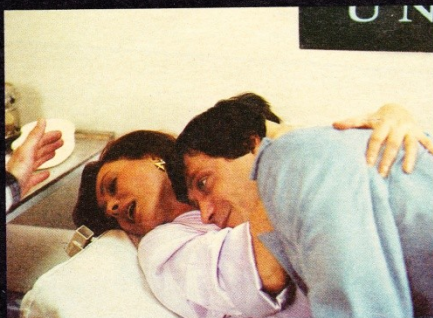
Podívala se na mě tak hezky, že kdybych měl nějaký majetek, vrátím ho církvi.



... a až zbohatnu, koupím mamince zájezd do Thajska.



Já bych se třeba i oženil, ale podívejte se na ně... Taky se brali z lásky.



Nejhorší je, když musíte dávat pozor, jestli nikdo nejde.



Od tebe to беру. Ale jinak už jim na kafe a na bábovku nikde nenaletím.



Znáte slovo „šibřinky“? Přestože jsem se jedněch zúčastnil, dodneška nevím, co to je.



Probatum est.



## **Rozhovor s Jiřím Mikou, zástupcem společnosti Heureka Production PF**

**1. Jak vznikla myšlenka založit distribuční společnost Heureka production PF?**

**2. Jaký byl vztah ke společnosti Kinofa?**

**3. Jaký byl vztah ke společnosti Pragafilm**

**4. Jaký byl vztah k produkční společnosti Heureka Film?**

Založení společnosti Pragafilm je datováno do roku 1992. Původně tato společnost vznikla jako společnost produkční pro výrobu českých filmů, neboť začátkem 90. let se prakticky žádné české filmy nevyráběly. V roce 1992 byly intenzivně hledány zdroje na výrobu českých filmů. Byl navázána spolupráce s leasingovou společností BESO a byla zahájena výroba prvního filmu „Nahota na prodej“. Současně byly hledány další možnosti uplatnění v branži kinematografie. V této době byl dokončen p. rež. J. Soukupem film „Kamarád do deště II. „, na kterém se podíleli výkonnou produkcí i spolumajitelé firmy Pragafilm. Proto byla distribuce svěřena naší společnosti, i s tím, že ostatní spolumajitelé firmy se dříve zabývali filmovou distribucí a měli s tím zkušenosti. Z toho pak následně vyplynula kontinuita distribuce na vlastní vyrobené české filmy. Spolupráce s majiteli firmy BESO, kteří v r. 1993 založili firmu Heureka Film, se v roce 1993 změnila tím, že společnost Heureka vstoupila do společnosti Pragafilm a tato společnost byla přejmenována na Heureka Produktion. Rok 1993 byl charakteristický velkým rozvojem vlastních projektů. Byla zahájena výroba několika filmů jak např. „Básníci IV., Andělské oči „atd. Současně jsme zahájili distribuci i filmů, které byly realizovány jinými subjekty, jak např. „Trhala fialky dynamitem“.

**Měli jste na počátku nějaký pevný dramaturgický záměr? Jaký?**

V této době prakticky nebylo konkurenční prostředí v oblasti českých projektů. Prakticky všechny distribuční společnosti, působící na trhu chtěly do svého portfolia české filmy, kterých však bylo velmi málo. Český film jako fenomén vykazoval nejlepší distribuční výsledky. Například film „Kamarád do deště II“ měl za první měsíc distribuce návštěvnost 900 tisíc diváků. Tomu také odpovídala naše „dramaturgie“, kdy cílem bylo dosáhnout co nejlepších komerčních výsledků.

**Popsal jste produkční počátky firmy Pragafilm. V té době se pokoušela distribuovat české filmy také Ústřední půjčovna filmů, ale dle slov jejího tehdejšího ředitele Jana Jíry měli problémy s jejich nasazováním do kin**

**Oni hlavně neměli české filmy**

**Měli filmy jako Kouř nebo Pějme píseň dohola a kinaři je nechtěli nasazovat a oni hledali cesty, jak ty české filmy uvést..**

S tím jsme nikdy problémy neměli, protože ten Kamarád do deště dvojka šla v roce 1992, jestli se nepletu, a my jsme udělali nějakých 30 kopií. Kina jsme úplně zaplavili. Lidi chtěli vidět hvězdy jako Tofi nebo Vaculík, což byly hvězdy z 80. let.

**Distribuovali jste film Jaroslava Soukupa Kamarád do deště II, Konec básníků v Čechách. Jak jste vnímali fakt pokračování úspěšných normalizačních filmů v porevoluční době?**

Pokračování úspěšných projektů z minulé doby se v této době přímo nabízelo. V rámci naší „dramaturgie“ byly hledány projekty, nabízející komerční úspěch, a sami tvůrci (především režiséři) chtěli v projektech pokračovat. Faktem však je, že již žádný film nedosáhl úspěchů filmu „Kamarád do deště II“. Ani 4. Básníci nedosáhli tak dobrých distribučních výsledků, ač byly dány do distribuce v 50. kopiích.

**Jakou pozici měly podle Vás první české filmy vyrobené v porevoluční době?**

V letech 1992-1993 měly všechny české filmy v distribuci nebývalé úspěchy. Jednak v období před těmito roky nebyly žádné české filmy, diváci chtěli vidět své herce a vznik každého českého filmu byl skoro jako zázrak. Alespoň tak to popisoval p. režisér Dušan Klein, s kterým jsme realizovali a distribuovali jeho dva filmy. Premiéra každého českého filmu byla mediálně velmi sledována, také jsme tomu trochu pomohli. Například před premiérou 4. Básníků proběhla v naší režii několikatýdenní soutěž v denících o hodnotné ceny.

**Když zmiňujete těch 50 kopií, předpokládám, že nějaká část byla i pro Slovensko...**

Pro Slovensko ne. Na Slovensku jsme spolupracovali s Ivanem Solárem ze společnosti Tatrafilm. Opět jsem se s ním znal již z minula, dělal výrobního náměstka na Kolibě a měl hodně široký rozhled.

Takže většina kopií šla na Slovensko stejně jako dnes, až poté, co se odehrály v Česku... Minimálně poté první vlně v českých kinech.

**Dále zmiňujete filmy jako Trhala fialky dynamitem, které neprodukovala Heureka. Jak probíhal kontakt v takových případech? Přišel producent....**

To ne, to je všechno založený na osobních vztazích. Já už nevím, kdo to tenkrát přivedl, ale pravděpodobně Luboš Vála, ale jistě to nevím. Spojili jsme se s producenty filmu, ale bylo to od začátku takový divný. Ten producent byl později dokonce zavřený. Tenkrát zbohatl na restitucích někde v Brně a nevěděli, co roupama dělat, tak jeho sestra někde provozovala módní salón, šili nějaký šaty a on se do toho filmu tak nějak vrhnul. Myslel si, že je šílená hvězda, dělal na tom kameru..

**Myslím, že to byl zároveň producent a nějaký film taky režíroval**

No, on myslel, že to nějak umělecky ztvární, ale ve skutečnosti to byla hrozná ptákovina. Nicméně vzniknul v Čechách, a tak to nějakou kačku v té distribuci hodilo.

**Jistě, když píšete o těchto filmech, píšete, že jste si nějaký podíl nechali. Ta výše byla přibližně jaká? 10, 20%?**

Bylo to nějak tak, mezi 10-20%, ale přesně vám to nepovím, je to dost dlouho. A část podílu jsme přenechávali Astra Cinemě, která to programovala.

**To byla ta Marcela Vondrová, že? Ta Astra Cinema fungovala jako zprostředkovatel mezi vámi a kinaři?**

No, zprostředkovatel, starali se o programování kopií.

**V tomto smyslu jste tedy využívali jejich služeb**

Využívali jsme toho, že lépe než my znali distribuční cesty, odkud kam je nejlepší, aby film šel. Také kina znali lépe než my. Když jsme vznikali, byli jsme především z produkční branže. Luboš Vála dělal ve Filmovém studiu Barrandov takového šéfa pro distribuci, chtěli mít již tenkrát zpětný kontakty, takže v okamžiku, kdy jsme začínali, Luboš Vála znal nejvíc z nás. Dalšími společníky byli Milan Brabec a Jiří Ulrych. Milan Brabec pracoval jako výrobní náměstek na Barrandově a Jiří Ulrych byl produkční. Oba byli prvoligový fotbalový rozhodčí, což byl jeden z důvodů, proč jsme později skončili. Dalším byl Jaroslav Smola, kterého v našich začátcích přivedl Milan Brabec a ten Smola se živil produkcí krátkých reklam. Já jsem začínal v Krátkém filmu.

**Právě Krátký film se v 90. letech také angažoval v distribuci filmů....**

Já jsem to tam rozjížděl, ale v roce 1991 jsem odešel.

**Tam vzniklo několik studií, myslím, že něco tam vedl i Jiří Menzel...**

Ta produkce se rozdělila do několika skupin s tím, že se to stihlo takzvaně diverzifikovat, aby si každá s těch skupin plula na nově vzniklém trhu sama. Ten Krátký film to uměl a měl tam zkušený lidi. Už v 80. letech byl Krátký film jediný, kdo se živil reklamou. Všechny ty týdeníky a reklamní filmy vznikaly v 80. letech v Krátkém filmu. Jenomže měli těžkou pozici, protože ten Krátký film byl postavený v 80. letech z hlediska politiky na úroveň sdělovacím prostředkům. A ředitelem tam byl mladý Jakeš.

