

Studie ekonomického vlivu filmového průmyslu v České republice

Závěrečná zpráva

16. března 2006

Olsberg | SPI

4 Junction Mews
London W2 1PN
T: 020 7402 1300
F: 020 7402 6111
info@o-spi.com
www.o-spi.comm

Obsah

1. Shrnutí	3
1.1. Úvod	3
1.2. Filmový a kreativní průmysl	3
1.3. Filmová produkce v České republice	4
1.4. Doporučení	7
1.5. Poznámka k sektoru	10
1.6. Závěr	11
2. Mezinárodní kontext	12
2.1. Filmová produkce	12
2.2. Filmové služby, společnosti a profese	14
2.3. Financování filmu	17
3. Český filmový průmysl	21
3.1. Zadání	21
3.2. Metodologie	21
3.3. Nášobící koeficient	22
3.4. Ekonomický vliv českého filmového průmyslu	23
3.5. České filmová produkce	26
3.6. Příchozí zahraniční produkce	29
3.7. Produkce reklam	31
4. Přínosy filmové produkce	33
4.1. Přehled	33
4.2. Kulturní přínos	33
4.3. Obecný ekonomický dopad	34
4.4. Propojení s dalšími politicko-strategickými programy	34
4.5. Exportní příležitosti	35
4.6. Zaměstnanost	35
4.7. Renomé a turistika	36
4.8. Zvyšování kvalifikace	36
4.9. Společenský přínos	37
5. Přehled politicko-strategických možností	38
5.1. Politicko-strategické možnosti	38
5.2. Národní a regionální filmové orgány	39
5.3. Fiskální stimuly	39
5.4. Filmové fondy	42
5.5. Film commissions	43
5.6. Vztahy s provozovateli veřejnoprávního vysílání	44
5.7. Výcvikové a vzdělávací strategie	44
5.8. Iniciativy pro rozvoj filmových společností	45

6. Doporučení	46
6.1. Úvod	46
6.2. Potřeba celkové strategie a národního filmového orgánu k její realizaci	46
6.3. Samostatně rozhodující filmový fond	49
6.4. Automatický fiskální stimul	51
6.5. Témata pro filmový sektor	55
 Příloha 1: Současné úspěšné produkční stimuly	 57
 Příloha 2: Případové studie ...	 60
Film Victoria, Victoria, Austrálie	60
Telefilm Canada, Kanada	63

1. Shrnutí

1.1. Úvod

V průběhu uplynulých patnácti let se český filmový sektor stal jedním z nejúspěšnějších v Evropě. České filmy jsou kladně přijímány domácím publikem – v uplynulých letech zpravidla dosahují 25% podílu na celkové návštěvnosti, což je úspěch, o jakém se řadě jiných evropských zemí může jen zdát. Česká republika je vyhledávaným místem pro výrobu reklam. Zejména se pak stala jednou z klíčových destinací výroby velkých zahraničních filmů (většinou pocházejících z USA), kterým nabízí vysoce kvalitní produkční hodnotu za konkurenční ceny.

K tomuto “náhodnému” úspěchu došlo bez všeobecné veřejné/státní strategie a bez výrazné vládní podpory. Tímto způsobem však nelze pokračovat dále. Jiné země v Evropě i jinde ve světě, které chápou unikátní spojení ekonomických a kulturních výhod, jež poskytuje filmová činnost, zavádějí podpůrné politiky a strategie. To do budoucna negativně ovlivní konkurenční postavení České republiky, pokud nedorazí z české strany k promyšlené odezvě. Může se tak promarnit příležitost, jak navázat na úsilí a úspěch současných let a rozvinout průmysl, který má skutečný ekonomický dopad a může být zdrojem národní hrdosti.

Olsberg|SPI (dále “SPI”) je potěšen, že může svému klientovi, Ministerstvu kultury České republiky (dále “klient”) prezentovat tuto závěrečnou zprávu. Zpráva obsahuje veškerá zjištění vyplývající z průzkumu a konzultací SPI, a dále také doporučení a závěry, které ze svého průzkumu, analýz a hodnocení vyvodil.

1.2. Filmový a kreativní průmysl

Nevyspělejší světové ekonomiky si v současné době uvědomují výhody, které přináší kreativní průmysl. Film – jako globální průmysl, jehož hodnota se v současné době odhaduje na 62 miliard EUR¹ – je považován za klíčový ekonomický hnací stroj těchto sektorů. Vlády těchto zemí chápou, že film, jakož i další oblasti kreativního průmyslu, je ekonomickou a zároveň kulturní aktivitou – toto chápání je více než cokoli jiného ukazatelem vyspělosti filmové ekonomiky země. Rozsah a přínosy filmové produkce jsou proto širší a různorodější než u jiných sektorů, které mohou být čistě kulturní nebo čistě ekonomické.

Kromě ekonomického přínosu finančních prostředků vynaložených na produkci v dané zemi, je film “čistou” ekonomickou aktivitou se zanedbatelným negativním dopadem na životní prostředí. A co je důležitější, domácí filmová produkce – a dokonce (nepřímo) i zahraniční produkce – umožňuje způsob kulturního vyjádření, které na plátně reprezentuje individualitu kultury a poskytuje tak zdroj soudržnosti a národní identity. Propagační činnost vyvíjená při exportu domácího filmu do zahraničí vzbuzuje uvědomění a zájem, protože podává pozitivní a jasný “profil” své země.

Jak vyvrává celková ekonomika země, ztrácí tato nevyhnutelně svou konkurenceschopnost na základě nízkých pracovních nákladů a na místo toho se musí dostat do pozice, kdy konkuruje na základě dovedností a schopností. Vědomí tohoto se stalo základem současných programů “znalostní ekonomiky” po celém světě, včetně znovu odstartovaného Lisabonského programu Evropské komise. Jako člen Evropské unie se bude Česká republika podílet na budoucnosti Evropy jako dynamické znalostní ekonomiky – jak naznačuje zaměření vládní agentury

¹ European Audiovisual Observatory 2004

CzechInvest na investice do sektorů vyžadujících vysoké schopnosti a rozvinuté technologie. Film má veškeré charakteristiky sektoru znalostní ekonomiky.

Filmová produkce je rovněž považována za hnací sílu jiných oblastí audiovizuálního průmyslu jako je televize. Důsledkem je zvýšený zájem o filmový sektor ze strany vládních institucí odpovídajících za obchod a průmysl, jakož i za regionální ekonomický rozvoj. Kreativní průmysl je většinou vytvářen malými a středně velkými podniky, což umožňuje mnoha evropským zemím poskytovat podporu svým kreativním/kulturním sektorům prostřednictvím fondů Evropské unie pro malé a střední podniky.

Za účelem využití výhod této široké škály přínosů a zejména za účelem ochrany kulturní hodnoty domácí produkce zavedla řada vlád rozličné formy finančních a organizačních systémů podpory svého filmového průmyslu, jako např. finanční stimuly, půjčky a ustavení tzv. film commission. V těchto zemích se jasně prokázalo, že stimuly zavedené ke zvýšení filmové produkce přinesly kulturní ale také ekonomické výhody, které státní pokladně více než vyrovnávají vynaložené finanční prostředky.

Tyto argumenty, které jsou široce používány a globálně uznávány, zatím neovlivnily postoj české vlády k podpoře svého vlastního filmového průmyslu – z tohoto hlediska je úspěch, jehož tento sektor dosáhl, zvláště pozoruhodný.

1.3. Filmová produkce v České republice

1.3.1. Ekonomický dopad produkce

SPI provedl podrobný dotazníkový průzkum činnosti sektoru v letech 2003 a 2004, dále také četné konzultace a výpočty.

Součástí dotazníkového průzkumu bylo shromažďování údajů vztahujících se k objemu produkce uskutečněné během uvedeného období – tj. objem finančních prostředků vynaložených na audiovizuální produkci v České republice. Tento objem se liší od celkového obratu sektoru, neboť často dochází k vynaložení i dalších prostředků, které neprojdou rozpočtem jednotlivých projektů produkčních společností, a také proto, že celkový obrat sektoru zahrnuje obraty všech společností v hodnotovém řetězci, čímž může dojít ke “zdvojnásobení” částky reálně vynaložených nákladů. Z těchto důvodů není suma na objem produkce uvedená SPI srovnatelná s částkami, které publikovala Asociace producentů v audiovizí (dále “APA”) udávající pouze obrat svých členů.

Na základě své práce odhaduje SPI celkový objem výroby českých filmů, zahraniční produkce a reklam na přibližně 160 miliónů USD² (tj. 4 112 miliónů Kč) v roce 2004. Přibližně polovina této produkce byla tvořena reklamami, zhruba 10% českými filmy a zbytek byla zahraniční filmová produkce. Tento objem představoval hluboký pokles oproti roku 2003, kdy byl celkový objem přibližně 270 miliónů USD (7 621 miliónů Kč). Prakticky veškerý pokles byl v oblasti zahraniční produkce a činil více než 115 miliónů USD (3 509 miliónů Kč).

² Pro usnadnění srovnání jsou finanční částky v této zprávě udávány v USD. Tam, kde to bylo nezbytné, převedl SPI jiné měny včetně české koruny s použitím průměrné směnné hodnoty pro příslušné období: 2003 nebo 2004.

SPI odhaduje, že v roce 2004 poskytl tento průmysl přibližně 4 850 FTE (= Full Time Equivalent Job/práce ekvivalentní plnému úvazku. Výpočet FTE vychází z předpokladu 1 800 hodin = 1 FTE). Při objemu výroby ve výši 160 milionů USD byl podíl českého filmového průmyslu na hrubém domácím produktu vypočten na 68 milionů USD.

SPI použil násobící koeficient 2,0 ke stanovení přímého, nepřímého a odvozeného dopadu této ekonomické činnosti. Plné vysvětlení násobícího koeficientu je k dispozici v oddíle 3.3.³ Níže uvedená tabulka ukazuje celkový ekonomický dopad filmové produkce v České republice v roce 2004.

	Přímý	Nepřímý a odvozený	Celkem
Objem produkce	160 milionů USD 4 112 milionů Kč	160 milionů USD 4 112 milionů Kč	320 milionů USD 8 224 milionů Kč
Zaměstnanost	4 850 FTE	4 850 FTE	9 700 FTE
Podíl na HDP	68 milionů USD 1 748 milionů Kč	68 milionů USD 1 748 milionů Kč	136 milionů USD 3 496 milionů Kč
Daňový výnos	28 milionů USD 720 milionů Kč	28 milionů USD 720 milionů Kč	56 milionů USD 1 440 milionů Kč

1.3.2. České filmy

České filmy mají důležitou úlohu pro určení a udržování kulturní identity země, vyprávějí české příběhy o českých lidech, jaké čeští diváci chtějí vidět, a pomáhají zachovat jedinečnost České republiky při stále užších ekonomických vztazích s Evropou a ostatním světem.

České filmy jsou téměř zcela financovány z lokálních zdrojů. Přestože je ročně uveden do distribuce slušný počet českých filmů (mezi 15 a 20), vyrábějí se tyto filmy s velmi nízkými rozpočty – většinou 1 milion EUR a méně. S ohledem na to, že mají jen malou státní podporu a že jejich obchodovatelnost mimo český trh je limitovaná, je to výzva pro vytvoření životaschopného průmyslu.

Klíčové oblasti, které vyžadují dodatečnou podporu jsou:

- vývoj scénářů
- vlastní výroba/produkce díla
- koprodukce
- propagace

³ Na tomto místě jen ve stručnosti: Ekonomické násobící koeficienty běžně používané při stanovení dopadu filmové produkce se pohybují od minimální hodnoty 2,0 (použila jej např. Oxfordská ekonomická prognóza – Oxford Economic Forecasting – ve zprávě pro UK Film Council “Ekonomický přínos anglického filmového průmyslu v roce 2005”) po nadhodnocený koeficient 3,0 (použit např. v materiálu “Ekonomický vliv filmového průmyslu na Colorado” vypracovaném pro coloradskou film commission v roce 2003). SPI usoudil, že zde je vhodné použít nejkonzervativnější násobící koeficient 2,0.

Navzdory působivému podílu domácích filmů na trhu znamená nedostatek finančních prostředků na vývoj scénářů, že úspěch projektů závisí na jejich momentálním vztahu k životu českého diváka. S tím souvisí také skutečnost, že většina filmů nemá mezinárodní úspěch.

Výrobní rozpočty českých filmů zřídka přesahují 1 milion EUR. Význam mezinárodního trhu pro životaschopnost domácí filmové produkce je klíčovým faktorem pro instituce podporující film na celém světě. Ve většině zemí, především v těch, které mají malý domácí trh, postačuje domácí divácký úspěch jen stěží na pokrytí výrobních nákladů a je velmi nepravděpodobné, že jejich producent vykáže zisk. Proto musí být filmy vyvíjeny a propagovány s ohledem na jejich uplatnění na zahraničním trhu. V České republice znamená nedostatek dostupných finančních prostředků na produkci, že místní producenti nemají potenciálním koprodukčním partnerům co nabídnout. Vzniká velmi nízký počet filmů v mezinárodní koprodukci, která by zaručila výslednému dílu silný potenciál pro zahraniční trhy.

Konečně, vůbec se neinvestuje do propagace úspěšných českých filmů zaměřené na mezinárodní trh a mezinárodní obecenstvo. Bez ní nejsou filmy prezentovány v zahraničí v dostatečné míře a kariéry českých filmařů mezinárodně nerostou. Česká aktivita ve vztahu k mezinárodnímu filmovému průmyslu – jako např. Karlovarský filmový festival, který je stále důležitější pro země východní Evropy, a Zlínský mezinárodní filmový festival pro děti a mládež – je pro propagaci českého filmu v zahraničí rovněž důležitá.

1.3.3. Zahraniční produkce

V průběhu uplynulých deseti let došlo v České republice k výraznému rozvoji sektoru příchozích zahraničních produkcí, a to v měřítku, jaké nezaznamenala žádná z konkurenčních zemí. Proto je pro sektor zahraničních filmových zakázek důležité podniknout nezbytné kroky k udržení jeho konkurenceschopnosti.

Klíčovým přínosem velkého počtu zahraničních produkcí je výrazné zlepšení kvalifikace pracovníků v tomto sektoru. V současné době jsou na zahraničních filmech často obsazeny profese štábu téměř výhradně českými pracovníky a vedoucí jednotlivých složek štábu jsou také často Češi. U jiných východoevropských zemí tomu tak není – a to je důkazem vysokého stupně důvěry ve schopnosti a dovednosti českých filmových pracovníků, kterému se tito na mezinárodním poli těší.

Ve prospěch sektoru zahraniční produkce dále hovoří rozsah a množství filmových štábů, jaký je v jiných konkurenčních zemích neslýchaný – tj. je tu k dispozici dostatečné množství schopných a zkušených pracovníků štábu, aby v České republice mohlo kdykoli probíhat natáčení několika velkých produkcí najednou. Tento “objem štábu“ zajišťuje zahraničním filmařům, kteří ve svých rozpočtech počítají s českými filmovými pracovníky, že pokud přijedou do ČR, najdou zde skutečně takové pracovníky, jaké potřebují.

Česká filmová infrastruktura i štáby jsou na vysoké úrovni a těší se velmi dobré pověsti. V důsledku toho přijíždí do Prahy velký počet prestižních mezinárodních produkcí na celé natáčení nebo jeho část – současným příkladem je *Casino Royale*, nejnovější ze série filmů o Jamesi Bondovi, které se až dosud vždy natáčely ve Velké Británii.

Zavedená zařízení jako je Barrandov Studio nebo novější jako Prague Studios jsou pohodlnými a efektivními místy pro produkci. Filmařská tradice, která je součástí historie země, dala vyrůst pracovníkům v oblasti stavby a zařizování dekorací, kteří jsou díky své kvalifikaci schopni

pracovat rychle a na vysoké úrovni. Přestože služby, které nabízejí, nejsou v porovnání s východní Evropou nejlevnější, kvalita práce za tuto cenu poskytuje hodnotu, která do České republiky neustále přitahuje zahraniční produkce.

Navzdory tomuto pozitivnímu zázemí je perspektiva pro sektor zahraničních filmových zakázek nejistá. Jak bylo uvedeno, objem výroby od roku 2003 do roku 2004 výrazně poklesl a zdá se, že tento pokles pokračoval i v roce 2005. Se zneklidňující pravidelností zveřejňují různé konkurenční země nové produkční stimuly, jejichž cílem je odlákat lukrativní zahraniční produkce od tradičních destinací jako je Česká republika – nejzávažnější a široce zveřejněná je nominální 20% návratnost lokálně utracených prostředků, kterou nabízí Maďarsko a která tam již přilákala velké hollywoodské produkce. Přestože filmová infrastruktura v těchto zemích není tak rozvinutá jako v České republice, prezentace podobných stimulů budí pozornost a přidává tyto destinace na seznam kandidátů pro určité typy produkcí. Některé z nejlevnějších východoevropských zemí včetně Rumunska, Bulharska a Litvy navíc budují infrastrukturu a zdokonalují místní znalosti a dovednosti, aby byly schopny soutěžit o mezinárodní produkce na základě nižší ceny.

Země, které založily celkovou strategii v oblasti filmového sektoru pouze na zahraničních zakázkách, často prohrály. Mnohé z faktorů, které určují, kde se bude film natáčet, nelze ovlivnit – např. typ filmu, požadavky na lokace, pohyb směnných kurzů. Vyspělé filmové ekonomiky však budují strategie, které udržují v rovnováze podporu národních a zahraničních filmů, aby přínos jedné oblasti mohl posílit druhou. Bylo by lehkomyslné zanedbat a nechat zakrtnět dovednosti a konkurenční výhody, které se v České republice rozvíjely během uplynulých 15 let.

Pokud však Česká republika nezaujme postoj proti těmto novým konkurentům, je pravděpodobné, že v průběhu příštích pěti až deseti let ztratí své výhody – jak ekonomické, tak kulturní – které sem v uplynulém desetiletí lákaly zahraniční produkce.

1.3.4. Reklamy

Objem produkce reklam zůstává v posledních letech relativně stabilní. V České republice se vyrábějí reklamy jak pro české, tak pro mezinárodní reklamní agentury, přičemž se některé reklamy natáčejí v několika verzích pro různá teritoria, to vše v České republice. Důležitost této stabilní aktivity jako hnací síly jak české, tak zahraniční zakázkové produkce nesmí být podceňována. Reklamy jsou rozhodujícím uživatelem produkčních a postprodukčních zařízení, služeb, lidí a infrastruktury a ve skutečnosti často platí výrazně vyšší sazby než český film.

Tímto způsobem podporuje reklamní sektor oblast produkčních a postprodukčních zařízení, čímž ji zpřístupňuje místním producentům českých filmů, a umožňuje dokonce, aby vlastníci těchto zařízení účtovali českým producentům nižší sazby. Reklamy jsou rovněž důležité tím, že prezentují Českou republiku jako filmovou ekonomiku domácím i mezinárodním filmovým tvůrcům. Reklamy, které se točí v České republice, jsou vysílány po celém světě, což jim poskytuje širokou oblast zveřejnění.

1.4. Doporučení

Český filmový průmysl se ve svém vývoji ocitá na zásadní křižovatce. Uchopit nabízející se příležitosti a udržet jeho výhody před ostatními evropskými zeměmi bude vyžadovat širokou audiovizuální strategii. Taková strategie by se měla skládat z několika iniciativ, které by nejen podporovaly sektor jako celek, ale zároveň by vyhovovaly rozdílným potřebám podsektorů.

Celkově nabízí SPI doporučení ve třech oblastech:

- Strategie filmového sektoru a zastřešující instituce zajišťující vytvoření této strategie
- Samostatně rozhodující národní filmový fond s dostatečnými prostředky na vývoj scénářů a výrobu českých filmů a českých koprodukcí
- Automatický fiskální stimul ve výši 12,5% produkčních prostředků utracených v České republice na zahraniční i domácí produkce

1.4.1. Národní strategie pro film

Všechny vyspělé ekonomiky na celém světě (s jedinou výjimkou USA) mají národní filmový orgán. Tato instituce slouží k tomu, aby reprezentovala vládu vzhledem k filmovému průmyslu a průmysl vzhledem k vládě. Vytváří strategie pro rozvoj filmové činnosti – prostřednictvím řízení průmyslového a kulturního přínosu filmu – a poskytuje finanční podporu, kterou potřebuje filmový sektor, aby mohl tento přínos vytvářet. Často má širokou škálu úkolů, podporuje tvorbu a uvádění širokého spektra filmů, zajišťuje vznik stabilních, udržitelných filmových společností, dohlíží na agendu filmového vzdělávání a mediálního vyjadřování a zajišťuje, aby národní kinematografie měla na světové filmové scéně široké zastoupení.

Tuto funkci, v rozsahu, v jakém existovala, dosud zastával český filmový průmysl sám, ať již formou organizace Asociace producentů v audiovizí, či prostřednictvím České filmové komory ve spolupráci s jinými partnerskými organizacemi tohoto průmyslu, jako např. Uníí filmových distributorů. Je velmi neobvyklé, že Česká republika při ochraně a rozvoji svého národního kinematografického dědictví spoléhá na samotný filmový průmysl.

SPI je přesvědčen, že bez národní strategie pro film a bez národního orgánu, který by tuto strategii uplatňoval, nebude Česká republika schopna využít výhody svých historických filmařských schopností a nebude schopna rozšiřovat a rozvíjet filmový sektor. Taková organizace by zároveň vytvářela “most” mezi vládou a filmovým sektorem – byla by financována vládou, ale zároveň by úzce spolupracovala s Asociací producentů v audiovizí a s dalšími subjekty v této oblasti.

Druhou funkcí této organizace by byla administrativa. Ta by:

- spravovala samostatně rozhodující Státní fond pro podporu a rozvoj kinematografie
- poskytovala českým filmům oficiální národní statut
- koordinovala proces získávání povolení od města Prahy v souvislosti s natáčením na pražských lokacích a také od orgánů místní samosprávy odpovědných za lokace v jiných místech České republiky
- vystupovala jako film commission s úkolem přilákat produkce do České republiky
- propagovala český film na mezinárodních filmových festivalech a trzích

1.4.2. Samostatně rozhodující filmový fond

SPI doporučuje, aby se stávající Státní fond České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie dále vyvinul ve fond, který by samostatně uděloval finanční podporu českým filmům a českým koprodukcím. Podpory by byly udělovány ve dvou specifických oblastech:

- vývoj scénářů
- produkce

Cílem fondu by byla podpora vyráběných českých filmů na vysoké úrovni, tak, aby byly přitažlivé nejen pro místní diváky ale také, aby měly silný potenciál pro zahraniční trhy. SPI je seznámen se současným návrhem zákona o fondu kinematografie, který byl předložen parlamentu a podle něhož by se mělo navýšit financování filmové produkce na alespoň 10 miliónů EUR ročně. Bez ohledu na to, jestli toto opatření bude schváleno, je SPI přesvědčen, že podpora českého filmu a českých koprodukcí je zapotřebí. SPI doporučuje, aby investice plynoucí specificky do českého filmu a koprodukcí byly na úrovni minimálně 5 miliónů EUR ročně.

Česká republika by měla plně využít Evropské úmluvy o filmové koprodukci, kterou spolupodepsala. Tato dohoda umožňuje českým filmařům spolupráci s filmaři dalších evropských zemí na vývoji a výrobě filmových projektů, které jsou vzhledem k účasti evropských koproducentů přitažlivé pro diváky v řadě evropských zemí. Česká kinematografie by vzhledem ke své hrdé tradici měla mít na této mezinárodní scéně širší zastoupení. Samostatně rozhodující filmový fond by poskytoval českému filmovému průmyslu podporu potřebnou k tomu, aby se český film mohl stát vyslancem české kulturní identity ve světě.

1.4.3. Fiskální stimuly

Téměř všechny vyspělé filmové ekonomiky na celém světě mají fiskální stimuly, které napomáhají tomu, aby je zahraniční produkce braly v úvahu jako místa pro natáčení. Velká Británie, Francie, Kanada, Austrálie, Nový Zéland a stále rostoucí počet států USA pokládají fiskální stimuly za způsob, jak přilákat produkce. Demonstrují tak, že jsou filmařům “nakloněny“. Tento signál je důležitý. Fiskální stimul má vedle své finanční přitažlivosti pro zahraniční produkce také psychologický a symbolický dopad. Ukazuje, že destinace je v oblasti filmu “otevřená k obchodu“.

Četné studie prováděné po celém světě prokazují, jakou “hodnotu za peníze“ vláda při zavedení fiskálního stimulu získá. Je to velmi prosté. Při poskytnutí stimulu, např. kompenzace ve výši 20% lokálně utracených prostředků, vynaloží stát 4 milióny USD a zajistí si tím příliv finančních prostředků ve výši 20 miliónů USD, které mají rovněž sekundární ekonomický přínos.

Aby byl stimul efektivní, je zásadní, aby byl:

- jednoduchý pro využití a kalkulaci reálného přínosu pro producenty
- plně předvídatelný a spolehlivý pokud jde o jeho získání
- s ohledem na místní kinematografii a nezávislé americké a evropské produkce (pro hollywoodské filmy to není natolik zásadní) musí existovat mechanismus, jak tento přínos využít “ve splátkovém kalendáři“ (cash flow) – tj. poskytnout a použít přínos na financování produkce, než aby byl poskytnut až po dokončení filmu

Existují případy, také u sousedů České republiky, kdy je přínos fiskálního stimulu velmi redukovaný, protože nejsou brány v úvahu všechny výše uvedené faktory. Z tohoto důvodu je reálná hodnota, kterou zahraniční produkce skutečně získá, nižší.

Se zřetelem na kvalitu infrastruktury, která je v současné době v České republice k dispozici, v kombinaci s komfortem a spolehlivostí služeb a zařízení, které se tu nabízejí, je SPI přesvědčen, že české zvýhodnění nemusí být na stejné úrovni jako v zemích s vyššími cenami a zároveň horší infrastrukturou. Například 20% daňový stimul, který nabízí Maďarsko a který vzbudil velkou pozornost jak v České republice, tak v mezinárodní produkční komunitě, je založen na maďarském kontextu, v němž byl objem produkce, zejména zahraničních produkcí (se souvisejícím dopadem na schopnosti a infrastrukturu), dosud mnohem nižší než v České republice. Se spolehlivým, administrativně zajištěným stimulem návratnosti 12,5% zde vynaložených prostředků by Česká republika byla i nadále finančně výhodná a atraktivnější než země nabízející vysoké stimuly. Tato konkurenceschopnost by vedle vlastního stimulu záležela i na dalších výhodách natáčení v České republice, zejména na rozsahu a kvalitě filmových studií, na dostupnosti lokací a dalšího vybavení, na počtu štábových profesí, který by byl k dispozici, na kvalitě práce, profesionalitě a důvěryhodném přístupu k produkci. Zatímco jiné státy mohou lákat produkce pouze nižšími cenami, může Česká republika nabídnout mnohem víc.

SPI je přesvědčen, že – přestože v současné době existuje v České republice jistý objem mezinárodních produkcí, které sem jsou přitahovány bez jakékoli finanční pobídky – pokud by byly poskytovány výhody finančního stimulu, zajistilo by vládě jeho zavedení výbornou návratnost investice. Jestliže by měl stimul zvrátit pokles objemu produkce celovečerních filmů mezi roky 2003 a 2004, znamenalo by to poskytnout jej na objem produkce ve výši 187 miliónů USD tak, aby byla produkce navýšena o 115 miliónů USD. Náklady na takový stimul by byly přibližně 23,4 miliónů USD. Přínos nárůstu produkce o 115 miliónů USD by byl s ohledem na ekonomický multiplikátor (2,0) celkem 230 miliónů USD – to znamená násobek návratnosti investice ve výši 9,8.

SPI je přesvědčen, že by fiskální stimul měl být k dispozici také pro české filmy a koprodukce (ne však pro reklamu a televizi). To by do jisté míry poskytlo další podporu pro výrobu filmů. Pro domácí producenty je určitě psychologicky důležité, že si vláda uvědomuje také ekonomický přínos domácích produkcí. Tento fakt není chápán v zemích, jako např. v Austrálii, kde se finanční stimuly pro mezinárodní produkce netýkají menších národních produkcí. V jiných zemích, jako např. ve Velké Británii, je stimul pro národní film naopak vyšší než pro mezinárodní produkce.

12,5% fiskální stimul by zajistil konkurenceschopné postavení České republiky jako lokace pro mezinárodní produkce a současně by českým filmovým tvůrcům zajistil spolehlivější cestu k financování jejich projektů.

1.5. Poznámka k sektoru

Ke změně vládní politiky nedochází rychle – pokud není spojena se změnou politické strany. Ačkoli v mnoha zemích existují relativně vyspělé mechanismy podpory filmové produkce, byly zavedeny v důsledku stabilního a neustálého lobování, vývoje a rozhodování. Filmové sektory musí poučit své vlády o ekonomickém a kulturním významu své činnosti, ale zároveň se musí filmový sektor sám poučit o tom, jak vlády fungují a jak lze dlouhodobě ovlivnit změny.

Český sektor musí zjistit, jak si pozornost vlády zajistily jiné sektory, a také jak si audiovizuální sektory v jiných státech zajišťují zvýšení svého renomé. Je důležité, aby celý sektor hovořil jednohlasně. To se musí naučit i relativně vyspělé filmové ekonomiky. Například australský filmový sektor podle vzoru globálně úspěšného australského vinařského průmyslu vytvořil jeden zastřešovací orgán, Australský filmový výbor (Australian Screen Council), který v jeho zastoupení jedná s vládou.

Přestože má český filmový sektor pocit, že již dlouho vede s vládou jednání, která dosud nepřinesla žádné pozitivní výsledky, je třeba, aby v této činnosti vytrval. Je pravděpodobné, že to bude znamenat dlouhodobé samofinancování lobistické činnosti, spolupráci s ministerstvem kultury, které je vstřícné natolik, že financuje tuto studii. Dále je třeba uvědomit o problémech sektoru další klíčová ministerstva a politiky celého politického spektra. Mimoto je nezbytně nutné, aby se průběžně a pravidelně prováděl průzkum sektoru (podobný průzkumu uskutečněného v rámci této studie), který by pomohl formovat vládní vývojovou strategii. Společnosti v rámci audiovizuálního sektoru se proto musí vládě přizpůsobit a spolupracovat s ní (ať už s ministerstvem kultury nebo s jinými ministerstvy) na shromažďování těchto údajů.

1.6. Závěr

Vývoj českého filmového průmyslu demonstruje to nejlepší, co může Česká republika nabídnout v obchodním, kulturním a sociálním smyslu. Stavění na vlastních filmařských tradicích, vysoká kvalita infrastruktury, bohatost lokací a domácí tvůrčí talent – to vše bylo využito pro vybudování průmyslu, který je vysoce respektován profesionály jak doma, tak na celém světě.

Vlády na celém světě si stále víc uvědomují ekonomický a sociální přínos kreativního průmyslu všeobecně a filmového zejména. Mnohé z nich podnikají – nebo už podnikly – kroky ke zužitkování tohoto přínosu. Kombinace tradice, aktivity a kvality vytvořila z České republiky jedno z mála filmařských center v Evropě, které poskytuje nejvyšší úroveň schopností, znalostí a dovedností za nejlepší ceny, což je rys, který jí před jejími konkurenty poskytl nejméně osmiletý náskok. Pokud však nedojde k podpoře filmového sektoru v České republice, ztratí tato země brzy své konkurenční přednosti pro přitahování zahraničních produkcí – nevyhnutelným důsledkem bude rovněž ohrožení domácího filmového sektoru a sektoru reklam.

2. Mezinárodní kontext

2.1 Filmová produkce

2.1.1. Domácí a zahraniční produkce

Existuje několik způsobů, jak se v zemi může realizovat filmová produkce jako ekonomická aktivita, přičemž každý z nich má své výhody a nevýhody a své potřeby rozvoje. Tyto různé formy filmové produkce mají sklon k vzájemnému propojení a vyznačují se škálou jak kulturních, tak ekonomických přínosů. Charakter filmového průmyslu v každé zemi je ovlivněn specifickou rovnováhou těchto forem produkce.

Původní produkce

První a v mnoha ohledech nejdůležitější formou filmové produkce je “původní” produkce – také někdy nazývaná domácí nebo národní produkce. Jedná se o filmy, které jsou vyvíjeny a realizovány v zemi svého původu a pro tuto zemi.