**Zmiňujete spolupráci se společností Astra Cinema, můžete ji přiblížit i z hlediska finančního?**

Společnost Astra Cinema v této době působila na trhu pouze jako společnost zajišťující programování filmů, resp. kopií do kin. Tyto činnosti pro naši společnost prováděla. Byla to velmi úzká spolupráce. Vlastní distribucí se začala zabývat až po našem zániku.

Vystavovala nám normální faktury a my jim je každý měsíc hradili z tržeb našich filmů

**Takže se jedná o nějaký procentuelní podíl**

Přesně tak

**Takže z těch cirká 10-20 %, co jste měli od producentů, jste Astře odváděli kupříkladu 30%?**

Mám dojem, že to bylo okolo 17%, ale přesně to už nevím. My jsme se s nimi dali dohromady opět na základě osobních kontaktů. V té době to byl naprosto běžná praxe a jinak než na základě známosti to ani nešlo. My jsme měli velmi dobrý vztah s majiteli, což nebyla paní Vondrová, to byla normální zaměstnanec.

**V Astra Cinemě figuroval i pan Vála..**

Ale až mnohem později. V době, kdy jsme začínali, byl majitelem Astra Cinemy Oto Sedláček z Hradce Králové a Míla Mařík z Prahy. Míla Mařík má snad dodnes bývalý Světozor a Otto Sedláček nějak nešťastně zemřel. Teprve potom tam vstoupil Luboš Vála. My jsme s nimi měli smlouvu vždy na konkrétní film, v té smlouvě byly i nějaký popis toho filmu, které byly určené k rozeslání kinařům, my jsme zajišťovali fotosky a plakáty.

Oni měli dost kontaktů na filmaře, protože Míla Mařík šéfoval Pražskému filmovému podniku a Ota Sedláček Krajskému filmovému podniku v Hradci Králové

**Podobně se v té době orientovala také společnost Space Films. Spolupracovali jste spolu nějak?**

Skutečná konkurence na trhu distribuce českých filmů vznikla mnohem později, první společností, která produkovala české filmy byl Space film projektem „ Tankový prapor“. Shodou okolností produkce tohoto filmu ( J: Staněk ), která následně realizovala film Šakalí léta, měla sídlo také na Strahově. Prakticky až tento film představoval zatím omezenou konkurenci.

Společnost Heureka Produktion se stala členem Unie distributorů a pouze na této úrovni docházelo ke spolupráci s ostatními distr. Společnostmi, a to prakticky pouze v otázce nasazení filmu – myšleno především termín nasazení.

**Právě Space film začínal v době,kdy ještě nebylo jasné, jak to dopadne s tím legislativním rámcem. Protože monopol měla UPF a za Tankový prapor je dokonce zažalovali. Měli jste obdobné problémy?**

Vůbec ne, za nás už to bylo úplně volný. Neměli jsme s tím žádné problémy. Šéfem Space filmu byl Jiří Ježek, který také pocházel z Krátkého filmu, dělal tam jako produkční. Na Tankovým paraporu vydělali a mohli se vrhnout na ta Šakalí léta. Podle mého názoru teprve ta Šakalí léta pro nás byla konkurencí.

**To byl zajímavý film, měl taky hodně kopií.**

To nevím, kolik měl kopií, my jsme s nimi spolupracovali pouze na bázi Unie filmových distributorů. Samozřejmě jsme brali v potaz nabídku všech společností a vybírali jsme si termíny. Nejlepší termíny pro nás byly hned po prázdninách nebo naopak v dubnu...

**Distribuoval film Akumulátor Jana Svěráka, který vyráběl Luxor. Můžete popsat tu spolupráci?**

Film „Akumulátor“ jsme nejen distribuovali, ale zejména produkovali. Byli jsme jedinou společností, která pro spol. Heureka Film mohla filmy produkovat. Vlastní výkonnou produkci pak zajišťoval štáb, který byl na tuto práci najat a v kterém hl. roli měli společníci firmy Luxor. Takže společnost Luxor tento film nevyráběl.

### **Měli jste nějakou smlouvu se společností Heureka film?**

Do původního Pragafilmu, tedy do nás pěti, vstoupili 51%. Z toho vyplynulo, že jsme jim zajišťovali veškerou produkci a následně i distribuci. Ale mám dojem, že na to žádná smlouva nebyla, že to vyplynulo z podstaty věci.

### **Dobře, ale Miloslav Šmíd majer připomíná, že filmy, které Heureka film odmítla, jste poté distribuovali samostatně.**

To byl snad případ akorát Hotýlku v srdci Evropy. A to je také jeden z důvodů, proč jsme skončili. Protože nás to vykrvácelo.

### **.Můžete popsat spolupráci s Českou televizí?**

Spolupráce s Českou televizí byla na několika úrovních. Především jsme na smluvním základě využívali jejich kapacity při produkci filmů, jako např. jejich laboratoře atd. Uvažovali jsme také o distribuci filmů, které vyrobila Česká Televize a mám dojem, že alespoň film „Městem chodí Mikuláš“ jsme uvedli do filmové distribuce. Spolupráce s ČT byla však především v oblasti produkční. Česká televize ale spolupracovala v té době s více společnostmi.

### **Podíleli jste se někdy organizačně na pořádání domácích či zahraničních filmových přehlídek?**

Na organizaci filmových přehlídek, festivalů atd. jsme se nikdy nepodíleli.

### **Distribuovali jste filmy centrálně, nebo jste měli určitý počet kopií pro každou oblast, podobně jako Ústřední půjčovna filmů?**

Programování kopií filmů bylo samozřejmě v prvních fázích distribuce řešeno po určitých oblastech. Také kinaři byli zvyklí, že dostanou film od toho a toho a zašlou jej tam a tam. To se vcelku pravidelně opakovalo. V dalších fázích distribuce pak přicházely v úvahu i delší přesuny kopií. Cílem však vždy jednoznačně byla snaha, aby každá kopie ( alespoň v prvních dvou měsících po premiéře ) alespoň jedenkrát denně hrála.

### **Klasifikovali jste nějak kina? Rozlišovali jste, která budou odvádět fixní půjčovné a která procentuelní odvod?**

Kina jsme samozřejmě měli rozlišená. Měli jsme kina pro první uvedení ( často se slavnostní premiérou ), a kina pro další distribuci. Znali jsme ( také již z minulých období ) kina s dostatečnou návštěvností, kina, která jsou schopná filmu pomoci na místní úrovni a samozřejmě také osobní kontakty hrály svoji roli.

**Reflektovali jste nějak klesající návštěvnost, ubývání kin a nízké vstupné?**

Samozřejmě, z kin jsme nemohli chtít víc než 50% a byly i tlaky, abychom šli na míň. V jistých dobách jsme se začínali zabývat fixním půjčovným, ale mám dojem, že jsme to nikdy neuplatnili. Kin ubývalo, ale nejen kvůli klesající návštěvnosti. V té době přišlo do kin spousta nových lidí, měnili se majitelé, restituenti získávali zpět své dřívější domy a často v nich viděli hodně peněz. Z řadou z nich jsme ale úspěšně spolupracovali, typický příklad je v Plzni. Měli jsme v té době opravdu nejúspěšnější české filmy, které obsazovaly třetí až čtvrté místo v žebříčku. Kinaři za námi jezdili a žadonili, abychom to nejdříve hráli u nich. Dělali jsme snad osm slavnostních premiér, nejvíc premiér jsme dělali v pražském kině Blaník. Natahovaly se červené koberce a jezdily slavnostní kočáry, snažili jsme se zviditelnit. Nebylo to jednoduché, stálo to hodně peněz, ale bylo to výrazně potřeba.

**Získávali jste nějak i kontakty na ta kina, ještě než jste začali, protože lidé jako Jan Jíra je měli už z dřívějšíka...**

Neměli jsme jich tolik jako Honza Jíra<sup>266</sup> nebo Aleš Danielis, kteří dělali v té Ústřední půjčovně již v 80.letech, ale snažili jsme se je získat. Naší výhodou byly české filmy, které oni do té doby neměli.

**Dělali jste si zpětný průzkum divácké obliby určitého typu filmu, byla pro Vás divácká obliba jediným kritériem?**

Divácká obliba, chcete-li návštěvnost je objektivně jediným kritériem úspěšnosti filmu. Pro diváky je film vyráběn a žádné řeči o nekomerčnosti nemůžou divácký úspěch nahradit. Objektivně, na co je vyráběn film, na který přijde minimum diváků? Pokud má film něco sdělit, někdy třeba jen komedii a dobrou náladu, musí jej diváci vidět. Proto jsme nikdy neuznávali hranici na dělení filmů na komerční a nekomerční.