Jsou to většinou “místní příběhy“, které se natáčejí v jazyce země, kde se vyrábějí, a nemusí být distribuovány mimo tuto zemi. Největší hodnotou těchto filmů je, že jsou kulturně specifickým produktem země se společenským a tvůrčím přínosem pro její občany. Vlády na celém světě se snaží chránit stále pokračující produkci těchto druhů filmu navzdory zmenšujícímu se počtu diváků ve většině zemí a zvýšené konkurenci mezinárodních “trháků“.

Zahraniční produkce

Druhou formou produkce jsou zahraniční “přenosné” produkce, někdy také nazývané produkcemi “přinášejícími investice“. Jsou to filmy, které byly vyvinuty v jiné zemi, buď pro trh země původu nebo pro mezinárodní trh, které však z produkčního hlediska mohou být natočeny kdekoli. Jsou proto v pravém slova smyslu “přenosné“. Mohou se natáčet v jiné zemi (z řady důvodů, jak je uvedeno dále – většinou však vyhledávají nejnižší náklady), kde využívají alespoň částečně místní pracovní síly a zařízení. Po natáčení však produkce odjíždí bez jakéhokoli návazného styku se zemí, ve které natáčela.

Vlády na celém světě vytvářejí stimulační schémata (včetně produkčních fondů a daňových stimulů), aby tyto přenosné produkce přilákaly, k čemuž jsou motivovány ekonomickým užitekem z peněz, které do země zahraniční produkce přinášejí – proto se nazývají produkcemi “přinášejícími investice“.

Výběr země pro natáčení

Na rozhodování producenta nebo finančního investora, kam umístit přenosnou produkci, působí celá řada proměnlivých faktorů. Za prvé a především o tom bude rozhodovat příběh a charakter projektu. Vyžaduje-li scénář určitý typ lokace (tropickou, historickou apod.), bude to samozřejmě pro výběr země rozhodující.

Výběr mezi různými zeměmi vhodnými pro natáčení se však provádí v první řadě podle nákladů. Jak se filmové rozpočty zvyšují, hledají producenti způsoby, jak snížit celkový rozpočet prostřednictvím dostupných finančních stimulů. A proto hraje roli, zda jsou v určité zemi k dispozici fiskální pobídky. I “nejhodnotnější“ finanční stimuly však mohou obsahovat skrytá pravidla a podmínky (např. nutnost přivést zahraniční štáb, vybavení, atd.). Na tomto místě vstupuje do rozhodování o destinaci natáčení zkušenost s danou zemí, protože skutečné náklady mohou nakonec převýšit poskytnuté stimuly.

Při rozhodování se mezi zeměmi, které nabízejí daňové stimuly, může mít vliv také zkušenost či povědomí o jednoduchosti přístupu k financování vzhledem k nezbytné administrativě, času a spolehlivosti získání financí. Ovlivňujícím faktorem u zahraničních produkcí mohou rovněž být měnící se směnné kurzy. S poklesem hodnoty dolaru vůči euru v minulých letech se snížil produkční objem přicházející z amerických studií.

Do hry mohou také vstupovat osobní preference klíčových tvůrců (režiséra, producenta, herce), stejnou měrou pak i další faktory. Řada profesionálů je ráda blízko domova nebo v pohodlném prostředí. Vliv plánování času může znamenat požadavek, že místo natáčení musí být dobře přístupné letecky. Obecně se požaduje vysoký standard bydlení v kterékoli zemi, kde musí klíčový tvůrce strávit delší období.

Konečný faktor při rozhodování, kam bude produkce umístěna, lze v širším smyslu nazvat faktorem “důvěry“, čímž je myšlena důvěra producenta ve schopnosti a dovednosti, které jsou v určité zemi k dispozici. Dobrá zkušenost na určitém místě může vést k dobré pověsti a k tomu, že se sem producenti vrací. Klíčovou podmínkou pro vytvoření této “důvěry“ u producentů a vedoucích pracovníků studií je úroveň místních štábů a poskytovatelů služeb v dané zemi.

Vztah mezi domácími a zahraničními produkcemi

Vztah mezi zahraničními a domácími produkcemi je většinou vzájemně prospěšný, ale také velmi komplexní. Čím vyšší je úroveň domácí produkce, tím je země schopnější přilákat zahraniční filmy, protože je zde vyšší kapacita štábů a zařízení. Proto má silný domácí průmysl tendenci vytvořit ze země atraktivní destinaci pro zahraniční produkce, které pak mohou podporovat místní průmysl příchodními investicemi. Na domácí produkce se většinou nevztahují vlivy, které ovlivňují zahraniční produkce, jako např. fluktuace měny.

Příchozí zahraniční produkce podporují domácí produkci tím, že zaměstnávají místní pracovníky ve filmovém sektoru i tím, že vydávají peníze za místní zboží, služby a vybavení. Najímání místních profesionálů na zahraniční produkce zlepšuje a rozšiřuje základnu schopností země.

Jak se však zostřuje konkurenční boj o přilákání zahraničních produkcí, může být výhradní závislost na trhu zahraničních zakázek riziková. Navíc, pokud začnou být zahraniční produkce příliš dominantní, může to mít negativní dopad na domácí průmysl v tom smyslu, že se místní průmysl stále více zaměřuje na poskytování služeb. Lépe platící zahraniční produkce vytěžují nejlepší štáby natolik, že je nabídka pracovníků pro místní filmové tvůrce omezená. Ti členové štábu, kteří si zvykli na vyšší sazby platů, jaké jim domácí sektor nemůže poskytnout, jsou pro něj “cenově nepřístupní“. V takových situacích může mezi domácím a zakázkovým produkčním sektorem vzniknout nevraživost rozbíjející národní filmový průmysl.

Existuje potřeba vyváženého přístupu při podpoře jak příchozích/zahraničních, tak i domácích produkcí. Je kontraproduktivní a riskantní zaměřit se výhradně na poskytování filmových služeb. Podpora domácí produkce nejenže pomáhá vybudovat zdravý a udržitelný národní filmový průmysl, ale pomáhá také udržet konkurenceschopnost pro přilákání zahraničních produkcí.

2.1.2. *Produkce reklam*

Ačkoli je výroba televizních reklam pokládána za kulturně méně významnou a možná i méně “atraktivní”, může být důležitým prvkem v činnosti produkčního sektoru.

Reklamní sektor funguje velmi podobně jako filmová produkce v tom, že reklamy vyrobené v určité zemi nebo oblasti zde byly také vyvinuty a jsou určeny pro trh této země, jiné pak mohou mít původ v zahraničí a být určeny pro globální trh. Při jejich výrobě se zpravidla využívá stejných profesí a zařízení jako u filmu, přestože doba natáčení je mnohem kratší, zpravidla nejvýše několik dní.

Tak jako u filmové produkce má stupeň “spokojenosti” se zahraniční destinací, který tvůrce reklamy pocítuje, významný vliv na výběr země pro natáčení, právě tak jako i možnost snížit tím produkční náklady.

Vlády nenabízejí reklamním produkcím produkční stimuly, avšak význam této formy produkce by neměl být zanedbáván – místním filmovým pracovníkům poskytuje práci, zkušenosti a schopnosti, které nemusí být k dispozici u filmových projektů. Navíc, přestože reklamy nemusí mít “kulturní” význam, pracují jejich tvůrci často jak pro reklamu, tak pro film.

2.2. Filmové služby, společnosti a profese

2.2.1. *Hodnotový řetězec*

Výroba a exploatace filmu se děje prostřednictvím pěti segmentů neboli elementů hodnotového řetězce.

- Vývoj – rešerše, psaní scénáře, sdružování a příprava financování filmového projektu
- Produkce – natáčení filmu
- Postprodukce – shromáždění materiálu natočeného v průběhu produkce, jeho zpracování a mix (s hudbou, se zvukem atd.) na výsledný produkt
- Distribuce – prodej filmu obecnstvu (prostřednictvím kin, televizí, maloobchodním prodejem a půjčováním DVD/video)
- Veřejná uvedení – kina, která film promítají pro veřejnost

2.2.2. *Typy společností*

Tato zpráva se dosud soustředila na produkční fázi výroby filmu, která v případě některých společností zahrnuje rovněž vývojovou fázi.

Filmovou produkcí se zabývá několik typů společností. Jejich úlohy jsou popsány níže:

- Produkční společnosti – Odpovídají za vývoj a obvykle za produkci filmového projektu, tj. vytvářejí domácí nebo koprodukční filmy. Produkční společnosti může trvat řadu let, než vyvine scénář, a poté, co je zabezpečeno financování, dohlíží na produkční a postprodukční fázi. Produkční společnost pak prodá práva na využití tohoto filmu (buď v kinech nebo prostřednictvím DVD/video) distribuční společnosti v co nejvíce teritoriích

(zemích). Příkladem přední české produkční společnosti jsou Negativ nebo Total HelpArt T.H.A..

- Společnosti poskytující produkční služby – Tyto společnosti poskytují služby příchozím zahraničním produkcím přijíždějícím do země. Společnost poskytující produkční služby je obvykle oslovena zahraničním producentem, jemuž vypracuje rozpočet na natočení části filmu, které má v její zemi proběhnout. Pokud je společnost najata, odpovídá za kontraktování veškerých místních pracovníků a služeb a obecně dohlíží na část produkce, která v její zemi probíhá. Zajišťuje, že bude provedena v rámci stanoveného rozpočtu. Zahraniční producent poskytuje finanční prostředky, produkční (servisní) společnost však musí mít veškeré kontakty a provádět místní platby.

Je zásadně nezbytné, aby tyto společnosti byly schopné udržet si dobrou pověst a dobré kontakty v mezinárodním filmovém průmyslu. Společnosti pro produkční služby také často poskytují služby při produkci reklam místních či zahraničních reklamních agentur a také reklamním produkčním společnostem, které přicházejí ze zahraničí, aby natočily reklamu nebo její část v dané zemi. Dvěma příklady předních českých společností pro produkční služby jsou Stillking Films a Etic Films.

- Společnosti poskytující služby a zařízení – Tyto společnosti poskytují domácím i zahraničním produkcím specifické služby a zařízení pro filmovou výrobu. Do této kategorie spadají veškeré služby a vybavení, které filmová produkce potřebuje. Jsou to například:
 - pronájem osvětlovacího a kamerového vybavení
 - pronájem studií (např. Barrandov Studios)
 - casting/výběr herců
 - škála služeb stavby a zařizování dekorací
 - pronájem zvířat nebo rekvizit, kostýmů
 - catering
 - služby filmových laboratoří

Poskytování některých zařízení a služeb je logicky omezeno na místní společnosti. O globálním charakteru filmového průmyslu však svědčí existence mnoha mezinárodních společností poskytujících filmová zařízení, které fungují ve většině nebo spíše ve všech produkčních centrech na celém světě. Obvykle jsou soustředěny kolem místních studií.

Přítomnost těchto mezinárodních společností – příkladem je AFM Lighting, původně britská společnost, která má dnes pobočky po celém světě včetně Prahy, Jižní Afriky a Austrálie – může naznačovat, že určitá země je “seriózním” centrem pro produkci filmů na mezinárodní úrovni. Zároveň však tyto nadnárodní společnosti nenajímají velký počet místních lidí a jejich tržby a zisk nemusí zůstat v zemi, kde probíhá produkce.

2.2.2. Profese a zaměstnanost

V rámci této škály společností existuje ve filmové produkci několik klíčových profesí. Filmoví profesionálové jsou zpravidla vysoce kvalifikovaní a schopní pracovníci a mohou proto být hnací silou ekonomické aktivity i v jiných sektorech. V některých případech hrají jednotlivci v rámci

tvůrčího týmu filmového projektu různé “role“, např. autor může být zároveň režisérem svého vlastního scénáře.

K profesím, které filmová produkce zaměstnává, patří:

- Producent – odpovídá za vývoj a finanční zabezpečení filmového projektu, úzce spolupracuje se scénáristou a s režisérem, a proto musí mít obchodní, finanční, ale také tvůrčí schopnosti
- Režisér – je odpovědný za tvůrčí proces výroby filmu v jeho produkční a postprodukční fázi
- Scénárista – odpovídá za napsání a propracování scénáře

Kromě nich jsou tu četné další pozice s rozličným stupněm tvůrčí odpovědnosti. Pro dozor nad těmito aktivitami zaměstnávají produkce většinou zkušené vedoucí složek štábu tzv. Heads of Departments (např. výtvarná složka/Art Department) a pokud natáčení probíhá v zahraničí, často obsazují tyto pozice svými lidmi, které si přivezou. Česká republika se svými bohatými zkušenostmi v poskytování služeb zahraničním produkcím však má v současné době k dispozici zkušené filmové pracovníky, kteří na mnoha produkcích mohou tyto klíčové pozice zastávat, což svědčí o tom, jak důvěryhodnou filmovou destinací se Česká republika stala.

Vedle těchto vedoucích profesí najímá produkce samozřejmě také velké množství jak odborných, tak neodborných pracovníků do “štábových“ pozic včetně dělníků pro stavbu dekorací, řidičů a dalších.

2.2.3. Význam infrastruktury a odbornosti

Přestože finanční stimuly zůstávají důležitým lákadlem, producenti vědí, že skutečný přínos pro rozpočet filmu může být maximalizován tam, kde je místní infrastruktura dostačující na to, aby zajistila požadované služby v místě a za místní ceny.

Silný domácí produkční sektor může přispět k přilákání “přenosných“ produkcí tím, že zajišťuje, aby místní pracovníci štábů a společností poskytujících služby a zařízení představovaly pozitivní ekonomický přínos. V opačném případě náklady na dovoz těchto lidí a služeb převáží nad úsporami, které by poskytly samotné finanční stimuly. Je proto důležité, aby země dokázala poskytnout vysoce schopné místní štáby. V řadě zemí tito lidé získali zkušenosti prací na domácích produkcích, ačkoli v případě České republiky byla zcela neobvykle infrastruktura, kterou vyžadovaly zahraniční produkce, rozvinuta a vybudována právě samotnými zahraničními produkcemi.

Z hlediska místních úřadů může k podstatnému dlouhodobému přínosu zahraničních produkcí dojít pouze na základě rozvoje místního průmyslu včetně infrastruktury a odborných pracovníků. Tam, kde existuje prosperující místní průmysl, vynakládají zahraniční produkce větší část svých rozpočtů na místní štáby, služby a vybavení, namísto aby je přivážely.

Vlády nebo film commissions objevily několik způsobů, jak podporovat rozvoj vysoce schopných místních štábů a infrastruktury. Některé země, např. Irsko, požadují, aby zahraniční produkce zaměstnaly na svých projektech určitý objem místních štábů, praktikantů nebo nováčků, jako nezbytnou podmínku pro využití daňových či finančních stimulů při natáčení v této zemi.

V menších zemích je těžké vytvořit infrastrukturu mezinárodní úrovně, protože jí domácí průmysl nedokáže uživit a využít. Je třeba, aby se obě odvětví vyvíjela souběžně. S ohledem na růst celkové filmové produkce by se mělo investovat do infrastruktury pro udržení stávajícího objemu zahraničních produkcí, jakož i pro umožnění růstu domácího filmového průmyslu.

Česká republika zdělila infrastrukturu ve formě Barrandovských studií. Byly to tyto kapacity, které na počátku přilákaly zahraniční produkce a reklamy do Prahy a to vedlo k rozvoji další infrastruktury v zemi. Infrastruktura vybudovaná kontinuálním procesem je využívána jak domácími, tak zahraničními produkcemi, což umožňuje celému filmovému sektoru, aby se rozvinul do udržitelé podoby.

2.3. Financování filmu

2.3.1. Hollywoodský model

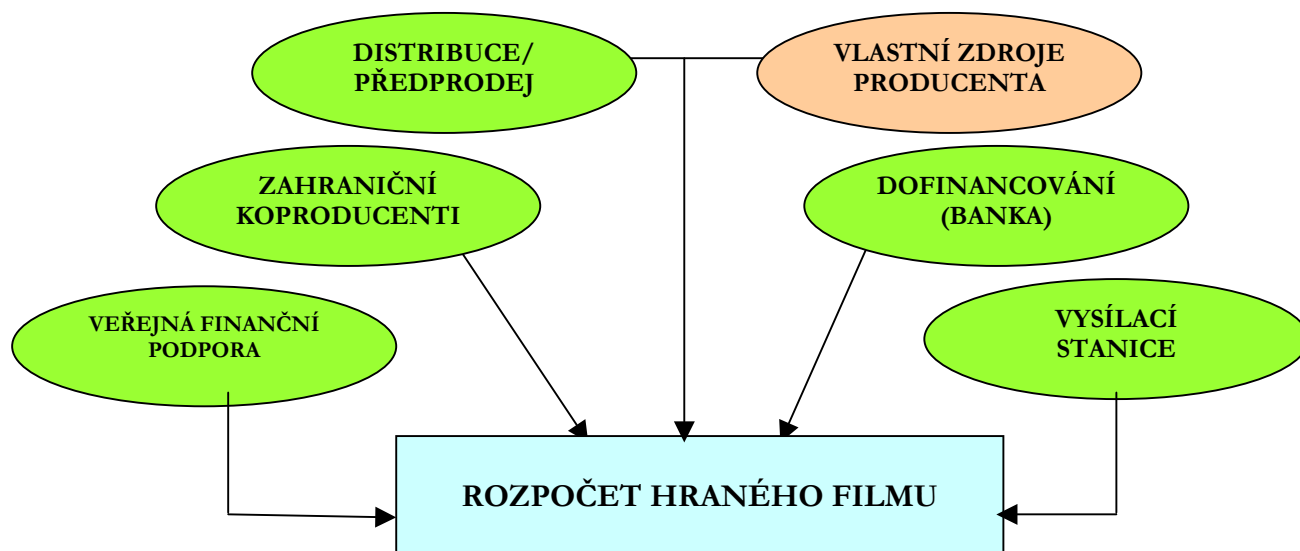
Existuje sedm hlavních hollywoodských studií – 20th Century Fox, The Walt Disney Company, Sony, Metro-Goldwyn-Mayer (vlastníkem je dnes rovněž Sony), Paramount Pictures, Universal a Warner Bros. Tato studia dokážou financovat a kontrolovat téměř každou fázi hodnotového řetězce od filmových ateliérů, kde své filmy natáčejí, po jejich distribuci v kinech a médiích na celém světě. Tím, že jsou aktivní ve všech částech hodnotového řetězce, dokážou tato studia financovat své produkce ze zisků z distribuce svých produktů. Studia mají prospěch z křížového propojení mezi četnými filmy a platformami a snižují tak riziko, které je obvykle velmi vysoké u investice do pouze jediného filmového projektu.

K minimalizaci svých rizik využívají studia rovněž zahraničních daňových výhod a stimulů (zejména německého systému daňových úlev a do určité míry také končího britského finančního stimulu, paragraf 42). Banky a finanční garanti jsou ochotni spolupracovat s velkými studii, protože jsou součástí velké nadnárodní korporace s význačnou obchodní minulostí a s širokým portfoliem investic.

2.3.2. Nezávislý (nehollywoodský) model

Nezávislé filmy, tj. filmy, které se vyrábějí mimo systém studií, jsou financovány z řady různých zdrojů od veřejných grantů až po soukromé investice.

Níže uvedený diagram naznačuje, jak mohou tyto zdroje přispívat do celkového rozpočtu filmu.



Investice veřejného sektoru je často základním kamenem nezávislého filmu a pomáhá aktivovat další finanční zdroje ze strany soukromého sektoru. Veřejné fiskální stimuly mohou mít řadu forem, jako např. filmové fondy a daňové úlevy. Každý typ veřejné investice má své vlastní požadavky a podmínky návratnosti. Je charakteristické, že stimuly pro film jsou zaměřeny na povzbuzení produkční aktivity z ekonomických anebo kulturních důvodů – podpora zaměstnanosti, lokální vynakládání prostředků na služby, podpora národní/regionální kultury, atd.

Investoři vstupující do produkce nezávislého filmu jsou obvykle obchodní společnosti, které očekávají navrácení financí a investují výměnou za zajištění určitých práv. Vysílací média mohou nabízet financování výměnou za licenční práva, distributoři mohou poskytnout finanční prostředky za práva pro specifická teritoria, atd. V některých případech mohou dokonce investovat do filmu bohatí jednotlivci nebo společnosti, přestože takové případy jsou velmi omezené.

2.3.3. Veřejná podpora filmového průmyslu

Za účelem ochrany a využití globálního trhu, v jehož rámci filmový průmysl funguje, a za účelem ochrany kontinuální produkce kulturně specifických domácích filmů podporují prakticky všechny země s vyspělým filmovým průmyslem, a dokonce i ty s relativně málo rozvinutým průmyslem, svůj sektor národního filmu. Jen v Evropské Unii vynakládají vládní instituce na podporu filmu přibližně 1,43 miliardy EUR ročně⁴. Navíc jsou v řadě zemí zavedeny regionální produkční stimuly a v některých případech jsou stimuly poskytovány na úrovni měst.

Jedinými výjimkami jsou dvě země, v nichž je příslušný domácí trh dostatečně velký, aby udržel filmářskou aktivitu bez větší intervence veřejného sektoru. Jsou to samozřejmě Spojené státy americké (“Hollywood”) a Indie (“Bollywood”). Přesto se i ve Spojených státech objevují signály, že veřejná intervence bude nutná, zejména ve státu Kalifornie, kde již byly zavedeny finanční stimuly, aby byl omezen počet odcházejících produkcí, a také ve státech jako např. New York

⁴ *Variety Deal Memo* (únor 2003), vedle podpory produkce jsou zde zahrnuty také školící prostředky a archivace.

(který má jak státní, tak městský stimul), Illinois a Louisiana, které využívají řady mechanismů atraktivních pro produkci, aby vybudovaly svůj vlastní audiovizuální sektor.

2.3.4. Evropské financování filmu

Veškeré evropské filmy se vyrábějí spojením veřejných a soukromých peněz; ve skutečnosti by v Evropě bez podpory veřejného sektoru nebylo možné vyrábět nezávislé filmy. SPI odhaduje, že typický rozpočet evropského filmu se skládá přibližně ze 60% z veřejných zdrojů a zbytek finančních prostředků pochází ze zdrojů soukromých jako je předprodej, dofinancování bankou nebo koprodukce formou vložení filmových služeb a zařízení.

Evropský nezávislý filmový sektor je velmi roztržštěný, zahrnuje značný počet malých společností, které většinou pracují pouze na několika málo projektech současně. Tyto projekty sebou nesou extrémně vysoká rizika – ve finančním světě se všeobecně předpokládá, že z každých deseti vyrobených filmů bude sedm ztrátových, dva skončí v bilanční rovnováze a jeden bude natolik úspěšný, že zaplatí ty ostatní. Malé společnosti, kterým zabere vývoj jediného filmu několik let, proto nepředstavují pro finanční sektor atraktivní investiční příležitost, vzhledem k tomu, že není možné křížové propojení mezi úspěšnými a neúspěšnými filmy. Navíc nejsou tyto malé společnosti často dostatečně kapitalizovány, což nutí samotné producenty k uzavírání nevýhodných distribučních dohod, aby opatřily finance na produkci.

2.3.5. Význam koprodukcí

Mezinárodní koprodukce jsou ve stále větším měřítku způsobem financování nezávislých i studiových filmů. Tímto způsobem má producent přístup k veřejnému financování od dvou zemí, protože film je “národním” produktem obou (nebo více) zemí. To je zejména výhodné pro země s poměrně malým domácím trhem, což znamená, že finanční zdroje na hrané filmy jsou pochopitelně omezené. Koprodukce umožňují producentům plánovat projekty s vyšším rozpočtem, které pak mají možnost uplatnit více komerčních prvků. Pro filmového tvůrce znamená navýšení finančních prostředků lepší šanci na natočení filmu. Všeobecně to znamená, že se výrazně zvýší celkový objem peněz, který je k dispozici národnímu filmovému průmyslu. “Chudším” zemím je umožněn přístup k fondům, které jsou k dispozici v jiných zemích.

Vzhledem k poklesu zdrojů soukromého financování nezávislých filmů jsou producenti čím dál tím více ochotni rozhlížet se po zdrojích veřejného financování svých filmů ve stále vzdálenějších místech. To ukazuje za prvé, že je mezinárodním produkcím k dispozici vzrůstající množství možností financování a za druhé, že prostřednictvím rozvoje technologie se proces produkce stal výrazně mobilnější.

Je typické, že evropské filmy bojují o úspěch mimo domácí trh. Ideální koprodukce, které spolupracují po ekonomické i po kulturní linii, mohou vyústit v projekt, který zaujme na různých trzích. Koprodukce se skutečným tvůrčím vkladem mnoha stran mají možnost veřejného uvedení a tržního úspěchu v partnerských teritoriích.

Z těchto důvodů vykazuje v současnosti mnoho evropských zemí stabilně rostoucí počet mezinárodních koprodukcí. Velká Británie zaznamenala od roku 1999 do roku 2003 zdvojnásobení počtu koprodukcí – tento vzestup lze chápat jako přímý důsledek zavedení daňového stimulu (paragrafu 48) ve Velké Británii v roce 1997 a následného růstu aktivity “prodeje a zpětného pronájmu” (tzv. sale and leaseback).

Evropské koprodukce se řídí Evropskou úmluvou o filmové koprodukci, která stanovuje umělecký, tvůrčí a technický příspěvek každého z koprodukčních partnerů. Dále stanovuje rámcový systém v oblasti finančních příspěvků, využití technických zařízení, autorských práv a zahrnuje bodovací systém stanovující, jaké typy filmů se kvalifikují jako evropské.

Evropské koprodukce mohou dále využívat fond Rady Evropy *Eurimages*, který podporuje koprodukci, distribuci a promítání evropských filmů. Příspěvky *Eurimages* do rozpočtu filmů jsou spíše středního rozsahu, menším koprodukcím v Evropě může však *Eurimages* poskytnout rozhodující finanční prostředky.

3. Český filmový průmysl

3.1. Zadání

Ministerstvo kultury České republiky zadalo SPI provedení strategické studie ekonomického vlivu českého filmového průmyslu.

Zadání vyžadovalo, aby SPI stanovil ekonomický a finanční přínos filmového průmyslu a aby podal doporučení, jak by politicko-strategické iniciativy mohly napomoci filmovému průmyslu sehrát ještě pozitivnější úlohu při stoupající prosperitě a kvalitě života v České republice.

Při vypracování této studie se SPI setkal s naprostým nedostatkem zásadních a oficiálních údajů o českém produkčním sektoru. Za účelem shromáždění těchto údajů provedl SPI dotazníkový průzkum společností fungujících v České republice v těchto sektorech.

Tato část zprávy pojednává o údajích získaných z tohoto průzkumu. Začíná vysvětlením metodologie použité pro stanovení ekonomického dopadu tohoto průmyslu, dále následuje přehled celého sektoru.

Pro účely této zprávy se SPI zaměřil na tři podsektory v rámci filmového průmyslu. Jsou to:

- produkce českých filmů
- příchozí zahraniční produkce/zahraniční zakázky
- produkce reklam

Tato zpráva obsahuje zjištění SPI v oblasti všech prvků zadání, včetně:

- popis českého produkčního sektoru z hlediska shromážděných ekonomických údajů (v této části)
- popis přínosů poskytovaných filmovou produkcí
- přehled forem podpůrných mechanismů, které používají vlády na celém světě k podpoře filmové produkce
- doporučení strategického přístupu k podpoře českého filmového sektoru

SPI navíc poskytl v přílohách popis praktik uplatňovaných v mezinárodním filmovém průmyslu a jejich detailní rozbor – prezentovaný jako případová studie – týkající se podpory poskytované v australském státě Victoria a v Kanadě.

3.2. Metodologie

V zemích s vyspělým filmovým průmyslem, a dokonce i v těch, kde tento průmysl ještě nedosáhl takové úrovně, jsou uznávány výhody, které film přináší místní i globální ekonomice. Přesto existuje překvapivě málo studií o ekonomickém vlivu průmyslu na jednotlivé oblasti nebo země.

Česká vláda dosud neměla k dispozici údaje ilustrující velikost a charakter filmového sektoru své země. Nebylo proto možné správně stanovit hodnotu filmového a reklamního průmyslu. Pro účely této zprávy SPI shromáždil a vyhodnotil údaje od společností pracujících v oblasti produkce a postprodukce a od poskytovatelů produkčních zařízení a služeb, přičemž se soustředil na následující ekonomické ukazatele sektoru:

- objem produkce (vynakládané prostředky)
- zaměstnanost
- přínos hrubému národnímu produktu
- daňový přínos

V České republice byl proveden podrobný dotazníkový průzkum společností angažovaných v oblasti filmové produkce. Dotazník vyžadoval od společností údaje za roky 2003 a 2004. Společnosti poskytly podrobné finanční údaje na bázi přísné důvěrnosti – z tohoto důvodu jsou veškeré číselné údaje v této zprávě uvedeny v souhrnu a nejsou uváděny podle jednotlivých filmových projektů nebo společností.

Hodnocení SPI je dále založeno na číselných údajích, které publikovala APA (Asociace producentů v audiovizí) a které poskytlo české ministerstvo financí a další veřejné zdroje. Informace byly také shromažďovány prostřednictvím konzultací s českými a zahraničními producenty, představiteli české vlády a nezávislými filmovými orgány.

Tato zpráva popisuje význam filmového průmyslu pro Českou republiku tím, že zobrazuje jeho současný rozsah a vliv na českou ekonomiku. Pro možnost jednoduchého porovnání jsou všechny částky v této zprávě uvedeny v amerických dolarech. Tam, kde byly údaje získány v českých korunách, použil SPI příslušný průměrný směnný kurz platný v letech 2003 a 2004.

3.3. Násobící koeficient

Studie ekonomického vlivu určitých sektorů nebo aktivit provádějí kalkulace na základě skutečně vynaložených prostředků a zohledňují následný dopad těchto vynaložených prostředků, které i nadále cirkulují v rámci lokální ekonomiky země nebo regionu, dokud nejsou vynaloženy na importované zboží a služby, a tím z tohoto regionu odcházejí. Pro výpočet tohoto dopadu používají ekonomové tzv. “násobící koeficient”.

Ekonomický dopad aktivit, jakou je filmová produkce v České republice, prochází třemi různými kanály:

- Přímý dopad: zaměstnanost a činnosti vzniklé na základě přímých nákladů vynaložených na vlastní aktivitu, např. honoráře štábu
- Nepřímý dopad: zaměstnanost a aktivita podporovaná v následných částech hodnotového řetězce např. v důsledku toho, že české filmové společnosti nakupují zboží a služby v České republice od českých dodavatelů. Sem patří i práce související s výrobou zařízení/vybavení a služeb, které produkce používají
- Odvozený dopad: zaměstnanost a aktivita podporovaná těmi, kteří jsou přímo nebo nepřímo zaměstnáni filmovým průmyslem, a utrácejí své příjmy za zboží a služby v oblasti širší české ekonomiky

Násobící koeficient se používá pro výpočet sumy nepřímého a odvozeného dopadu na českou ekonomiku, zejména ve vztahu k zaměstnanosti a přidané hodnotě sektoru v dodavatelském řetězci českého filmového průmyslu, a také ve vztahu k zaměstnanosti a přidané hodnotě plynoucí z utrácení prostředků těmi, které přímo nebo nepřímo filmový průmysl zaměstnává.

Ekonomické násobící koeficienty běžně používané při stanovení dopadu filmové produkce se pohybují od minimální hodnoty 2,0 (použil jej např. Oxford Economic Forecasting ve zprávě pro

britský filmový výbor – UK Film Council *Ekonomický přínos britského filmového průmyslu v roce 2005*) po nadhodnocení koeficient 3,0 (použit např. v materiálu *Ekonomický vliv filmového průmyslu na Colorado* vypracovaném pro coloradskou film commission v roce 2003). SPI usoudil, že je vhodné použít nejkonzervativnější násobící koeficient 2,0.