Když se potom filmy nasazovaly do kin, v první vlně šla samozřejmě ta nejúspěšnější kina

**Podle čeho jste určovali počet kopií u filmu? Měli jste nějaký model, předpoklad úspěšnosti....**

---

<sup>266</sup> Jíra nastoupil do UPF až po roce 1989

Počet kopií našich filmů jsme určovali již ve stadiu výroby filmů. V našich rozpočtech byl již počet kopií stanoven a byl součástí výrobního rozpočtu, nikoliv rozpočtu na distribuci.

**Počet kopií vašich filmů byl o něco vyšší než třeba Spacefilms a Astra Cinema. Můžete zdůvodnit proč?**

Hledali jsme tady, právě často ve spolupráci s ČT, využití kapacit ČT ( v té době především filmové laboratoře ČT měly své výrobní rezervy ). Naším cílem bylo vyrobit vždy co nejvíce kopií, neboť jsme si byli vědomi skutečnosti, že byl zahájen nezvratný proces ubývání kin, dále na prudkém rozvoji byla distribuce video, která tlačila na co nejbližší uvedení od filmové premiéry., a to vše byly vlivy, které směřovaly k rychlému „vytlučení“ všech kin. Nebyl prostor pro pomalé vyhrání, neboť kin valně ubývalo.

**Takže dramaturgii a počet kopií jste řešili spíše na produkční úrovni....**

Ta kritéria byla v zásadě dvě. Jedno bylo dramaturgické kritérium Heureka Filmu, to co prošlo nějakou dramaturgickou přípravou. V tomto smyslu s nimi spolupracoval bývalý dramaturg Barrandova Jiří Blažek a samozřejmě se k tomu vyjadřovali majitelé Heureka Filmu Petr Soukupa a Miloslava Šmídmajer, ptali se i nás.

**Se kterou společností jste spolupracovali při uvádění videa?**

V oblasti videa jsme spolupracovali především s Centrem českého videa. Byli jsme první, kdo začal spolupráci s „Centrem českého videa“ , společností, která v začátcích distribuovala pouze projekty ČT. Náš film ( mám dojem, že to byl „Nahota na prodej“ a 4. Básníci“ byli prvními filmovými projekty v jejich distribuci. Úplně první náš projekt v distribuci video však byl titul „Kamarád do deště II“, který byl distribuován subjektem ( samostatnou osobou ), jehož jméno si již nevzpomínám. Měl ale jasně rozmyšlený záměr a věděl, co chce.

**Když začínal Falcon, existovala společná myšlenka spolupráce Falconu a Heureka Můžete ten projekt přiblížit?**

Majitelem Falconu byl původně nějaký Němec. Chtěli v Česku distribuovat filmy velkých amerických společností a s jednou z nich měli dokonce už smlouvu. Když prozkoumali náš trh, zjistili, že české filmy mají poměrně dost velký podíl na pomyslném distribučním koláči. Přišli za námi,my měli rozjednané některé produkce českých filmů, z nichž většina



nakonec padla do zapomnění. Domlouvali jsme se s nima, ale oni očekávali, že bychom do toho dali dost velké peníze, tak jsme se s nima nedomluvili<sup>267</sup>

### **Jedním z Vašich posledních projektů byla i Princezna ze mlejna....**

To jsem si vůbec nevzpomněl, přitom to byl další film jiné produkce, který jsme distribuovali. Opět to bylo na základě privátních kontaktů. Paní Majerová, která dělala výkonnou ředitelku produkční společnosti, která zajišťovala financování, působila v potravinářském průmyslu a my jsme jí zajišťovali nějaké obaly. Měli jsme i vlastní tiskárnu, která se tímhle zabývala.

### **Z čeho byl tedy největší zisk?**

Největším přínosem pro nás byla produkce, ale distribuce tvořila rovněž podstatnou část obrátu. Tiskárna byla zcela zanedbatelným právním subjektem se samostatným IČO. Sloužila k výrobě plakátů a fotosek, čímž jsme nemuseli platit zisk nějaký jiný firmě, protože jsme si to vyráběli sami.

### **Proč jste ukončili činnost?**

K otázce ukončení naší činnosti Vám nyní nic nesdělím. Ne proto, že bych nechtěl, ale je na dlouhé povídání, až se sejdeme vše vysvětlím.

### **Můžete tedy na závěr našeho setkání shrnout důvody vašeho zániku? Heureka nebyla jediná společnost, která v rozmezí let 96-98 ukončila činnost**

Těch důvodů bylo samozřejmě víc. Jedním z důvodů byly omezené zdroje. Heureka film už neměla tolik peněz jako na začátku v 93-94, takže proto jsme třeba samostatně vyráběli ten Hotýlek v srdci Evropy. Navíc jsme nesehnali ty peníze potřebné pro vstup do Falconu. Ale hlavně tam potom byly už i osobní důvody. Ono když máte šest majitelů, tak to většinou nedělá dobrotu. Dalším podstatným důvodem bylo, že ti fotbaloví rozhodčí to neměli jako hlavní zdroj obživy. Úplatkářská aféra rozhodčích byla sice později, ale předpokládám, že tam to muselo fungovat stejně. Když přicházíte do práce s tím, že nevíte, který průšvih máte řešit dřív, člověka to naštvě. Hlavním důvodem ale bylo, že nás bylo moc majitelů a ne všichni od toho čekali stejně.

---

<sup>267</sup> Marcela Vondrová telefonicky potvrdila zájem Falconu o spolupráci s tím, že Falcon poté, co zjistil situaci, přeplatil některé producenty produkčním vkladem ve výši až tří milionů do jejich filmu.

**Zabýval se ještě někdo kromě pana Vály později distribucí?**

Snad ani ne. Heureka Film neměl peníze, takže nám chtěl zpátky odprodat náš podíl, Jarda Smola si pořídil hotel kdesi v Karibiku , on už předtím měl nějaký ty tenisový kurty a ostatní byli v tom fotbalu.

**Narážím teď na společnost Kinofa, v níž jsem skrze osobu pana Vály vydedukoval vaši účast.**

No, Kinofa stále funguje. To jsme se dali dohromady asi před čtyřma, pěti lety. Začali se o tom bavit Luboš Vála s Petrem Kolihou, bývalým režisérem dnes ředitelem filmového festivalu ve Zlíně. Celý projekt startoval právě tam v době, kdy ještě Jandák nebyl ministr kultury a měl být celého projektu účasten. S ním by byla ta situace zřejmě daleko jednodušší než bez něj. Měla to být spíše nostalgická připomínka dob, kdy jsme se tímhle živili, ale ukazuje se, že ta doba už je prostě jinde.

**Uvedli jste jako Kinofa O dve slabiky pozadu. Je teoretická šance, že ještě něco uvedete?**

Pak tam byl ještě jeden film. Německý film Modrooká Poly. Takže jsme uvedli tyto dva filmy, ale už to nebylo to, co to bývalo. Jiná doba. Šli jsme do toho se záměrem, že začneme od nuly, nedáme do toho moc peněz a hlavně nechceme produkovat žádnou ztrátu. Na začátek jsme chtěli něco jistého. Petr Koliha sehnal slovenského producenta, který hledal někoho, kdo tady uvede O dve slabiky pozadu a bude to schopen slušně distribuovat na úrovni, od které nečeká žádnou slávu. Cílem bylo to v Česku vůbec uvést, takže to bylo jen pár kopií, nebylo to nic masového.

## Intersonic

### Distribuční list

**INTERSONIC**

INTERSONIC TAUNUS PRODUCTIONS spol. s r.o.

**PRAHA:** Palackého ul. 15, Praha 1, tel. 02/ 24 94 86 51, 24 94 76 01

**BRNO:** tel. 05/ 42 21 99 93-4 **OSTRAVA:** 069/ 61 25 671

**PLZEŇ:** 019/ 73 25 709 **HRADEC KRÁLOVÉ:** 049/ 55 21 773

# *Amélie z Montmartru*

VÍTĚZNÝ FILM 36. MEZINÁRODNÍHO FILMOVÉHO FESTIVALU KARLOVY VARY



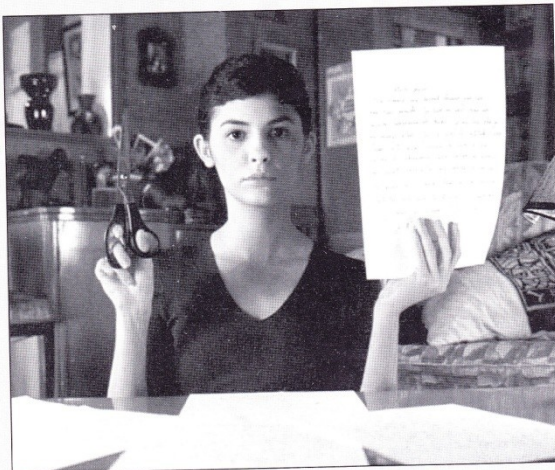
*Příběh o zasněné servírce Amélii, která se od pultu v kavárně Deux Moulins snaží vylepšovat osudy lidí kolem sebe humorem, kouzlem, imaginací a vodopádem nápadů.*