3.4. Ekonomický vliv českého filmového průmyslu

3.4.1. Objem produkce

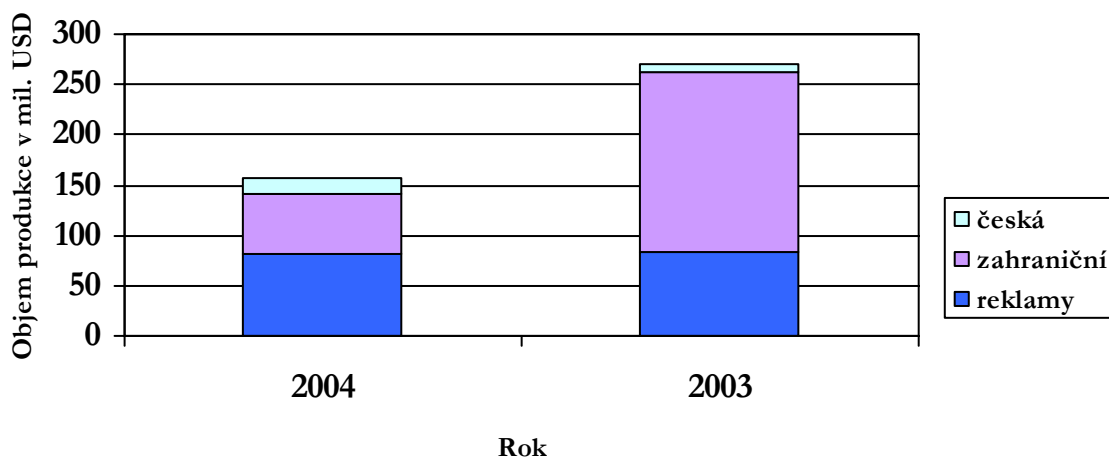
V roce 2004 byl objem produkce filmu a reklamy 160 miliónů USD (4 112 miliónů Kč). Nastal tak podstatný pokles ve srovnání s předchozím rokem, který zaznamenal objem produkce ve výši 270 miliónů USD (7 621 miliónů Kč).

Tento objem produkce neboli prostředky vynaložené na výrobu filmů a reklam má rovněž nepřímý a odvozený dopad. Níže uvedená tabulka ukazuje, že v průběhu let 2003–2004 došlo k výraznému poklesu dopadu objemu produkce.

Celkový objem produkce		
	2004	2003
Přímý	160 miliónů USD	270 miliónů USD
	4 112 miliónů Kč	7 621 miliónů Kč
Nepřímý a odvozený	160 miliónů USD	270 miliónů USD
	4 112 miliónů Kč	7 621 miliónů Kč
CELKEM	320 miliónů USD	540 miliónů USD
	8 224 miliónů Kč	15 242 miliónů Kč

Níže uvedená tabulka ukazuje úroveň objemu produkce v letech 2003 a 2004 u zahraniční produkce, české produkce a reklamy. Ukazuje, že celkově největší pokles mezi rokem 2003 a 2004 byl zaznamenán v sektoru zahraniční produkce.

Graf 1: Objem Produkce



3.4.2. Příspěvek k hrubému domácímu produktu

Standardní metodologií pro kalkulaci přímého příspěvku sektoru k hrubému domácímu produktu je změření jeho “přidané hodnoty“, což je kalkulace jeho zisků před zdaněním plus vyplacené mzdy a honoráře.

Na tomto základě odhaduje SPI, že při objemu produkce ve výši přibližně 160 miliónů USD (4 112 miliónů Kč) byl v roce 2004 celkový příspěvek českého sektoru filmové produkce k hrubému domácímu produktu přibližně 68 miliónů USD (1 748 miliónů Kč).

Bylo to značně méně než v roce 2003, který zaznamenal celkový příspěvek sektoru filmové produkce k hrubému domácímu produktu ve výši 105 miliónů USD (2 964 miliónů Kč).

3.4.3. Zaměstnanost

Pracovní síla sektoru filmové produkce je ve všech zemích z velké části tvořena členy štábu na volné noze, kteří obvykle intenzivně pracují – zpravidla 12 hodin a více denně – 5 až 6 dní v týdnu po různě dlouhá období v průběhu roku. Přestože některé společnosti v sektoru mají řadu stálých zaměstnanců (tzn. místa s pevným platem), většina pozic v produkci jsou místa časově omezená. V důsledku toho je obzvlášť důležité uvádět číselné údaje o zaměstnanosti jako ekvivalenty plného úvazku⁵, což poskytuje jasnou metodologii srovnání s jinými sektory, kde je zaměstnanost spíše na plný úvazek.

“Štábové“ profese neboli jednotlivci na volné noze najímané na práci ve filmové produkci obvykle smluvně zajišťuje produkční společnost nebo společnost poskytující produkční služby, která v dané zemi za projekt odpovídá. Ačkoli běžná praxe v mnoha zemích je taková, že produkční společnost odpovídá za najímání celého štábu pro všechny jeho složky, v České republice se pro některé složky štábu najímá specializovaná společnost, která poskytuje balík služeb, včetně najmutí veškerých pracovníků ve vztahu ke své složce.

Toto je nejzřetelnější v oblasti stavby dekorací. Stavba dekorací tradičně představuje jednu z klíčových konkurenčních výhod České republiky, protože u některých typů filmu tvoří značný podíl rozpočtu a Česká republika byla dosud schopna kombinovat velmi vysokou kvalitu práce s nízkými pracovními náklady. Stavební dělníci často přijíždějí z mimopražských oblastí, což představuje cenný zdroj zaměstnanosti pro potenciálně ekonomicky potlačené oblasti.

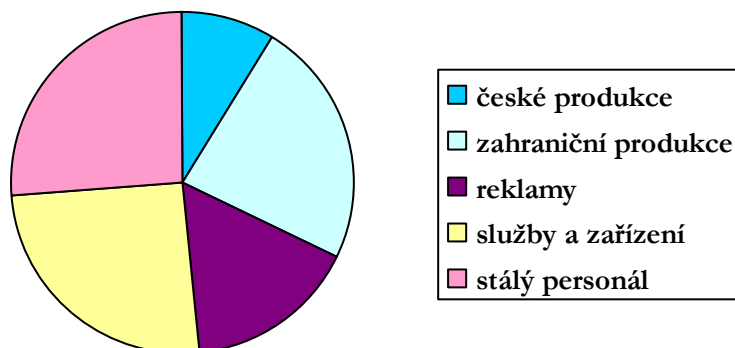
SPI odhaduje, že zaměstnanost v sektoru české filmové produkce ve všech typech produkce odpovídala v roce 2004 celkem přibližně 4 850 ekvivalentům plného pracovního úvazku (FTE).

Níže uvedený graf ukazuje, kolik ekvivalentů plného úvazku poskytl:

- štáb pracujících na českých produkcích
- štáb pracujících na zahraničních produkcích
- štáb pracujících na reklamách
- pracovníci společností poskytující zařízení a služby, např. stavba dekorací
- placené práce na plný úvazek (zaměstnanci) ve všech společnostech sektoru

⁵ FTE = Full Time Equivalent Job/ekvivalent plného pracovního úvazku. Tento výpočet je založen na předpokladu, že 1 800 hodin ročně = ekvivalent plného pracovního úvazku/FTE.

Graf 2: Ekvivalenty plného úvazku ve filmové produkci 2004



Práce na volné noze v rámci mezinárodních a českých filmů, na reklamách a pro společnosti poskytující služby a zařízení vysoko převyšuje počet míst na plný úvazek, které jsou v tomto sektoru k dispozici. Sektor zahraniční produkce vytvořil podstatně více ekvivalentů plného pracovního úvazku než sektor české domácí produkce.

SPI také odhaduje, že průměrná odměna placená pracovníkům českého štábu pracujícím na zahraniční produkci je přibližně o 40% vyšší než průměr vyplácený českou produkcí. Za určitých okolností může být tato skutečnost pro jednotlivé české producenty pracující s omezenými produkčními rozpočty problematická, když zjistí, že očekávání kvalifikovaných českých filmových pracovníků vzhledem k výši honorářů narostla. Obecně však zahraniční produkce zvyšuje jejich kvalifikaci a vyššími honoráři umožňuje, aby titíž lidé účtovali českým produkcím méně.

3.4.4. Příspěvek k příjmu z daní

SPI vypočítal přibližný příspěvek českého sektoru produkce k příjmu z daní na základě předpokladů a odhadů daní z příjmů, zaměstnaneckých daní a daní podnikových. Produkční sektor představuje v hodnotovém řetězci zprostředkující článek a lze proto předpokládat, že nebyl vybrán žádný výnos z DPH. Aby bylo možné pochopit úroveň daní nepřímě podpořených činností filmové produkce, byl zde použit stejný násobící koeficient jako při kalkulaci dopadu vynaložených prostředků na zaměstnanost a příspěvek k HDP.

Odhaduje se, že v roce 2004 přispěl český filmový průmysl k příjmu z daní částkou 28 miliónů USD (719 miliónů Kč).

Níže uvedená tabulka ukazuje odhad SPI přímého daňového příspěvku různých oblastí sektoru:

Příjmy z daní	
Daně z příjmu	22 miliónů USD
	565 miliónů Kč
Zaměstnanecké daně	2,8 miliónů USD
	72 milióny Kč
Podnikové daně	3,2 miliónů USD
	82 milióny Kč
CELKEM	28 miliónů USD
	719 miliónů Kč

Při použití násobícího koeficientu 2,0 na tyto příjmy se celkový příspěvek sektoru k daním, včetně daní zaplacených společnostmi a jednotlivci nepřímo podporovanými produkční činnostmi, odhaduje na 56 miliónů USD (1 438 miliónů Kč).

Příjmy z daní x 2,0	
Daně z příjmu	44 milióny USD
	1 130 miliónů Kč
Zaměstnanecké daně	5,6 miliónů USD
	144 milióny Kč
Podnikové daně	6,4 miliónů USD
	164 milióny Kč
CELKEM	56 miliónů USD
	1 438 miliónů Kč

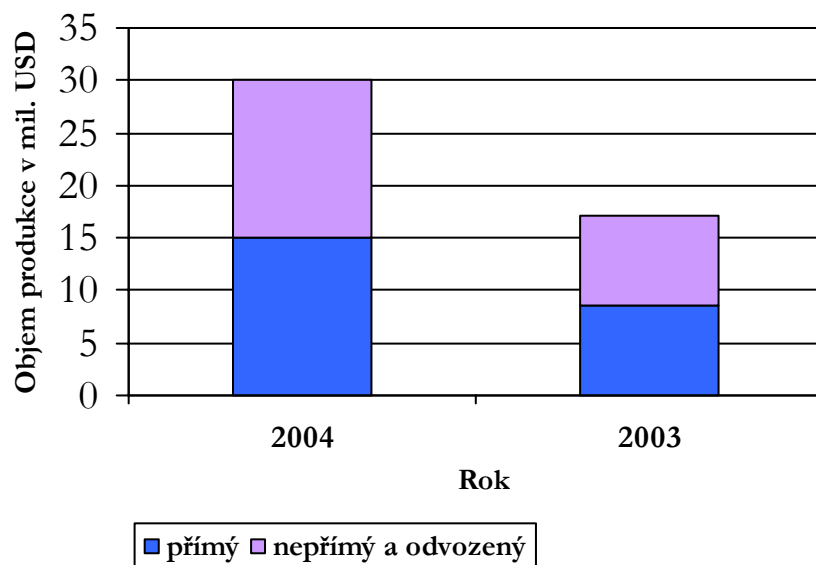
3.5. Česká filmová produkce

V průměru se vyrobí 15 až 20 českých filmů ročně. Podle údajů, které shromáždil SPI, se podle typu vyráběného filmu jejich rozpočty pohybují od 500.000 USD až (velmi zřídka) do 3 miliónů USD. Obecně je však pro české filmy těžké sehnat prostředky na rozpočty vyšší než přibližně 1 milión USD.

V roce 2004 se objem produkce českých celovečerních hraných filmů odhaduje přibližně na 15 miliónů USD (386 miliónů Kč). To představuje význačný vzestup vůči roku 2003, kdy bylo zaznamenáno vynaložení prostředků na produkci ve výši pouze 8,6 miliónů USD (243 miliónů Kč).

Níže uvedený graf ukazuje přímý objem produkce v roce 2003 a 2004 a dále také nepřímý a odvozený objem produkce.

Graf 3: Objem produkce českých hraných filmů

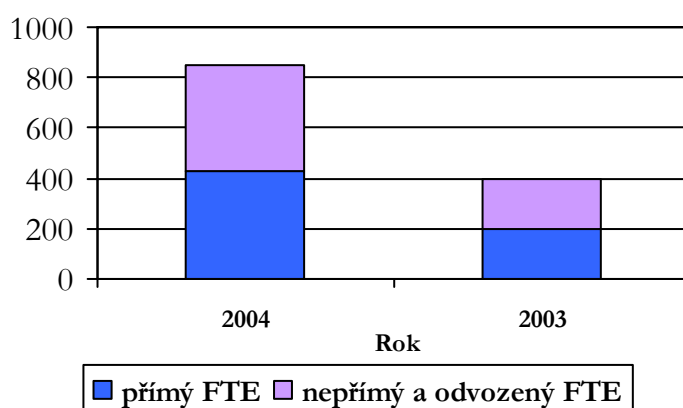


S ohledem na nízký počet vyráběných filmů a na jejich nízké rozpočty lze tento dramatický nárůst aktivity vysvětlit jednoduše tím, že se jeden nebo dva filmy vyrobily za vyšší než průměrný rozpočet (např. 2 milióny USD).

V roce 2004 poskytla produkce českých celovečerních hraných filmů přibližně 425 přímých ekvivalentů plného pracovního úvazku. V roce 2003 poskytl sektor české produkce pouze okolo 200 ekvivalentů plného pracovního úvazku.

Níže uvedený graf ukazuje celkový počet pracovních míst, která poskytl sektor české produkce, a to přímých, nepřímých a odvozených.

Graf 4: FTE na české produkci



Jak již bylo uvedeno, průměrné honoráře na většině těchto pozic jsou nižší než při práci na zahraničních zakázkových produkcích. Navíc se zdá, že sektor české produkce zaměstnává při výrobě filmů méně členů štábu, než jak je běžné u zahraničních filmů. Je pravděpodobné, že tato

skutečnost je přímým důsledkem nižších rozpočtů obvyklých u českého filmu, což naučilo české filmaře využívat “úspornější” způsoby a metody práce.

Následující tabulka udává zdroje financování českých celovečerních hraných filmů v roce 2003 dle údajů SPI.

Zdroj	% financování
Fond kinematografie	5%
Česká televize – hotovostní	27%
Česká televize – bezhotovostní	14%
Další TV stanice – hotovostní	31%
Zdroje mimo ČR – hotovostní	2%
Jiné zdroje – hotovostní i bezhotovostní	21%

Je pozoruhodné, že při absenci podstatnějšího veřejného financování a při prakticky nulovém zájmu ze strany mezinárodních finančních trhů je financování českých filmů do velké míry odkázáno na hotovostní i bezhotovostní příspěvky TV stanic.

V průměru dosahují české filmy okolo 25% podílu na místním trhu, pokud jde o návštěvnost kin. Toto procento je velmi vysoké ve srovnání s většinou evropských zemí, kde podíl národních filmů na domácím trhu zřídka přesáhne 5–10%. Jen málo zemí, z nich zejména Francie a Dánsko, má dostatečně silný filmový průmysl na to, aby domácí filmy toto procento značně přesáhly – francouzské filmy v některých letech dosahují až 35%. V zemích s takovýmto typem podílu na trhu je všeobecně uznáváno, že silná filmová tradice a kultura, v níž je prostřednictvím domácích příběhů na plátně reprezentována domácí identita a kultura, přináší důležité kulturní a sociální výhody. Vlády proto poskytují své domácí filmové produkci značnou, dlouhodobou a strategickou podporu.

Popularita českých filmů na domácím trhu naznačuje, že tu existuje silný potenciál k tomu, aby filmy mohly hrát významnější úlohu při posílení a zachování národní identity České republiky. Přes velký podíl českých filmů na domácím trhu, byla v roce 2003 návštěvnost kin kolem 1,19 návštěvy na osobu. To je relativně nízké číslo – mnoho jiných evropských zemí má roční návštěvnost 3,5–5,0 na osobu. To ukazuje, že má Česká republika zapotřebí “rozvoj” obecnstva a výstavbu kin, což by celkově vedlo k tomu, aby se návštěva kin stala pro české publikum skutečně pravidelnou zábavou. SPI se domnívá, že nejúčinnějším způsobem, jak toho dosáhnout, by bylo stavět na popularitě českého filmu poskytnutím většího objemu finančních prostředků na vývoj a produkci českých filmů, což by zvýšilo jejich kvalitu a v závěru by to vedlo k vytvoření většího zájmu obecnstva o film celkově.