Originální název.....Le Fabuleux destin d'Amélie Poulain  
Režie ..... Jean - Pierre Jeunet  
Rok výroby .....2000  
Teritorium ..... Francie / Německo  
Produkce..... Victoires Productions  
Distribuce..... UGC International  
Scénář..... Jean Pierre Jeunet, Guillaume Laurant  
Kamera ..... Bruno Delbonnel  
Hudba..... Yann Tiersen  
Střih..... Hervé Schneid A.C.E  
Výtvarník..... Mathieu Junot  
Hrají.....Audrey Tautou, Mathieu Kassovitz, Rufus,  
Yolande Moreau, Arthus de Penguern, Urbain Cancellier, Dominique Pinon

**Monopol:** INTERSONIC T. P. spol. s r. o.  
**Termín ukončení monopolu:** 2002 s  
možností prodloužení  
**Verze:** české titulky  
**Žánr:** romantická komedie  
**Číslo filmu:** 4200208

**Délka:** 120 min.  
**Zvuk:** Dolby SRD, DTS  
**Formát:** ŠUP  
Film je přístupný bez omezení  
Minimální vstupné dohodou s progra-  
movacím centrem

**Půjčovné:** 50% bez DPH  
**Propagace:** plakáty B1, fotosky,  
foršpan 35 mm, masmédia  
Převážná náklady hraje  
provozovatel kina



*Film,  
který se dívá  
na svět  
pozitivně.*

#### STRUČNÝ OBSAH:

Amélie (Audrey Tautou) žije v pařížské čtvrti Montmartre, která je světem sama pro sebe. Je číšnicí v místním bistru, nakupuje u místního zelináře, zdraví sousedy jako na malém městě. V jejím životě se nikdy neudálo nic zvláštního, až na matčinu kuriózní smrt, nad níž Améliin tatínek stále truchlí. Asi by zůstala smířená se svým osamělým údělem, kdyby jednoho dne neobjevila ve svém bytě ukrytý poklad v podobě staré krabice s památkami z dětství bývalého nájemníka. Nejenže se rozhodne po létech doručit krabici jejímu majiteli, ale dospěje současně k poznání, že může pomáhat zlepšit a napravit okolní svět. V moři dobrých skutků se osud usměje i na ni - když jednoho dne potká člověka sbírajícího u nádražních fotoautomatů zahozené podobenky cizích lidí, zamiluje se. Trvá to však nějaký čas, než se s neznámým sympatickým mužem seznámí a než mu dovolí rozšifrovat její tajemné zprávy...

#### HRAJÍ:

**Mathieu Kassovitz:** Filmy: Pátý element, Assassin(s); Le Plaisir et ses Petits Tracas; Jakob The Liar; Birthday Girl a další.

#### REŽIE:

**Jean Pierre Jeunet**  
Začínal jako autor krátkých animovaných filmů, z nichž Le Menege (Kolotoč, 1979) byl oceněn Césarem. Řadu cen si odnesly z různých festivalů také jeho krátké filmy Le bunker de la dernière rafale (Bunkr poslední přestřelky, 1980), Pas de Repos pour Billy Brakko (Žádný odpočinek pro Billyho Brakka, 1984), Foutaises (Bibiny, 1990). Cenami byl doslova zasypán jeho první celovečerní film Delikatessen (Delikatesy, 1991), natočený ve spolupráci s Markem Carem. Až překypující obrazotvornost, smysl pro humor a dokonale propracovaná estetika fantastika jsou příznačné i pro další společný film režisérské dvojice La cité des enfants perdus (Město ztracených dětí, 1995), odměněné Zvláštní cenou poroty v Cannes. Svůj talent pro bizarní způsob vidění uplatnil také v Hollywoodu, kde režíroval poslední díl sci-fi série Vetřelec: Vzkříšení (1997).

<http://www.amelie-lefilm.com>

## INTERSONIC: PREMIÉRY 2003 - II léto-podzim

- 3.7.2003 **CO VTIP, TO MRTVOLA** /RIRE ET CHATIMENT/ - komedie - Fr.,tit. - produkce: Luc Besson - 94' - příst.  
Hrají: Jose Garcia, Isabelle Doval, Laurent Lucas  
Režie: Isabelle Doval  
Komedie o velmi úspěšném a vtipném muži, který vždy, když řekne vtip, tak někdo zemře.  
Víc o filmu: [www.europacorp.com](http://www.europacorp.com).
- 14.8.2003 **BLBCI V AKCI** /Gran aventura de Mortadelo y Filemon/ - bláznivá komedie - Šp.,český dab. -  
Hrají: Benito Pocino, Pepe Viquela  
Režie: Javier Fesser  
Příběh šíleného vládce Tyranie, který ukradne novou tajnou zbraň k válce s Angličany. Ti požádají o pomoc své tajné agenty Mortadelliho a Filomena, aby dostali zbraň zpět. Totální úlet, který trhá ve Španělsku rekordy v návštěvnosti.
- 11.9.2003 **NOVO** /NOVO/ - drama - Švýc./Fr./Špan.,tit. - 98' - příst.15  
Hrají: Eduardo Noricoa, Anna Mouglalis, Nathalie Richard  
Režie: J.-P. Limosin  
Příběh muže, který ztratil paměť a každé ráno začíná nový život.
- 25.9.2003 **KLUCI, JDEME TOČIT PORNO** /AFTER SCHOOL SPECIAL/ - komedie - USA,tit. -  
Hrají: Erik von Detten, Tony Denman, Amy Smart  
Režie: David M. Evans  
Teenegerská komedie od tvůrců filmu Prci, prci, prcičky o studentech, kterým nechtějí půjčovat pomoka zety, protože nemají 21 let.Tak se rozhodnou, že si pornofilm natočí sami se svými spolužačkami.
- 30.10.2003 **KRÁLOVSTVÍ KOČEK** /CAT RETURNS/ - anim.pohádka - Jap.,český dabing - 75 min.  
Režie: Hiroyuki Morita
- 20.11.2003 **SNOWBOARDISTA** /SNOWBOARDISTER/ - akční - Fr.,tit.  
Hrají: Gregoire Colin, Camille de Sablet  
Režie: Olias Barco  
Útěk party mladíků s ukradenými penězi v atraktivním prostředí francouzských Alp.

**CINEMART**

Podoba distribuční nabídky-programu pro artkina

# CinemArt a.s.

## FILMY

PRO SEZÓNU

### 2003-2004

Moderní černá komedie JEDNA RUKA NETLESKÁ je film, který Vás strhne. Na pozadí originálního, chvílemi kriminálního příběhu se odvíjí množství humorných situací, absurdních dialogů, zapamatovatelných hlášek a vše vyvrcholí překvapivým závěrem. JEDNA RUKA NETLESKÁ je třetím celovečerním filmem režiséra Davida Ondříčka. Především svým druhým filmem SAMOTÁŘI si posadil latku opravdu vysoko. „Je to riskantní projekt, někdo na náš humor nemusí přistoupit a film je pro něj ztracen. Já ale tajně doufám v pravý opak.“ říká scenárista, režisér a producent Ondříček v jedné osobě. Ve filmu herecky exceluje spoluscenárista a herec Jiří Macháček a držitel dvou Českých lvů Ivan Trojan. V nezvyklé roli uvidíme Jana Třísku a šanci na herecký objev roku má Marek Taclík z Činoherního klubu. Hudbu již tradičně u Ondříčkových snímků obstarává Jan P. Muchow.

To je ještě větší troť než Standa. Jejich směla se násobí a to nemůže dopadnout dobře.

Zdeněk má manželku Sandru a dvě děti. Manželka je přísná, spolehlivá a ekologická. Děti jsou hodné, učí se a hrají si. Zdeněk má restauraci a svoji pravou ruku Jana. Všechno se daří. Než potká Standu a Ondřeje.

**Přístupnost:** od 15 let  
**Verze:** český  
**Stopáž:** 102 minut  
**Formát:** 35 mm, 1: 1.85, barevný, Dolby Digital  
**Žánr:** černá komedie  
**Propagace:** plakát A1, A3, fotky (6x), TV, rozhlas  
**Internet:** [www.jednarukanetleska.cz](http://www.jednarukanetleska.cz), [www.cinemart.cz](http://www.cinemart.cz)



Standa je smolař. Osud ho smýká životem a on si to nechá líbit. Zrovna ho pustili z vězení a on věří, že se karta obrátí. Jeho bývalý šéf Zdeněk mu totiž něco dluží a Standa si konečně může splnit to, po čem snil. Jenže potká Ondřeje.

JEDNA

RUKA

NETLESKÁ

Chcete ochutnat něco nového?

PREMIÉRA

18.09.2003



## Program kina ART

### **Albín jménem Nói (11.09.2003)**

*Nói Albínói, Island-Německo-Velká Británie-Dánsko 2003*  
režie: Dagur Kári

Po filmech F.T. Fridrikssona uvádíme celovečerní debut dalšího islandského tvůrce Dagura Káriho. Film ze zasněženého Islandu vypráví příběh zjevem i chováním poněkud zvláštního mladíka Nóa, jehož svérázný přístup k životu narušuje zavedené koleje místní komunity. Nói se všemožnými způsoby snaží uniknout ze zaběhnutého koloběhu života. Když potká krásnou Iris rozhodnou se společně k útěku z nudného zapadákov. Osud ale změní všechny jejich plány. Snímek získal řadu ocenění na festivalech v Angers a Rotterdamu.

**Přístupnost:** Od 15 let  
**Verze:** Islandská s českými titulky  
**Délka:** 93 minut (+ 4 min.)  
**Formát:** 35 mm, barevný, Dolby Digital  
2 kopie  
**Monopol do:** 1.5.2008  
**Propagace:** B4 (4x), tisk, rozhlas, TV

K filmu lze na základě individuální domluvy objednat na DVD krátký animovaný film

### **ŽÁBY**

Stravovací návyky několika obojživelníků a jejich nelibostný boj o kus žvance.

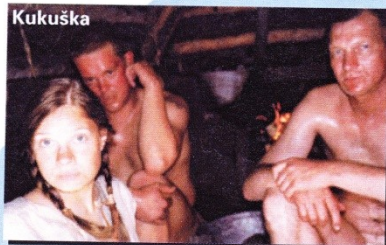
**scénář, výtvarník, režie:** Jan Tománek  
**výroba:** AAA Studio, Akademie výtvarných umění  
**Délka:** 4 minuty  
**Rok výroby:** 2002

### **Kukuška (9.10.2003)**

*Kukuška, Rusko 2002*  
režie: Alexandr Rogožkin

Po „Svrázných lovech“ uvádíme do kin nový Rogožkinův film KUKUŠKA. Snímek je postavený na absurdní situaci, kdy se setkávají dva vojáci znepřátelených vojsk odsouzení k smrti svou vlastní armádou - finský ostřelovač Veiko a ruský kapitán Ivan - a náhodně nalézají útočiště u mladé Laponky Anni, pro kterou je po dlouhém osamění příchod obou mužů více než radostnou událostí. V pustině severní tajgy se tak setkávají tři lidé různých národností a každý z nich rozumí pouze svému rodnému jazyku: finštině, ruštině a laponštině.

**Přístupnost:** Od 15 let  
**Verze:** Finsko-rusko-laponská s českými titulky  
**Délka:** 100 minut  
**Formát:** 35 mm, 1:1.85, barevný, Dolby Digital  
2 kopie  
**Monopol do:** 31.12.2007  
**Propagace:** B4 (4x), tisk, rozhlas, TV



Kukuška

### **Šťastné dny (6.11.2003)**

*Szép Napok, Maďarsko 2003*  
režie: Kornél Mundruczó

Petr je právě propuštěn z vězení. Když přijíždí za svou sestrou Marii zamiluje se do „obecní poběhlice“ Maji, která Petrově sestře prodala svého právě narozeného syna. Rozpor mezi Petrovou živočišnou láskou k Maje a snad více než bratrským vztahem k sestře však nevěští nic dobrého. Kornél Mundruczó vytvořil příběh dospívajících lidí plný bezradnosti, krutosti a beznaděje. Svůj celovečerní debut natočil syrově realistickým stylem, který silou své výpovědi a autenticky zachycených obrazů působí jako terapie šokem. Pod ironickým názvem ŠTĚSTNÉ DNY získal tento snímek pozornost i ocenění na řadě festivalů.

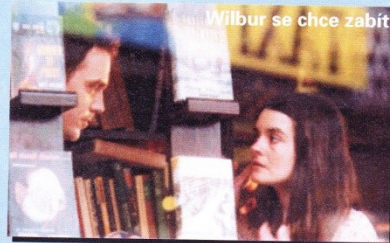
**Přístupnost:** Od 15 let  
**Verze:** Maďarská s českými titulky  
**Délka:** 85 minut  
2 kopie  
**Monopol do:** 1.5.2008  
**Propagace:** B4 (4x), tisk, rozhlas, TV

### **Náhradní díly (4.12.2003)**

*Rezervni deli, Slovinsko 2003*  
režie: Damjan Kozole

Film NÁHRADNÍ DÍLY je příběhem dvou životních ztroskotanců, Ludvíka a Rudiho. V jejich bezútěšném rodném městě na jihu Slovinska byl zaveden nový výnosný byznys pašeráctví lidí. Ludvík, bývalý národní šampion v motocyklových závodech na ploché dráze, je postarší zahojlý vdovec, který ve své dodávce každou noc převáží utečence na chorvatsko-italskou hranici. Rudi, Ludvíkův nový nezkušený pomocník, je postupně zasvěcován do každodenní rutiny tohoto výnosného kšeftu... a možná si až příliš rychle začíná na vše přivykat. A tak je o jeho budoucnosti rozhodnuto: čeká ho Ludvíkovo místo... a nejspíš i jeho osud. Snímek Damjana Kozoleho byl vybrán do soutěže letošního Berlinale.

**Přístupnost:** Od 15 let  
**Verze:** Slovinská s českými titulky  
**Délka:** 87 minut  
**Formát:** 35 mm, 1:1.85, barevný, Dolby Digital SR-D  
2 kopie  
**Monopol do:** 30.4.2008  
**Propagace:** B4 (4x), tisk, rozhlas, TV



Wilbur se chce zabít

## Program kina ART

### **Wilbur se chce zabít (8.1.2004)**

*Wilbur Wants to Kill Himself, Dánsko - Velká Británie - Švédsko - Francie 2002*  
režie: Lone Scherfigová

Po úspěšné ITALŠTINĚ PRO ZAČÁTEČNÍKY uvádíme další snímek dánské režisérky Lone Scherfigové WILBUR SE CHCE ZABÍT. Wilbur se zpočátku jeví jako normální pohledný mladý muž... ale to je jenom zdání. Ve skutečnosti chce skoncovat se životem. Zkouší spáchat sebevraždu, ale shodou nejrůznějších náhod mu jeho pokusy stále nevycházejí. Naštěstí má staršího bratra Harboura, který se o něj vždy postará. Život obou bratrů ale změní příchod svobodné matky Alice.

*Přístupnost: Od 15 let*  
*Verze: Anglicky s českými titulky*  
*Délka: 100 minut*  
*Formát: 35 mm, širokoúhlý, barevný, Dolby SRD*  
*2 kopie*  
*Monopol do: 30.9.2010*  
*Propagace: B4 (4x), tisk, rozhlas, TV*

### **Rekonstrukce (12.2.2004)**

*Reconstruction, Dánsko 2003*  
režie: Christoffer Boe

Jak je řečeno v úvodu filmu „Celé je to film, celé je to konstrukce ale přesto to bolí“. Christoffer Boe, jeden z představitelů post-Trierovské generace hnutí Dogma, ve svém celovečerním debutu REKONSTRUKCE zcela převrací tradiční schéma love story. Používá komplikovaný způsob vyprávění, od první chvíle záměrně přiznává vykonstruovanost celého příběhu plného surreálných situací, z odstupu sleduje život svých postav: fotografa Alexe a krásné Aimee, kteří se náhodou potkávají v nočním labyrintu Kodaně. Snímek získal na letošním festivalu v Cannes Zlatou kameru za nejlepší celovečerní debut a cenu Mladé poroty za nejlepší hraný film.

*Přístupnost: Od 15 let*  
*Verze: Dánsky/švédsky /české titulky*  
*Délka: 92 minut*  
*Formát: 35 mm, širokoúhlý, Dolby SRD*  
*2 kopie*  
*Monopol do: 31.7.2008*  
*Propagace: B4 (4x), tisk, rozhlas, TV*



Rekonstrukce

### **Má kamera a já (11.3.2004)**

*Ma Camera et Moi, Francie 2003*  
režie: Christophe Loizillon

Zdánlivě jednoduchý, avšak nápaditý a emotivně působivý snímek pojednává o posedlosti filmovat - nikoli prožívat. Hrdinou příběhu je šestatřicetiletý Max (Zinedine Soualem), který už od svých šesti let zaznamenává na kameru každodenní události svého života. Stává se vypravěčem vlastní odyssey, jejíž součástí jsou stále propracovanější amatérské filmy a láska ke smyslné slepé dívce (Julie Gayetová). Maxův citový růst je totiž ovlivněn ve stejné míře dvěma věcmi: hledáčkem kamery a přirozením. Nutkání natáčet a odpor k navazování kontaktů jsou ve filmu zkoumány s výraznou humornou nadsázkou a příjemnou melancholií.

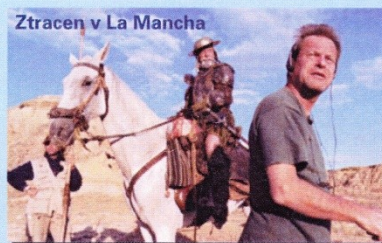
*Přístupnost: Od 15 let*  
*Verze: Francouzsky, české titulky*  
*Délka: 85 minut*  
*Formát: 35 mm, barevný*  
*2 kopie*  
*Propagace: B4 (4x), tisk, rozhlas, TV*

### **Ztracen v La Mancha (15.4.2004)**

*Lost In La Mancha, USA, Velká Británie 2002*  
režie: Keith Fulton, Louis Pepe

Strhující dokument o britském režisérovi Terry Gilliamovi a jednom nepodařeném projektu. ZTRACEN V LA MANCHA zaznamenává pád Gilliamova celoživotního snu: dlouho připravovaný film MUŽ, KTERÝ ZABIL DONA QUIJOTA vzal za své po pouhých šesti dnech natáčení. Představte si veškeré možné katastrofy, které se režisérovi můžou při jeho práci stát... a všechny, do jedné, a ještě pár navíc, najdete právě tady. Komický a zároveň smutný pohled na to, jak těžká může být práce u filmu.