Průzkum SPI ukazuje, že český film navzdory domácímu úspěchu není příliš úspěšný na zahraničních trzích. Ačkoli vláda investuje do filmových událostí ve vlastní zemi⁶, pro podporu a propagaci exportu českého filmu a pro umožnění českým filmovým tvůrcům využívat potenciální příjmy ze zahraničí bylo učiněno jen velmi málo.

⁶ Státní podpora filmového průmyslu zůstává stejná od roku 2003 s nejvyšším podílem (62,8 miliónů Kč) na filmové festivaly jako např. Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary a Mezinárodní filmový festival pro děti a mládež Zlín.

Dále je třeba upozornit na to, že Česká republika nevyužívá plně Evropskou úmluvu o filmové koprodukcii. Nízká úroveň veřejného financování znamená, že Česká republika nabízí potenciálním koprodukčním partnerům příliš malé stimuly k tomu, aby sem přijížděli. Tento nedostatek koprodukcí odporuje současným trendům a praktikám v Evropě, kde od roku 1999 došlo ke vzrůstu počtu koprodukcí, jak dokazuje níže uvedená tabulka.⁷

Země	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Švédsko	10	18	9	9	13	14
Francie	35	34	46	57	78	37
Itálie	8	8	22	17	12	15
Německo	30	28	26	45	26	27
Česká republika	3	4	5	1	4	6
Maďarsko	2	4	2	5	1	4
Slovenská republika	3	3	2	5	7	1

Kromě toho, že koprodukce pomohly nezávislým producentům k výrobě filmů, byly v některých zemích (specificky také v České republice) prostředkem, který umožnil hollywoodským filmům přístup do mechanismu prodeje a zpětného pronájmu existujícímu ve Velké Británii a to i u filmů natočených v zemích s nižšími cenami jako např. Česká republika. Vzhledem ke změnám v britských zákonech nebude toto už nadále možné. SPI se domnívá, že většina výše uvedených českých koprodukcí byla ve skutečnosti těmito mezinárodními produkcemi. Z tohoto důvodu je objem klasických koprodukcí mezi evropskými producenty nižší, než je uvedeno.

Nízký počet koprodukcí v České republice má přímý dopad na produkční rozpočty českých filmů. V důsledku toho mohou čeští producenti jen zřídka riskovat mimo oblast nízkonákladových žánrů (tj. příběhy ze současnosti).

SPI je pevně přesvědčen, že pro ochranu místního filmového sektoru musí Česká republika poskytnout větší úroveň financování na vývoj a produkci domácích filmů a musí se aktivně snažit přilákat do České republiky větší počet mezinárodních koprodukcí.

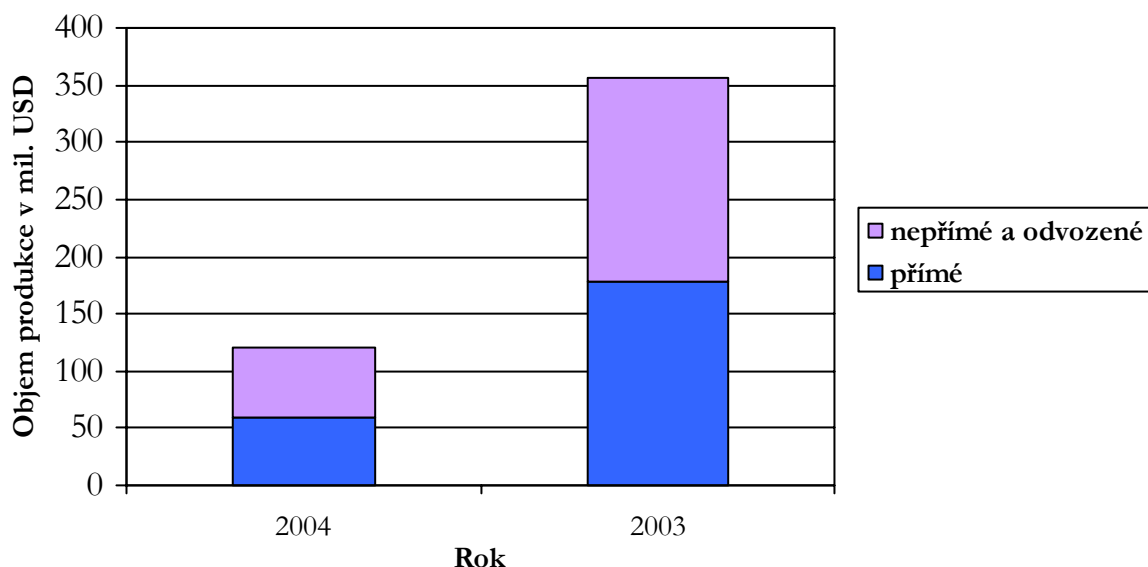
3.6. Příchozí zahraniční produkce

Objem příchozích zahraničních produkcí v roce 2004 se odhaduje na 60 miliónů USD (1 542 miliónů Kč). To je výrazný pokles ve srovnání s předchozím rokem, který zaznamenal přibližně 178 miliónů USD (5 024 miliónů Kč) prostředků vynaložených při produkci zahraničních celovečerních filmů.

⁷ Zdroj: Focus 2005, World Film Market Trends (Trendy světových filmových trhů), European Audiovisual Observatory (EAO)

Níže uvedený graf ukazuje tento pokles přímého objemu zahraniční produkce a následný pokles sumy jeho přímých, nepřímých a odvozených dopadů. Vezmeme-li v úvahu násobící koeficient, je ekonomická ztráta přibližně 150 miliónů USD.

Graf 5: Objem produkce zahraničních filmů



Hlavními důvody tohoto znepokojujícího poklesu jsou:

- pokles hodnoty amerického dolaru, díky němuž se produkce mimo USA prodává
- dojem, že náklady udávané v České republice v českých korunách už nejsou tak nízké jako dříve
- rostoucí počet jiných zemí konkurujících na základě nižších cen, které se nabízejí jako místa pro natáčení

V nedávné době pak došlo k řadě dalších vážných událostí ve vývoji, které v průběhu několika příštích let pravděpodobně způsobí České republice další problémy.

- 20% daňový stimul, který nabízí Maďarsko a který upoutal značnou pozornost mezinárodní produkční komunity
- nejistota ohledně budoucnosti mechanismu prodeje a zpětného pronájmu ve Velké Británii. Toto schéma přivedlo do České republiky přes Velkou Británii řadu amerických produkcí

Zahraniční produkce natáčející v České republice téměř vždy spolupracují s místním producentem v oblasti produkčních služeb, který je najat, aby zabezpečil a smluvně zajistil veškeré služby potřebné k produkci. V České republice dominuje sektoru produkčních služeb jen několik silných hráčů. V roce 2004 proběhlo přes tři hlavní společnosti poskytující produkční služby 70% zahraničních produkcí. V roce 2003 představovaly tyto tři hlavní společnosti 55% trhu.

Prezentovaná částka prostředků vynaložených na výrobu zahraničních celovečerních filmů vzniká spojením dvou forem vynaložených prostředků:

- produkční rozpočet na část filmu natáčenou v České republice včetně honorářů českého štábu a plateb za pronájmy a využití zařízení
- odhad dalších prostředků vynaložených v České republice zahraničním producentem filmu, které nejsou vypláceny prostřednictvím místního producenta poskytujícího služby, jako např. ubytování a diety zahraničních členů štábu, kteří přijeli do České republiky v souvislosti s produkcí. V průměru se tyto dodatečné vynaložené prostředky pohybují v rozmezí 10 – 25% rozpočtu na část filmu natáčenou v České republice.

Země, které jsou obecně zdrojem produkcí přijíždějících do České republiky, jsou na základě údajů z dotazníkového průzkumu:

- Spojené státy americké
- Velká Británie
- Německo
- Francie
- Kanada
- Itálie

SPI odhaduje, že v roce 2004 samotný sektor zahraniční produkce poskytl Čechům 1 100 ekvivalentů plného pracovního úvazku. Pokles v objemu produkce ve srovnání s rokem 2003 měl však za následek ztrátu přibližně 600 ekvivalentů plného pracovního úvazku, které poskytl filmový průmysl přímo, a celkem 1 200 ekvivalentů podporovaných přímými, nepřímými a odvozenými dopady mezinárodní produkce.

Nemělo by se zapomínat, že vzhledem k neobvyklé praxi ve filmovém průmyslu v České republice tu navíc existuje značný počet pracovníků štábu, kteří jsou pro práci na produkci nájímáni prostřednictvím specializovaných společností, jako např. společnosti pro stavbu dekorací. Ačkoli nejsou k dispozici žádné údaje o rozdělení těchto ekvivalentů plného úvazku mezi mezinárodní a český film, poskytují servisní společnosti v produkčním sektoru dalších celkem 1240 ekvivalentů plného pracovního úvazku.

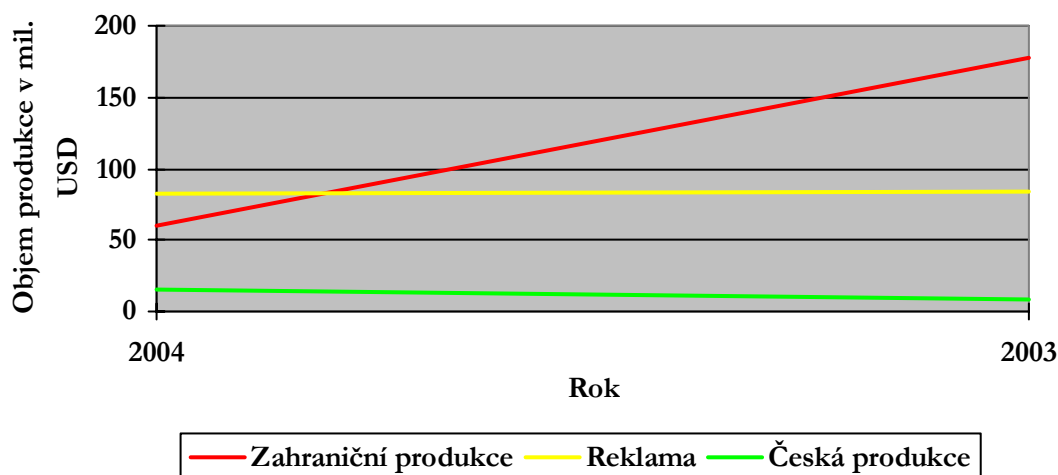
3.7. Produkce reklam

Vedle domácích českých reklam je Praha a Česká republika místem natáčení velkého množství zahraničních reklam. Široká škála lokací, která je zde k dispozici ve smyslu scenérie a architektury, poskytuje možnost natáčení reklam pro mnoho rozdílných trhů, kde se zdánlivě prezentují známé scenérie a architektura. V řadě případů mohou být reklamy určené pro více trhů, ale přizpůsobené specificky každému z nich, úsporně natočeny v České republice s využitím různých herců pro relevantní aspekty reklamy. Vysoký standard produkčních zařízení, která jsou k dispozici, v kombinaci s dobrou kvalitou životní úrovně v České republice ji činí velmi zajímavou destinací pro reklamní sektor.

SPI odhaduje, že v roce 2004 byl objem produkce reklam v České republice přibližně 82 miliónů USD (2 107 miliónů Kč). S nepřímým a odvozeným dopadem bylo celkově vynaloženo 164 miliónů USD (4 214 miliónů Kč). Objem produkce zůstává víceméně stabilní proti roku 2003, kdy byl zaznamenán ve výši 84 miliónů USD (2 371 miliónů Kč).

Níže uvedená tabulka ukazuje, jak příznivý je objem produkce reklam ve srovnání s objemem produkce českých filmů a příchozích zahraničních filmů.

Graf 6: Objem produkce reklam ve srovnání s objemem filmové produkce české a zahraniční



Produkce reklam rovněž poskytla v roce 2004 odhadovaný počet 770 ekvivalentů plného pracovního úvazku a celkem (včetně nepřímo podporovaných) 1 540 ekvivalentů plného pracovního úvazku.

Konzultace se sektorem naznačují, že jeho aktivita je v průběhu několika uplynulých let stabilní, existují však obavy, že by země s nižšími cenami mohly vytvořit novou konkurenci.

Rozpočty zahraničních a českých reklam se přirozeně často hodně liší. Analýza SPI odhaduje, že mezinárodní reklama má produkční rozpočet v průměru okolo 600 000 USD, zatímco průměrný rozpočet české reklamy je okolo 85 000 USD.

Ačkoli je obchodní činnost u reklamního sektoru stabilní, čelí tento sektor při natáčení v Praze a v České republice stejným problémům jako producenti celovečerních hraných filmů a společnosti poskytující produkční služby. Jde zejména o problémy se získáním povolení k natáčení na některých pražských lokacích ve veřejném vlastnictví.

Všeobecně se uznává, že produkce reklam může být hnací silou filmového sektoru. Nejenže vytváří pracovní příležitosti pro filmové pracovníky i v případě, že není práce na hraném celovečerním filmu, ale často také značně využívá domácí zařízení a služby včetně studií, postprodukčních firem, společností pronajímajících vybavení, atd. To udržuje tyto společnosti v chodu, zajišťuje, že je místním filmovým producentům k dispozici infrastruktura a – což je nejzásadnější – umožňuje těmto společnostem, aby účtovaly místním českým filmovým producentům s nízkými rozpočty nižší sazby. SPI je proto hluboce přesvědčen, že je nutné reklamní sektor chránit a že by se měla veškerá vládní strategická rozhodnutí ohledně filmového sektoru činit ve shodě s producenty reklam.

4. Přínosy filmové produkce

4.1. Přehled

Vlády na celém světě stále více chápou, že přínosy plynoucí z filmové produkce odehrávající se v jejich zemi nebo v regionu jsou důležité a zároveň různorodé. Produkce může poskytnout jak výhody kulturní, zejména v zemích, kde je domácí filmový sektor rozvinutý a vyspělý, tak benefity ekonomické, u nichž hodnota ekonomického přínosu závisí na míře vynakládání prostředků ze strany domácích i zahraničních produkcí. Kulturní identita národa nebo regionu může být prostřednictvím vyprávění místních příběhů na velkém plátně mezinárodně vyjádřena, posilována a propagována. Vynakládání prostředků v souvislosti s produkční aktivitou přináší pracovní příležitosti, růst kvalifikace a produktivity v dané zemi.

Vlády řady zemí s méně vyspělým filmovým sektorem si většinou uvědomují kulturní hodnotu filmu a význam vyprávění místních příběhů místním lidem. Je však také nutné zdůraznit, že všechny země vyrábějící filmy mohou prosperovat z exportu těchto kulturních produktů, a využívat tak stále více ziskového globálního filmového průmyslu a zároveň poutavě šířit pozitivní renomé své země po celém světě.

V dalším textu je zkoumána škála přínosů filmové produkce. Jsou to mimo jiné:

- kulturní přínos
- obecný ekonomický přínos
- propojení s dalšími politicko-strategickými programy
- exportní příležitosti
- zaměstnanost
- rozvoj kvalifikace
- cestovní ruch
- sociální přínos

4.2. Kulturní přínos

Kulturní politika řady zemí je tradičně klíčovým argumentem pro podporu filmové produkce. Film jako kulturní produkt představuje univerzální a snadno přístupný prostředek pro vyjádření a reprezentaci místní kultury a národní identity. Film může poskytnout zábavu a zároveň posílit vnímání občanství a společenského porozumění. S ohledem na potenciál masové konzumace těchto produktů umožňuje filmová tvorba místním režisérům prezentovat příběhy kulturně specifického formátu. Posiluje a upevňuje tak svou úlohu jednoho z pilířů národní umělecké identity. Filmový průmysl umožňuje škálu projevů a v důsledku toho je soubor této kulturní nabídky pro publikum bohatší a rozmanitější.

Kulturní přínos filmové produkce však nutně závisí na objemu a hodnotě realizované produkce. Nízkorozpočtové filmy samozřejmě mohou být kulturně velmi hodnotné. Nicméně tam, kde je pro produkci k dispozici více finančních prostředků, se filmovým tvůrcům poskytuje větší možnost vyprávění příběhů, jaké chtějí vyprávět, a způsobem, jakým je chtějí vyprávět. V České republice jsou filmoví tvůrci v důsledku nízké úrovně

financování nuceni soustředit se ve své tvorbě na současné příběhy. Nemají žádnou nebo jen malou příležitost experimentovat s jinými žánry, jejichž výroba je dražší.

4.3. Obecný ekonomický dopad

Ve všech zemích a regionech pomáhá stabilní úroveň filmové produkce vytvářet a udržovat škálu sdružených společností v rámci následujících kategorií:

- společnosti nabízející produkční služby a zařízení
- postprodukce
- distribuce
- uvádění v kinech a na DVD/video

Tyto společnosti poskytují práci a přispívají ke všeobecné ekonomické aktivitě země. Ekonomický dopad prostředků vynaložených na produkci se neomezuje pouze na přímo vynaložené prostředky, ale vztahuje se rovněž na pracovní příležitosti, obrát a daně zaplacené společnostmi v produkčním dodavatelském řetězci. Dále také na utrácení prostředků lidmi, kteří jsou přímo nebo nepřímo zaměstnáni ve filmové produkci.

Filmová produkce také přispívá k růstu regionálních a národních mediálních ekonomik, protože vytváří vztahy s jinými ekonomikami. Ve vyspělé filmové ekonomice se řada filmů produkovaných v určitém regionu nebo zemi vyrábí jako koprodukce s jednou nebo více produkčními společnostmi. Koprodukce zvyšují investice do vývoje a výroby filmového projektu, což obvykle vede ke kvalitnějším výsledkům. Ty jsou často kulturně významnější a zároveň mají lepší komerční vyhlídky doma i na mezinárodní scéně.

Za účelem maximalizace místních, sekundárních a terciárních vynaložených finančních prostředků je důležité mít k dispozici vysoce kvalifikovaný místní produkční sektor. Než aby si zahraniční produkce přivážely na dobu natáčení schopné lidi, kteří zaručují požadované zkušenosti, schopnosti a produkční náklady, je mnohem výhodnější mít k dispozici tyto kvalifikace a služby na místě. To umožňuje, aby větší podíl místních výdajů na produkci zůstal v regionu jak krátkodobě, tak střednědobě poté, co tato produkce odejde.

Česká republika má v tomto ohledu velmi dobré postavení, protože zde již existují kvalitní zařízení, produkční a postprodukční společnosti a je domovem vynikajících a početných štábů. Existence spolehlivých místních společností poskytujících produkční služby znamená, že je Česká republika v pozici, aby si udržela většinu přínosů plynoucích z vynaložených prostředků s jejich minimálním únikem.

4.4. Propojení s dalšími politicko-strategickými programy

Film byl dosud prezentován jako zdroj velkého množství kulturních a ekonomických přínosů. Prostřednictvím vztahů s dalšími formami aktivit, kulturních nebo jiných, se však jeho dopad výrazně zesiluje.

Film je ústřední hnací silou řady kreativních oborů. Poskytuje příležitosti, zkušenosti, zaměstnanost a rozvoj lidem a společnostem pracujícím v příbuzných oborech jako je televize, reklama a grafický design. Technické i výtvarné schopnosti a dovednosti jsou mezi těmito obory často přenosné. Je pravděpodobné, že podpora poskytnutá jednomu bude mít přínos i pro další.

Tato skutečnost je široce uznávána vládami na všech úrovních – místních, regionálních i celostátně – a je v souladu se vzrůstajícím zájmem o rozvoj kreativního průmyslu jako atraktivní, ekologicky čisté a společensky užitečné ekonomické aktivity se značným obchodním a exportním potenciálem. Místní i národní vlády už delší dobu vytvářejí strategické rozvojové plány, které se prostřednictvím kreativního průmyslu zaměřují na řadu záležitostí veřejné politiky od zvyšování kvalifikace po regeneraci, regionální rozvoj, obchod a export.

Zejména v Evropě bude tvůrčímu průmyslu (včetně filmu) věnována stále větší pozornost jako hnací síle tzv. “znalostní ekonomiky“. Se stále rostoucím počtem zemí, které mohou konkurovat v průmyslových a výrobních sférách na základě nízkých nákladů, je nezbytně nutné, aby se Evropa přeměnila na ekonomiku, která je konkurenceschopná na základě znalostí obsažených v jejích obchodních činnostech a vzdělávacích institucích, zejména v oblasti technologie a inovace. Právě tyto formy činnosti jsou základem *Lisabonského programu* Evropské Unie, který byl poprvé vytvořen v Evropské radě v roce 2000 a znovu spuštěn v roce 2005 a který se snaží zajistit trvalý ekonomický růst, více kvalitnějších pracovních míst a větší sociální soudržnost. Film i kreativní průmysl zapadá do znalostní ekonomiky velmi snadno, protože v něm závisí na znalostech a zkušenostech vysoce hodnotného technického vybavení a produkčních technik.

S ohledem na tento rozsáhlý kontext, v jehož rámci filmový průmysl existuje, může být účinně dosaženo strategického rozvoje filmového sektoru rozpoznáním jeho propojení s jinými politicko-strategickými programy jako je rozvoj kvalifikace, místní strategie obnovy a podpora exportu.

4.5. Exportní příležitosti

Filmová distribuce je vpravdě globální záležitostí. Jako důležité centrum mezinárodní produkce je Česká republika v záviděníhodném postavení vzhledem ke své schopnosti exportovat film dvěma způsoby:

- export produkčních služeb zahraničním produkčním společností, které přicházejí natočit svůj film do České republiky
- export českého filmu pro obchodní využití na mezinárodním trhu prostřednictvím distribuce v kinech a dalšími přidruženými prostředky

České filmy s největším mezinárodním potenciálem se mohou prezentovat na celém světě, uvedením v kinech, v placené i volně dostupné televizi a prostřednictvím půjčování a prodeje video/DVD záznamů. Pro zemi to představuje cenný zdroj příjmů z exportu.

Mezinárodní prezentace domácích filmů také zvyšuje mezinárodní renomé místních herců a režisérů. Prostřednictvím globální distribuce těchto filmů přispívá k pozitivnímu obrazu země a národního kinematografického dědictví. Když dostane místní tvůrce příležitost pracovat v mezinárodním průmyslu, umožňuje to rovněž rozvoj jeho kariéry nad rámec, na který by bez kontaktu s mezinárodním průmyslem nedosáhl.

4.6. Zaměstnanost

Místní a zahraniční produkce přímo poskytují značnou finanční investici regionální ekonomice podporou mzdově náročné zaměstnanosti v audiovizuální oblasti. Tvůrčí profese (producenti, režiséři, herci), finance a účetnictví (produkční účetní, výkonní producenti), technický personál

(osvětlovací a zvukoví technici), řemeslníci (štukatéři, tvůrci dekorací, kostýmy, atd.), specializované služby (modeláři) a postprodukční pracovníci (filmoví střihači) představují vysoce kvalifikovaná pracovní místa, které přinášejí význačný příspěvek hrubému domácímu produktu země.

Potřeba širokého spektra místních služeb včetně ubytování a stravování, dopravních služeb, včetně místních dodavatelů zboží a služeb (obchody s nábytkem, květinářství, prádelny a řada dalších) navíc vytváří nepřímou zaměstnanost tisíců pracovníků.

4.7. Renomé a cestovní ruch

Česká republika je stále více propagována i mezi běžnými spotřebiteli jako místo pro natáčení filmů. Účinnější přístup českých filmů na mezinárodní trh by mohl přispět k celkovému vnímání České republiky jako “filmové země”. Touto formou propagace je možné zvýšit počet návštěvníků přijíždějících do země. Ti mohou být motivováni řadou skutečností souvisejících s filmem a mohou si přát navštívit místo, kde se určitý snímek natáčel. Tato motivace je částečně ovlivněna shlédnutím filmů vyrobených v České republice českými filmovými tvůrci.

Povědomí o filmu a místech jeho natáčení je podníceno nejen shlédnutím filmu, ale i díky mohutné reklamní kampani, jaká často provází velké filmové produkce. Propagační reklama a související články v tisku probouzejí širší zájem u místních i mezinárodních diváků o návštěvu země, kde se produkce filmu uskutečnila. Návštěvníci, kteří by jinak neuvažovali o České republice jako o atraktivní turistické destinaci, mohou chtít navštívit tuto zemi díky jejímu zveřejnění v mezinárodních médiích. Prostřednictvím mezinárodní distribuce filmů v různých formách (uvedení v kinech, DVD) se propagace České republiky uskutečňuje na rozličných trzích a přitom jsou pokryty také různé věkové kategorie. V případě filmů jako jsou např. *Mission: Impossible* (1996), *Brothers Grimm* (2005) a *Oliver Twist* (2005) bylo všeobecně a široce informováno, že se natáčely v České republice, což zvýšilo její viditelnost mezi evropskými i severoamerickými turisty.

4.8. Zvyšování kvalifikace

Při zvýšení produkce zejména vysokorozpočtových celovečerních hraných filmů získávají místní štáby cenné zkušenosti a příležitosti pro rozvoj svých schopností a dovedností. To znamená od stavby dekorací a návrhů po pokročilejší kvalifikace jako je zvuk, osvětlování a kamera. Zvýšený růst kvalifikace pracovní síly ve filmovém průmyslu napomáhá udržet produkce a hlavně napomáhá zemi, aby byla i nadále konkurenceschopná na zahraničním trhu. Navíc zde jsou přínosy v příbuzných sektorech, které mohou těžit z kvalifikace a zkušeností filmového sektoru.

Česká republika bude mít silnou pozici při využívání těchto přínosů produkce, protože má již nyní zkušené filmové štáby. Zahraniční producenti nemusí přivážet filmové pracovníky z jiných zemí. Zkušenosti a znalosti mohou tak být v České republice uchovány.

4.9. Společenský přínos

Film jako jeden z nejvýznamnějších a nejpronikavějších prvků kultury v moderní společnosti má “civilizační” vliv, který může mít své důsledky v řadě oblastí. Podle některých odborníků mezi ně může patřit například větší ochota občanů platit daně.

Vzkvétající filmový průmysl usnadňuje rozvoj kultury pohyblivých obrázků (“moving image culture”). Termín “mediální gramotnost” znamená i růst kritického povědomí o nástrojích a zprávách médií. Mediální gramotnost je rozšířením informační a komunikační schopnosti, která reaguje na měnící se charakter informací v naší společnosti. Mediálně gramotný jedinec je schopen produkovat, vytvářet a úspěšně sdělovat informaci v každé z jejích forem. Živý filmový sektor podporuje rozvoj mediálního povědomí a posiluje představu, že neustálý růst a soutěživost jsou v současném mediálním průmyslu zásadní.

5. Přehled politicko-strategických možností

5.1. Politicko-strategické možnosti

Většina rozvinutých zemí si uvědomuje přínos a nutnost podpory filmového průmyslu. Pouze v zemích jako jsou Spojené státy americké nebo Indie, jejichž domácí trh je dostatečně velký, aby uživil vlastní filmový průmysl, se větší intervence veřejného sektoru související s produkcí nepovažují za nutné. Přesto však i ve Spojených státech zavádí stále větší počet států finanční stimuly pro přilákání a udržení filmové produkce.

Jsou však velké rozdíly v tom, jak vlády chápou požadavky, dopady a přínosy filmového průmyslu. Celkově však existují tři hlavní typy přístupu k podpoře filmového sektoru:

- Aktivní účast na ochraně, rozšiřování a stanovení strategie filmového sektoru. Nabídka řady pomocných mechanismů od výcviku a vzdělávání po finanční nebo daňové stimuly na základě integrované strategie – příklady zemí, kde se uplatňuje tento přístup, jsou Velká Británie a Francie.
- Nabídka pomoci, která se soustředí na film pouze jako na kulturní aktivitu. Filmový průmysl přežívá většinou hlavně z ročních dotací státu na jednotlivé produkce. Znamená to, že audiovizuální sektor dostává dostatečnou subvenci, aby byl nadále udržen v chodu, nikoli však dostatečnou pro zajištění dlouhodobého růstu a stability.
- Nabídka finanční a logistické podpory pomáhá přilákat zahraniční filmové produkce s tím, že rozvoji místního filmového průmyslu se nevěnuje žádná nebo jen malá pozornost. Za prvořadé jsou považovány okamžité ekonomické přínosy z poskytování služeb mezinárodnímu filmovému průmyslu a nikoli dlouhodobé přínosy spojené s kulturní a společenskou rezonancí země. Tento postoj převažuje v některých zemích, které zažily přítomnost vysokorozpočtových hollywoodských produkcí, jako např. Malta a Rumunsko.

Formy mechanismů podpory produkce závisí na zvolené strategické prioritě. Hlavními mechanismy jsou:

- Filmové orgány na národní nebo regionální úrovni zajišťující koordinaci, strategii a podněty pro rozvoj filmového sektoru
- Fiskální stimuly – poskytované automatické finanční podpory a tím snížení reálných nákladů producentů na výrobu filmu v dané zemi
- Filmové fondy – investice do určitých filmových projektů
- Film commission – poskytování informací a rad filmovým tvůrcům a propagace země nebo regionu jako produkční destinace
- Spojení s vysílacími organizacemi veřejné služby – povzbuzení vysílacích organizací, aby investovaly do místní produkce, a prostřednictvím televizního vysílání vybudovaly pro místní producenty cesty na trh
- Výcvikové a vzdělávací strategie – zajišťují, aby kvalifikace sektoru byla v souladu se strategickými prioritami politicko-taktických záměrů
- Schémata rozvoje společností – umožňující obchodním společnostem dlouhodobý strategický přístup v podnikání

5.2. Národní a regionální filmové orgány

Všechny vyspělé filmové ekonomiky mají vládou financovaný národní orgán filmového nebo audiovizuálního sektoru, jehož práce umožňuje dialog mezi tímto sektorem a vládou a zajišťuje, aby do realizace národní strategie sektoru byly integrovány všechny prvky hodnotového řetězce filmu a všechny aspekty filmu (kulturní i ekonomické). Ve Velké Británii, ve Francii, ale i jinde se ukázalo, že tyto vládní programy mohou být velmi účinné pro sjednocení sektoru a prosazování strategie.

V mnoha zemích existují vedle národních filmových orgánů také regionální orgány pro filmový nebo audiovizuální sektor, jejichž úkolem je zajistit ekonomický přínos produkce lokacím mimo hlavní město země (někdy se jedná o ekonomicky méně rozvinuté oblasti) s využitím audiovizuální aktivity jako způsobu ochrany a konsolidace místní kultury mimo celostátní úroveň.

V uplynulých letech se objevil trend vytváření asociací nebo filmových agentur. EFADs je asociace evropských národních filmových agentur a Cine Regio je asociací regionálních filmových fondů v Evropě. Tyto zastřešující organizace se tam, kde to bylo nutné, účinně spojily a vystoupily nebo lobovaly ve specifických záležitostech – např. lobování v Evropské komisi v záležitostech státní pomoci ve vztahu k filmu.

Česká republika je atypická tím, že přestože má relativně vyspělý filmový průmysl, nemá vlastní národní filmový orgán, který by se mu věnoval. Rostoucí stupeň spolupráce mezi filmovými orgány ukazuje, jako důležité mohou být. Bez vytvoření své vlastní národní instituce bude Česká republika omezena v četných důležitých záležitostech souvisejících s audiovizuální produkcí v Evropě i mimo Evropu.

5.3. Fiskální stimuly

5.3.1. Přehled

Cílem fiskálních stimulů je podpořit domácí filmové produkce a přilákat produkce zahraniční prostřednictvím snížení reálných nákladů na výrobu filmu. Zavedení fiskálního stimulu je považováno za výhodnou investici, která může přinést zemi nebo regionu význačnou ekonomickou aktivitu. Velká řada zemí v Evropě už dosáhla povolení Státní podpory⁸ pro tuto formu podpory kulturnímu průmyslu na legitimním základě. Zvýšená produkční činnost má potenciál inspirovat uměleckou a kulturní kreativitu místních tvůrců a pozitivně působit na kulturní identitu a soudržnost národa.