*Přístupnost: Od 15 let*  
*Verze: Anglická s českými titulky*  
*Délka: 93 minut*  
*Formát: 35 mm, barevný Dolby digital*  
*2 kopie*  
*Monopol do: 1.9.2008*  
*Propagace: B4 (4x), tisk, rozhlas, TV*







## jedno EXTRA uvedení

### Škyt (23.10.2003)

Hukle, Maďarsko, 2002  
režie: György Pálfi

Tento nezávislý maďarský snímek kombinuje prvky komedie, přírodovědeckého dokumentu a detektivky. Namísto slov využívá „symfonii zvuků“, která je založena na rytmu úvodních škytů strýce Cseklika, jehož postava rámuje celý příběh. Film ŠKYT je sérií obrazů každodenního života maďarské vesnice, který v sobě skrývá jakési temné tajemství. Postupně začínají mizet nepotřební členové místní komunity: nezaměstnaní, neschopní práce nebo nemocní a vždy jsou to muži.

Přístupnost: Od 12 let  
Verze: Maďarská s českými titulky  
Délka: 75 minut  
Formát: 35 mm, 1:1.85, barevný  
1 kopie  
Propagace: B4 (4x), tisk, rozhlas, TV



## a dvě lahůdky navíc

### Mistři (1.4.2004)

ČR, 2004  
režie: Marek Najbrt

V českém pohraničí v téměř vylištěné vesnici přežívají poslední osadníci. Hostinský Karel stále udržuje v provizorním chodu hostinec, v němž se u televize setkává mužská populace při sledování mistrovství světa v ledním hokeji.

MISTŘI jsou groteskním obrazem novodobých národních mýtů, jsou o lidech, kteří po něčem touží, milují se a podvádějí, a občas uvěří nesmyslům, jako my všichni. Ale pořád platí, že fandit si musíme sami. Nikdo jiný to za nás neudělá!

Verze: Česká  
Formát: 35 mm, barevný  
Film je v produkční fázi



### Jízda (13.5.2004)

ČR, 1994  
režie: Jan Svěrák

K desetiletému výročí uvádíme v obnovené premiéře kultovní českou road-movie Jana Svěráka postavenou na jednoduché zápletce automobilového výletu dvou kamarádů po jihočeských vesnicích a setkání se stopařkou, pronásledovanou žárlivým milencem. Letní atmosféru podporuje kamera F. A. Brabce a hudba skupiny Buty se zpěvákem Radkem Pastrňákem.

Verze: Česká  
Délka: 91 minut  
Formát: 35 mm, barevný, Mono  
4 kopie



## Chronologický seznam

- 11.9.03 Albin jménem Nói
- 18.9.03 Jedna ruka netleská
- 9.10.03 Kukuška
- 23.10.03 Škyt
- 6.11.03 Šťastné dny
- 4.12.03 Náhradní díly
- 8.1.04 Wilbur se chce zabít
- 12.2.04 Rekonstrukce
- 11.3.04 Má kamera a já
- 1.4.04 Mistři
- 15.4.04 Ztracen v La Mancha
- 13.5.04 Jízda

## Kontakty

### PRODUKCE

### Cinemart

Národní 28  
111 21 Praha 1  
telefon: 221 105 235  
224 949 110  
fax: 225 105 220  
e-mail: info@cinemart.cz  
www.cinemart.cz

### PROGRAMOVÁNÍ

### Profilms

Zuzana Černá  
Tovačovského 15  
796 01 Prostějov  
telefon: 582 365 576  
GSM: 602836993  
e-mail: profilms@mbox.vol.cz

**Ukázka projektu distribuce filmu Kolja připravovaného ve spolupráci společností CinemArt a Space Films**  
**Přejato v nezměněné grafické úpravě textového editoru T602**

Vstup filmu "KOLJA" do kin

(návrh)

1. Určit přesné a závazné datum premiéry.
2. Určit přesný počet kopií
3. Podle počtu kopií vytypovat kina, kterým bude nabídnuta premiéra filmu.

Premiéra proběhne ve dvou kolech.

**I. kolo: X kin, která uvedou film minimálně 14 dnů**

**II.kolo: Y kin, která uvedou film ve 3.týdnu premiéry minimálně 1 týden.**

*(Y se rovná X minus kina I.kola, která budou hrát film déle než 2 týdny)*

4. Oslovit vybraná kina (podle míry osobních vztahů s vedoucími kin telefonicky, dopisem, přímým kontaktem), určit termín uvedení filmu a předložit jim návrh dohody o spolupráci na premiéře Kolji.

5. Od okamžiku uzavření dohody s vedoucími kin trvale spolupracovat:

a) pozvat je na natáčení filmu

*(přítomnost při natáčení, ukázka denních prací, setkání s autory a herci, podrobná informace o celém záměru a zjištění potřebných informací - jako např. počet představení, maximální výše vstupného, místní tisk, rozhlas, TV či kabel, možnosti zvláštní propagace, sponzorování místními podnikateli a pod.)*

b) posílat pravidelně materiály k propagaci filmu v kině

*(fotografie z natáčení, kopie nejzajímavějších článků, dobré by bylo poslat ke zveřejnění i pohlednici z dotočné s podpisy tvůrců a herců a pod.)*

c) vhodné materiály zasílat pravidelně také redakcím místních novin a pod., tam kde bude možné využít lokální vysílání TV zaslat i spot na potřebném mediu.

d) reklamní kampaň v místech koordinovat s celostátními termíny.

*(např. při uvedení pořadu v televizi, článků v časopisech a novinách v určitém termínu současně zásobit místa další reklamou - např.: "tíizr"\* do kin, letáčky s vtipným upozorněním, že premiéra se blíží a pod.)*  
*\*tíizr - kratičká 20ti sekundová pozvánka do kina)*

6. Podaří-li se kampaň dobře připravit a lidi v místech řádně nabudit, bylo by určitě vhodné zahájit předprodej již několik týdnů předem

*(tady se zrovna nabízí možná spolupráce s místními sponzory: vstupenka z předprodeje by se stala losem).*

7. Premiérových večerů v kinech I. kola (podle možností i kola II.) by se měla zúčastnit delegace.

*Na prvý pohled neřešitelné, ale při dobré organizaci lze zajistit.*

*Např. v Praze proběhne premiéra za účasti všech ve středu, ve čtvrtek se mohou rozejít jednotlivci po vlasti, navíc lze stihnout*

*u nepříliš vzdálených měst premiéry dvě (od 17.30 a od 20 hod.), jsou stále ještě kina, která začínají v pátek. Nakonec jde i uskutečnit slavnostní představení již v průběhu promítání filmu.*

*Nejvíce bude záležet na ochotě a možnostech herců a tvůrců, s tím pak souvisí i možnost uskutečnit takové cesty i do kin II.kola.*

### **POZNÁMKA**

**Tento návrh je jen stručným popisem záměru. V případě, že bude přijat, zpracuji jednotlivé body do podrobností s termíny a pod. Samozřejmě, že je nutné zvážit i ekonomickou stránku kampaně, ale podle letmého posouzení by se nemělo jednat o horentní částku. Výsledek by ji měl mnohonásobně vrátit. Např.: podaří-li se během prvních 3 týdnů uspořádat zhruba 1.000 představení a bude-li jejich průměrná návštěva 200 diváků, přijde na film 200.000 lidí. Navíc kampaň bude doznívat ještě v dalších týdnech.**

26.9.1995

Jan Jira

## **Reklamní kampaň ku "Koljovi"**

### **MÍSTNÍ TISK**

1. Zpráva o pražské schůzce
  - foto každého vedoucího kina s tvůrci
  - text pod foto (první informace)
2. Anketa herců a tvůrců na téma "Jak se nám točil KOLJA"
  - foto odpovídajících
  - text (v úvodu upozornit na datum premiéry v místě)
3. Krátká reporáž o dokončovacích pracích
  - foto ze střížny a pod.
  - text pod fotku (opět připomenout datum premiéry)
4. Text upozorňující, že již za 10 týdnů nás česká premiéra KOLJI
  - text (individuální - i podle termínů)
  - foto z filmu (např. "bublina" s 10 týdny)
5. Anketa distributorů
  - co od filmu očekává distributor a co kinař
  - možno doplnit fotkou (p. Ježek a kinaře si udělat do fototy 14.11.)
6. "Jak se těším do...."

Jakýsi vzkaz tvůrců či herců obyvatelům místa. Ideální by bylo, kdyby to byl někdo z těch, kteří do města přijedou. Otázka by měla být vedena na téma zpovídání a konkrétní město.

  - texty
  - foto (u herců může být z filmu)
7. Zahájení předprodeje

Opatřete si lístky včas, lístek může být losem.

  - individuální texty po dohodě s vedoucím

*kina v místě*

8. Za 14 dnů

Upozornit na blížící se premiéru, zprávu o stavu předprodeje a pod.

- *individuální texty*

9. Již za týden

Upozornit na předprodej, na představení s delegací a pod.

- *individuální texty*

10. DNES (ZÍTRA - apod., podle toho, kdy co kde vychází)

Výrazné upozornění na start KOLJI, upřesnit předprodej, losování, delegaci a pod.

- *individuální texty*

- *aranžované foto*

### **Poznámky:**

- *celý tento plán je třeba a) upřesnit případně upravit*

*b) projednat prostřednictvím vedoucího*

*(nebo přímo) s místní redakcí*

- *produkčně zajistit texty, foto a jejich včasné rozesílání redakcím*

- *požádat redakce o zaslání výtisků s KOLJOU*

- *zvážit možnost zhotovení loga filmu a označovat jim všechny články*

- *přípravit se na možný požadavek redakcí na finanční účast*

## **FOTOGRAFIE PRO REKLAMU V MÍSTECH**

*a) pro "KOLJOVY VITRÍNY"*

1. 35 x 4 záběry z natáčení, formát cca 15x20 cm

2. "Sborový záběr" pro PF

- *do vitríny zvětšenina rubu i líce vánočního a novoročního pozdravu*

- *35 pohlednic na posláni kinům*

- *event. 1 ks podklad pro tisk letáku*

3. Kopie (barevné) článků o KOLJOVI z tisku

*(např. KINOREVUE...)*

*Podle možností lze doplňovat tímto druhem informace i další sady materiálů.*

4. 35 x 4 záběry z dokončovacích prací

*(střížna, nahrávání hudby, postsynchrony a pod.)*

5. Fota distributorů, kinařů a pod. + názory na film

6. Fota herců + jejich vyjádření k filmu, místu a pod.

7. Fota z filmu, aranžované foto jako ilustrace k zahájení předprodeje.

*b) pro místní tisk*

1. Fota Svěráků s vedoucím jednotlivých kin (14.11.)

2. Fota herců a tvůrců pro anketu a následný vzkaz

3. Foto z dokončovacích prací

4. Fota distributorů a jednotlivých vedoucích kin pro anketu

5. Aranžovaná fota (*ZS s Koljou na ramenou, ZS hrající na cello*)

## **KOLJOVY VITRÍNY**

1. Fota z natáčení + text ( 30.11.-20.12.)

2. Vánoční pozdrav a PF ( 21.12.-10.1.)

3. Kopie článků o natáčení filmu ( 11.1.- 7.2.)
  4. Fota z dokončovacích prací (8.2. - 6.3.)
  5. Fota distributorů+názory (7.3.-27.3.)
  6. Fota herců, tvůrců + názory (28.3.-24.4.)
  7. Předprodej zahájen...
- Soutěž.....
- Přijedou.... (od 28.4. do premiéry)

## **8. LITERATURA A PRAMENY**

### **Literatura**

- ALLEN, Robert Clyde-Gomery Douglas: Film History: Theory and Practise. New-York: McGraw-Hill Inc, 1993
- BARTOŠEK, Luboš: Náš film. Praha: Mladá fronta, 1985
- BENDOVIÁ, Helena-DVOŘÁKOVÁ, Tereza: Anketa – distributoři o distribuci. Cinepur 11, 2002, č. 21
- BARTH, Ariane: Hier ist was von Wildwest. Der Spiegel, č. 24, rok 1993. Online: [<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-13682972.html>]. Citováno 26. 10. 2010
- BOROVAN, Aleš: Kameňák, do třetice všeho ziskového. Hospodářské noviny, 12. 1. 2005.
- BŘEZINA, Václav: Lexikon českého filmu. Praha: Cinema, 1997
- ČERMÁK, Leo: Od monopolu k oligopolu: česká filmová distribuce v letech 1989 – 1993. Magisterská diplomová práce, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury, Masarykova univerzita Brno, Brno: Masarykova univerzita Brno, 2008
- CONES, John W. Film Finance and Distribution: A Dictionary of Terms. Los Angeles: Silman-James Press, 1992
- DVOŘÁKOVÁ, Tereza: Alternativní kinodistribuce umělecky hodnotných filmů v ČR. Diplomová práce, Filmová a televizní fakulta múzických umění Praha, Praha: Akademie múzických umění, 2003
- DANIELIS, Aleš: Česká filmová distribuce po roce 1989. Iluminace, 19, č. 65, s. 53-104.
- HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava a kol.: Statistika pro ekonomy. 7.vyd, Praha: Professional Publishing, 2006
- HOFMANOVÁ, Libuše: Film má mluvit obrazem. Kinorevue č. 8, 1993
- KALAŠ, Jiří: Jak jsme točili film. Planá u Mariánských Lázní, 2003
- LÍKAŘOVÁ, Zdenka: Cineart bude šířit filmové umění. Hospodářské noviny, 26. 4. 1995  
Online: [[http://vyhledavani.ihned.cz/109-840340-on-Cineart-M00000\\_d-b1](http://vyhledavani.ihned.cz/109-840340-on-Cineart-M00000_d-b1)].
- LÍKAŘOVÁ, Zdenka: I film je obchod. Hospodářské noviny, 28. 4. 1995  
Online: [[http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article\[id\]=861215](http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article[id]=861215)]
- LÍKAŘOVÁ, Zdenka: Lucernafilm se mění v Bontonfilm. Hospodářské noviny, 29. 6. 1995  
Online: [[http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article\[id\]=845348](http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article[id]=845348)]

- LIKAŘOVÁ, Zdenka: První multikino diváky přitahuje. Hospodářské noviny 26. 4. 1996.  
Online: [http://vyhledavani.ihned.cz/109-899167-on-Prvn%ED+multikino+div%Elky+p%F8itahuje-M00000\_d-70]
- LIKAŘOVÁ, Zdenka: Únava z televize vrací lidi do kina. Hospodářské noviny, 30. 10. 1998  
Online:[ http://vyhledavani.ihned.cz/109-972385-on-%DAnava+z+televize+vrac%ED+lidi+do+kina-M00000\_d-9c]
- LIKAŘOVÁ, Zdenka: Multikina zvyšují návštěvnost. Hospodářské noviny, 4. 12. 1998  
Online:[ http://vyhledavani.ihned.cz/109-972614-on-Multikina+zvy%9Auj%ED+n%Elv%9At%ECvnost-M00000\_d-cd]
- LIKAŘOVÁ, Zdenka: Galafilm vstoupil mezi distributory. Hospodářské noviny, 9. 7. 1999  
Online:[ http://vyhledavani.ihned.cz/109-827453-on-Galafilm-M00000\_d-0c]
- LIKAŘOVÁ, Zdenka: Jde mi o stabilní firmu. Hospodářské noviny, 13. 9. 2000  
Online:[ http://vyhledavani.ihned.cz/109-762482-on-Ji%F8%ED+Je%9Eek-M00000\_d-84]
- LIKAŘOVÁ, Zdena- Matějka, Ivan: Ředitel společnosti Bontonfilm Aleš Danielis:: "Filmová distribuce je riskantní podnikání. Hospodářské noviny 15. 9. 1995  
Online:[ [http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article\[id\]=861982](http://ihned.cz/?s1=0&m=frommail&article[id]=861982)]
- LEVINE, Robert M.; SEBE BOM MEIHY, José Carlos. Oral History. In International encyclopedia of the social behavioral sciences. Elsevier Science Ltd., 2001
- MÁRA, Miloslav: Základy pro promítače 35 a 16mm filmu-Filmová kopie. Praha: Lucernafilm (nedatováno, vyšlo po roce 1991)
- MÍŠKOVÁ, Věra: Je vinno jen video? (rozhovor s ředitelem Ústřední půjčovny filmů Tuganem Veselým). Rudé právo, 23. 9. 1988, s. 7
- PERKS, Robert; THOMSON, Alistair. The Oral History Reader. London and New York : Routledge, 2006
- SPÁČILOVÁ, Mirka: Nizozemský film představuje své Oscary. MF Dnes, 7.1.1999
- SPÁČILOVÁ, Mirka: Premiéře komedie Acid House bude předcházet akce v pražském klubu Roxy. MF Dnes, 25.10.1999
- STRNAD, Pavel: Transformace české kinematografie v letech 1989-1999. Diplomová práce, Filmová a televizní fakulta múzických umění Praha, Praha: Akademie múzických umění, 2000

- SZCZEPANIK, Petr: Konzervy se slovy. Počátky zvukového filmu a česká mediální kultura 30. let. Brno: Host, 2009
- SZCZEPANIK, Petr (ed): Nová filmová historie- antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury. Praha: Nakladatelství Herrmann & synové, 2004
- ŠÍR, Ondřej: Pentalogie Dušana Kleina o básnících a český hraný film pro mládež 80. let. Bakalářská diplomová práce, Filozofická fakulta, Katedra divadelních, filmových a mediálních studií, Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc: 2008
- ŠÍR, Ondřej – KAMENÍK, Miloš: Někdy je lepší se někde schovat- rozhovor s Milošem Zábranským. 25fps, 29.3. 2010. Online: [<http://www.25fps.cz/clanek/nazev:nekdy-je-lepsi-se-nekam-schovat>].
- ŠÍR, Ondřej: Obchodně nechce být nikdo podezřelý-rozhovor s producentem Miloslavem Šmídmajerem. 25fps, 31.5.2009. Online:[<http://www.25fps.cz/clanek/nazev:obchodne-nechce-byt-nikdo-podezrely>]
- ŠÍR, Ondřej: Nerad se zabývám sám sebou-rozhovor s Ivanem Fílou. 25fps, č.40, září 2010. Dostupné online na (<http://25fps.cz/2010/nerad-se-zabyvam-sam-sebou/>)
- ŠÍR, Ondřej: Něco jako vinotéky vedle supermarketů: Rozhovor s Adamem Dvořákem, ředitelem společnosti Bioscop. 25fps, č. 1, ročník 2, duben 2008  
Online: [<http://www.bobule.cz/bobule1/data/files/Neco%20jako.pdf>]
- TUPÝ, Daniel: Aspekty a tendence filmové distribuce v České republice 1990: vybrané aspekty kinodistribuce. Praha: FAMU, 2005
- TUREK, Pavel, TUNYS, Ladislav: 30 let ÚPF a organizace filmové distribuce 1957-1987. Praha: Ústřední půjčovna filmů, 1987
- VANĚK, Miroslav. Uplatnění metody orální historie. In Deset let soudobých dějin.,ed. Kocian, Jiří., Praha, 2001
- VANĚK, Miroslav a kol. Orální historie. Metodické a „technické“ postupy. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2003
- VANĚK, Miroslav, MÜCKE, Pavel, PELIKÁNOVÁ, Hana: Naslouchat hlasům paměti. Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 2007
- VANĚK, Miroslav. O orální historii s jejími zakladateli a protagonisty. Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 2008.
- WASKO, Janet: How Hollywood Works. 1. vydání, Londýn: Sage Publications, 1993



## **Prameny**

DATA BÁZE FILMŮ UVEDENÝCH MEZI LETY 1989-2010 v české filmové distribuci.

Unie filmových distributorů, nezařazeno, chybí oficiální název databáze

DISTRIBUČNÍ výsledky filmů podle produkčních společností. Artcam Film Distribution, Rašínovo nábřeží č. 6, 128 00 Praha, nezařazeno

DISTRIBUČNÍ výsledky filmů společnosti CinemArt. CinemArt, Národní třída 28, 111 21 Praha 1, nezařazeno

DISTRIBUČNÍ listy společnosti Artcam z let 1998-2000, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DISTRIBUČNÍ listy společnosti Bioscop z let 2001-2003, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DISTRIBUČNÍ listy společnosti Bontonfilm z let 1996-2000, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DISTRIBUČNÍ listy společnosti CinemArt z let 1998-2003, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DISTRIBUČNÍ listy společnosti Falcon z let 2000-2003, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DISTRIBUČNÍ listy společnosti Intersonic z let 1996-2003, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno.

DODATEK ke smlouvě Space Films, 1 strana, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno

SOUBOR MATERIÁLŮ k přípravě distribuce filmu Kolja. Osobní archiv Jana Jíry.

PLAKÁTY k filmům uvedeným v kině Kruh mezi lety 1990-1999 (neúplný soubor) osobní archiv autora 514 01 Jilemnice, nezařazeno

PŮJČOVNÍ ŘÁD společnosti Space Films, 2 strany, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno, nedatováno

SMLOUVA o půjčování a veřejném užití filmů, společnost Space Films, 2 strany, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno, 15.7.1992

SMLOUVA s oblastním distributorem, 2 strany, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno, 25.2.1994

SMLOUVA o obchodních podmínkách pronájmu filmových kopií-společnost Sunfilm, 4 strany, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice, nezařazeno, 31.5.2000

SMLOUVA o distribuci filmu Kameňák 2, archiv kina Kruh, 514 01 Jilemnice,  
nezařazeno, leden 2004

TOP100F\_1993 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1993). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1994 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1994). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1995 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1995). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1996 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1996). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1997 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1997). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1998 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1998). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_1999 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 1999). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2000 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2000). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2001 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2001). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2002 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2002). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2003 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2003). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2004 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2004). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2005 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2005). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2006 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2006). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2007(100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2007). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2008 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2008). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

TOP100F\_2009 (100 nejnavštěvovanějších filmů za rok 2009). Unie filmových distributorů, nezařazeno.

## **OBSAH CD S UKÁZKAMI PRAMENŮ**

### **Adresář Databáze UFD**

Databáze údajů o filmech uvedených mezi léty 1989-2010

v české filmové distribuci

Filmy.xls

Databáze údajů o návštěvnosti filmů uvedených mezi lety 1993-2009

Návštěvnost.xls

### **Adresář Databáze TOP100\_F(1993-2009)**

Soubory TOP100F(...) uvedené v Pramenech

### **Adresář Rozhovory (KOMPLETNÍ)**

Rozhovor s Janem Jírou (červenec 2009)

Rozhovor s Alenou Tocháčkovou (duben 2010)

Rozhovor s Jiřím Ježkem a Petrem Zenklem (únor-srpen 2010)

Rozhovor s Marcelou Vondrovou (březen 2010)

Rozhovor s Michaellem Málkem (březen-květen 2010)

Rozhovor s Petrem Kotem (únor 2010)

Rozhovor s Jiřím Míkou (březen 2010)

Rozhovor s Alešem Danielisem (květen 2010)

Rozhovor s Janem Bradáčem (červenec 2010)

### **Adresář Audio rozhovory (KOMPLETNÍ)**

Rozhovor s Jiřím Králíkem

Rozhovor s Jiřím Míkou, část 1

Rozhovor s Jiřím Míkou, část 2

Rozhovor s Jitkou Jeřábkovou, část 1

Rozhovor s Jitkou Jeřábkovou, část 2

Rozhovor s Jitkou Jeřábkovou, část 3

Rozhovor se Zuzanou Dražilovou, část 1

Rozhovor se Zuzanou Dražilovou, část 2

Rozhovor se Zuzanou Dražilovou, část 3

Rozhovor s Přemyslem Martínkem, část 1

Rozhovor s Přemyslem Martínkem, část 2

Rozhovor s Přemyslem Martínkem, část 3

### **Adresář Smlouvy**

Smlouva o půjčování a veřejném užití filmů, společnost Space Films, 2 strany

Smlouva s oblastním distributorem, 2 strany

Dodatek ke smlouvě Space Films, 1 strana

Smlouva o obchodních podmínkách pronájmu filmových kopií-společnost Sunfilm, 4 strany

### **Adresář Distribuční listy**

15 minut (Space Films)

Amélie z Montmartru, 2 strany (Intersonic)

Barb.Wire, 2 strany (Intersonic)

Brouk (CinemArt)

Cesta do fantazie (Intersonic)

Černý přízrak (Planfilm/Golden Crown)

Hanuman (Sunfilm, 2 strany)

Kanárek (Space Films)

Když Otar odešel (CinemArt)

Max a Kevin, 2 strany (Sunfilm)

Nebát se a nakrást, 2 strany, (Space Films)

Pravidla moštárny, 2 strany, (Sunfilm)

Sluneční stát (CinemArt)

### **Adresář Distribuční nabídky**

Filmová distribuční společnost Artcam, úvodní nabídka, 8 stran

CinemArt, nabídka pro síť artkin, 4 strany

Intersonic-předpokládané premiéry roku 2003

### **Adresář Dopisy kinařům**

Lucernafilm, zánik zpravodaje

Artcam, zřízení programovacího střediska

### **Adresář Plakáty k filmům**

Bílý policajt s černým srdcem (Gemini Film)

Černý přízrak (Planfilm)

Ohnivá eskadra (Planfilm)

Rej výtržníků (Lucernafilm Gama)

The Doors (Interama/Carolco)

Trhala fialky dynamitem (Pragafilm/Heureka Production)

Vražedný tanec (Lucernafilm)

### **Adresář Kampaň**

Speciální číslo deníku Blesk vydaného k premiéře filmu Konec básníků v Čechách, 18 stran

## 9. RÉSUMÉ

I divide my paper into two main sections: The distribution of Czech films and The distribution of foreign films, which I further subdivide into European films and the others. It seems that in terms of distribution strategy there are three groups of films, each of which requires a different method of a distribution work. A distributor of a Czech film can largely rely on domestic support and assistance of authors during the promotion, but can hardly achieve a long-term success only with Czech films; a distributor of an American film, on the other hand, relies on studios with cheaper copies and support for promotional campaigns. However, he must count on the fact that cooperation with American studios prevents him, to a large extent, to decide on his own strategy without any restraint. Probably the worst situation we can find among independent distributors of European films, who must compete for a film on the free market and cannot rely on a foreign partner to help them organize promotion, and often not even on authors themselves, who for the Czech audience stay in anonymity.