V průběhu několika uplynulých let se objevují různé typy fiskálních stimulů a přístup k veřejnému financování je umožněn zavedením jednoho nebo kombinací následujících dvou druhů fiskálních stimulů:

- Stimuly související s daněmi: daňové bonusy, investiční stimuly, prodej a zpětný pronájem
- Stimuly související s náklady: kompenzace produkčních nákladů, slevy na náklady na práci, výhodné dohody o pronájmu zařízení

⁸ Povolení je pro filmový průmysl podle směrnic Evropské komise pro státní pomoc dostupné mnoha způsoby. Pro filmovou produkci je typickým způsobem vyplnění oznámení podle „Sdělení komise Radě, Evropskému parlamentu, Ekonomickému a sociálnímu výboru a Výboru pro regiony o jistých právních aspektech ve vztahu ke kinematografickým a jiným audiovizuálním dílům“ – také známé jako Směrnice pro podporu filmu (*Film Aid Guidelines*)

5.3.2. *Daňové stimuly*

Daňové stimuly jsou mechanismy, kdy je produkci poskytován přínos formou daňové výhody realizované soukromým investorem – jednotlivcem nebo společností. Tento druh struktur, které vznikly v USA v 80. letech minulého století, je někdy nazýván “daňovým štítem” (tax shelters). Příklady těchto systémů jsou (končí) Paragraf 48 a Paragraf 42 ve Velké Británii, Paragraf 481 v Irsku, německé mediální fondy (přestože tyto nejsou k dispozici pro produkce v rámci Německa) a nový maďarský stimul. Tento mechanismus všeobecně znamená zrychlený odpis, který je k dispozici filmovým produkcím souběžně s určitým druhem převodního procesu, jehož prostřednictvím se přesune daňová výhoda pro film (kterou producenti obecně nemohou využít, protože nemají dostatečný zdanitelný příjem) na soukromé investory se zdanitelným příjmem.

Výhodou těchto systémů je skutečnost, že podpora filmového sektoru pochází ze snížení daní zaplacených daňovými poplatníky a není přímou subvencí; proto je obtížné spočítat přesnou částku podpory, což je někdy politicky přijatelnější. Za druhé, tento druh investice do filmového sektoru vycházející z daňových výhod někdy znamená vážné investiční riziko investorů, kteří očekávají finanční návratnost (i když k tomu dochází méně často, než se tvrdí). Nevýhodou je, že se daňovým úřadům nemusí líbit fakt, že ekonomická aktivita v zemi směřuje k nižším daním, a dále, že tento druh systémů obnáší značné náklady na transakce – zejména právní a účetní náklady.

Tyto systémy, poté, co jsou zavedeny, nevyžadují přímou administrativu ze strany státního úřadu. Vyžadují však potvrzení pro produkci, že má na zrychlený odpis skutečně nárok. Tento “potvrzovací” proces je v řadě případů spojen s osvědčením o národním statutu požadovaném u koprodukcí nebo je s ním dokonce totožný.

Například v Irsku podle Paragrafu 481 daňového zákona mohou jednotliví i korporáční investoři odepisovat 88% z investice do filmů, které splňují požadavky na lokálně vynaložené prostředky, a to až do výše 15 milionů EUR. Producent může čerpat z řady těchto investic v rámci jistých limitních částek a požadavků na lokálně vynaložené prostředky. V důsledku toho může dosáhnout čistého přínosu ve výši přibližně 12% rozpočtu do maximální částky přibližně 2 milióny USD. Jak lze očekávat, v důsledku tohoto limitu je stimul pro velké zahraniční produkce méně atraktivní, než by jinak mohl být.

V roce 2003 vyhlásilo Maďarsko režim daňového stimulu s cílem přilákat zahraniční produkce k natáčení v Maďarsku. Je to komplexní systém vytvořený tak, aby produkci poskytl přínos až do výše 20% místně (v Maďarsku) vynaložených prostředků prostřednictvím investic od privátních subjektů. Tento mechanismus je v počátečních fázích, avšak ukazuje se, že první produkce obdržely o něco méně než deklarovaný 20% přínos.

Je nutné si povšimnout, že navzdory velké pozornosti, kterou maďarský stimul vzbudil zejména v České republice jako u nejbližšího přímého konkurenta, není dle názoru SPI konkrétně tato forma maďarského stimulu pro Českou republiku nejlepším modelem. Maďarský filmový sektor je v úplně jiné fázi rozvoje, protože neměl doposud vysoký objem zahraniční produkce, jaký zažila v uplynulém desetiletí Česká republika se všemi jeho důsledky na růst kvalifikace a infrastruktury. Musí být proto doporučena jiná politika na základě konkrétního kontextu země, v níž bude zavedena.

5.3.3. *Stimuly kompenzující náklady*

Druhá kategorie fiskálních stimulů je strukturovaná tak, že se na zprostředkování přínosu produkci nepodílejí soukromí investoři. Namísto toho existuje přímý vztah mezi produkcí a státem. Příklady jsou mimo jiné:

- kompenzace produkčních nákladů ve výši 12,5% lokálně vynaložených prostředků, která existuje v Austrálii a na Novém Zélandě
- kanadský národní (federální) a regionální (provinční) daňový bonus na pracovní síly, který je vypočten jako procento z nákladů filmu vynaložených na pracovní sílu
- nový systém fiskálního stimulu, který bude zaveden ve Velké Británii po vypršení platnosti paragrafů 42 a 48

První dva systémy jsou podrobněji vysvětleny v případové studii uvedené dále (Příloha 2). Ve všech těchto případech pochází nebo bude pocházet platba přímo od státu na základě podání žádosti a jejího schválení. Tento druh systémů vyžaduje přímější státní správu, není však spojen s jednotlivci nebo se společnostmi, které se snaží snížit své daňové zatížení. Navíc jsou tyto systémy účinnější a nevedou k velkým částkám, které jsou vypláceny “prostředníkům”.

Rozdíl mezi těmito dvěma metodami – daňovými stimuly a stimuly kompenzujícími náklady – je v mnoha ohledech podstatnější pro zemi, která tento stimul poskytuje, než pro produkci, která jej přijímá. V obou případech jsou pro produkci klíčovými faktory jistota, předvídatelnost a mechanismus začlenění stimulu do splátkového kalendáře výroby filmu.

5.3.4. *Případová studie*

Pro ilustraci rozdílných metod existujících pro financování produkce provedl SPI případové studie mechanismů uplatněných v australském státě Victoria, který provozuje fond rozdělovací prostředky dle vlastního uvážení, a v Kanadě, která má soubor fondů založených na nákladech vynaložených na práci. To vyžadovalo zkoumání struktury produkčních stimulů, které v těchto zemích existují, a to v kontextu jejich širší strategie rozvoje sektoru.

Victoria, Austrálie

Melbourne Film Office ve Victorii řídí státní fond rozdělovací finanční prostředky dle vlastního uvážení, Production Investment Attraction Fund (PIAF - Fond pro přilákání produkčních investic) zaměřený na povzbuzení produkcí zvažujících Austrálii jako lokaci, aby přišly do Melbourne. Tento fond je součástí palety strategií vybudovaných na základě financování veřejného sektoru a zahrnujících Central City Studios se sídlem v Melbourne v Docklands. Vedle 12,5% kompenzace produkčních nákladů, která je k dispozici všem velkým produkcím natáčeným v Austrálii, je tento fond v hodnotě 2 milionů australských dolarů (AUD) obzvláště účinný pro přivedení produkce do státu. Společně s fondem Regional Victoria Location Assistance Fund (RLAF), jehož roční rozpočet činí 400 000 AUD, vytvořil PIAF přes 91 milionů AUD jako ekonomický přínos nejen pro filmový a televizní průmysl, ale i pro širší ekonomiku státu Victoria. Vytvořené pracovní příležitosti a nárůst ve službách a dalších vydáních znamenal ve výsledku, že ekonomika státu Victoria získala 33 australských dolarů z každého dolaru, který Film Victoria investoval.

Melbournský úspěch je primárně postaven na skutečnosti, že si produkce hned zpočátku vybrala město Melbourne jako místo pro natáčení. Ve srovnání s jinými místy v Austrálii je atraktivní,

protože má atmosféru “jakéhokoli města v USA“, nebylo by však tolik úspěšné bez svého národního kompenzačního stimulu.

Z toho plyne poučení, že produkcím zvažujícím konkrétní zemi pro natáčení stačí navíc jen malý stimul, aby se pro toto konkrétní místo rozhodly. Stejným způsobem by mohl mít poměrně malý náklad ze strany České republiky významný dopad na objem produkce přicházející do země.

Kanada

Kanada má jak federální (tj. celostátní), tak provinční (tj. oblastní) stimuly, které jsou vázány na zaměstnávání místních pracovních sil. Tyto stimuly jsou k dispozici kanadským a v menším procentu také zahraničním produkcím. V zemi, kde je ústředním tématem příroda a podpora národní identity tváří v tvář zdrcující přítomnosti USA, je podpora amerických filmů politicky nepřijatelná. Na druhé straně je však zavedení stimulu vedoucího ke kanadské zaměstnanosti populárním politickým tahem.

Tato forma kompenzace související se zaměstnáváním by mohla fungovat v České republice, i když vzhledem ke skutečnosti, že zahraniční produkce už nyní zaměstnávají velký počet Čechů, je nepravděpodobné, že by došlo k dalšímu zvýšení české zaměstnanosti. Administrativně je tato forma podpory komplexní a zahraniční produkce jen obtížně stanovují, jaké procento z rozpočtu bude tento stimul představovat. Pokud by byl zaveden v České republice, nebyl by proveditelný podle pravidel Státní podpory EU.

5.4. Filmové fondy

V řadě zemí poskytují veřejné filmové fondy filmovým projektům financování na základě samostatného rozhodování nebo automatickým doplatkem do rozpočtu spíše než prostřednictvím mechanismů založených na daních. Strategické zaměření fondu může být kulturní nebo ekonomické, popřípadě obojí, a financování může být poskytováno pro vývoj scénářů a/nebo pro produkci. O čistě ekonomickém fondu viz výše v pojednání o fondu státu Victoria.

V roce 2002 přispěly stávající členské státy Evropské unie na produkci celovečerních hraných filmů z různých produkčních fondů částkou přes 400 miliónů EUR (není zde zahrnuta hodnota fiskálních stimulů)⁹. Navíc bylo poskytnuto přibližně 38 miliónů EUR na psaní a vývoj scénářů (včetně částky více než 13 miliónů EUR od samotného MEDIA Programme).

V oblasti vývoje podporují fondy jak individuální projekty, tak někdy i skupiny projektů (tzv. “balíky”/slates) vyvíjené určitými společnostmi. Podpora je nejčastěji nabízena formou “bezpostížné půjčky” (non-recourse loan). Takže investice se vrátí (s bonusem), pouze pokud jde film do výroby. Vzhledem k mnohem vyššímu poměru filmů vyvíjených ve srovnání s těmi, které se natočí, je financování vývoje velmi rizikové. Mnoho distributorů a dalších filmových společností je připraveno financovat produkci, nikoli však vývoj. V souladu s tím je ve většině zemí státní podpora společně s podporou veřejnoprávního vysílatele hlavním peněžním zdrojem na vývoj filmu. MEDIA Programme, z něhož těží Česká republika, je rovněž klíčovým finančníkem vývoje projektů.

Kromě investic do vývoje projektů je financování produkce veřejným sektorem základní součástí evropského filmového financování, které zvyšuje komerční investici distributorů, prodejných

⁹ Veřejné financování filmových a audiovizuálních děl v Evropě – European Audiovisual Observatory, 2004

agentů a bank. Fondy podporují práci národních filmových tvůrců, slouží k přilákání úspěšných herců na národní projekty a k zajištění toho, aby se produkce uskutečnila v dané zemi. Ve většině případů se tyto investice splácí za výhodných podmínek jako podíl na zisku po zaplacení nákladů producenta – v souladu tím se tento druh financování často nazývá “měkké peníze” (soft money). Některé fondy navíc poskytují filmu zařízení a služby za nízké ceny, jako např. studia ve veřejném vlastnictví.

Podpůrné mechanismy pro domácí filmové produkce někdy nabízejí producentům granty na základě diváckého úspěchu při uvádění filmů se specifickým strategickým cílem povzbudit divácky úspěšné filmy. Jiné fondy mohou poskytovat financování “obtížným” nebo umělecky/kulturně náročným filmům, které mají nižší tržní potenciál, a v důsledku toho by jinak pravděpodobně nebyly vyrobeny. Další fondy jsou zpřístupňovány komerčním filmům, které by jinak sice mohly být vyrobeny, nebyly by však vyrobeny v určité podporované zemi.

Souhrnně řečeno jsou investiční fondy v celé Evropě hojně využívány jako flexibilní způsob podpory celé řady různých politicko-strategických cílů.

5.5. Film commissions

Filmové komise (film commissions) představují místní styčný bod pro filmové produkční společnosti (domácí i zahraniční), které požadují informace, služby nebo kontakty. Důraz jejich práce je kladen na posílení atraktivnosti příslušných regionů pro filmovou, televizní a video produkci a na pomoc ve všech logistických záležitostech, kterým v rámci výroby může produkce čelit. Filmové komise jsou ve většině případů financovány národními vládami, institucemi pro financování filmů nebo programy ekonomického rozvoje.

Ve většině zemí tomuto účelu slouží kombinace národní organizace, která nabízí výhody země globálnímu průmyslu, s regionálními a/nebo městskými “filmovými úřady” (film office) které nabízejí produkcím pomoc, od informací o lokacích po parkování až po policejní záležitosti – další podrobnosti viz oddíl 6.2.4.

Současná česká film commission výborně odstartovala vydáním publikace Production Guide (průvodce pro produkci) a poskytováním určitého množství informací produkcím, které o České republice jako destinaci pro natáčení uvažují. SPI se však domnívá, že neobvyklá situace v České republice – kde je národní filmová komise financována samotným sektorem – je pravděpodobně dlouhodobě neudržitelná a může ve skutečnosti bránit růstu sektoru.

Fungující principy filmových komisí jsou definovány mezinárodní zastřešovací organizací, Association of Film Commissioners International (AFCI – Mezinárodní asociace filmových komisařů). V souladu s předpisy AFCI se filmové komise řídí určitými směnicemi:

- **Neziskovost** – Poskytují informace a služby národním a mezinárodním filmovým společnostem zdarma
- **Regionální propojení** – Filmové komise využívají své znalosti o místním a mediálním průmyslu pro zlepšení produkčních a natáčecích podmínek v rámci svých jednotlivých regionů. Fungují jako styčná plocha mezi průmyslem filmové produkce a povolujiícími orgány.
- **Informace** – Filmové komise jsou ústředním koordinačním a informačním místem pro veškeré problémy týkající se natáčení a produkce v jejich jednotlivých regionech. Poskytují informace o úřadech odpovědných za udělování povolení natáčení včetně

kontaktních jmen poskytovatelů služeb pro výběr a obhlídky lokací, obstarávání všech povolení, uzavírání ulic, vybavení atd.

- **Průvodce po lokacích (Location Guide)** – Filmové komise poskytují logistickou pomoc v záležitostech týkajících se výběru lokací. Vydávají a distribuují zdarma průvodce po lokacích formou online/offline databází nebo tištěných publikací.
- **Možnosti financování** – Filmové komise mohou také informovat místní produkce o regionálních a národních schématech financování včetně koprodukčních stimulů.
- **Marketing** – Filmové komise poskytují národnímu nebo regionálnímu průmyslu filmové produkce marketingové a PR služby (Public Relations – styk s veřejností). Filmové komise reprezentují svůj regionální filmový průmysl a filmový průmysl země jako celek na národních a mezinárodních veletrzích.

5.6. Vztahy s provozovateli veřejnoprávního vysílání

Ve většině evropských zemí stimulují veřejnoprávní a soukromá vysílací média místní filmovou a televizní produkci nákupem programů všeho druhu. V řadě případů jsou provozovatelé veřejnoprávního vysílání využíváni jako významný nástroj audiovizuální veřejné politiky tím, že od vlády obdrží jasný mandát na “vysílání veřejné služby“ na nákup a vysílání konkrétních žánrů. Navíc právní úpravy v oblasti audiovize stimulují stejnou měrou veřejnoprávní i soukromá vysílací média k investování minimálních částek do původní národní produkce.

Ve velkém počtu zemí je vysílacím médiím určena kvóta na investování do domácí filmové produkce a na její vysílání. V důsledku toho často fungují televizní vysílací organizace jako významní filmoví producenti a distributoři.

Navzdory skutečnosti, že průzkum obecnostva naznačuje, že původní filmová produkce často dosahuje v televizi vysoké sledovanosti, a že jsou producenti velmi závislí na vysílacích médiích jako na koproducentech, je vztah mezi filmem a vysílacími médii stále obtížný. Malé a soukromé vysílací organizace často argumentují, že původní produkce je nákladná a ekonomicky neospravedlnitelná tam, kde je trh velmi malý, a že získávání levných programů ze zahraničí lépe odráží domácí i mezinárodní ekonomické trendy. V důsledku toho čelí ti, kteří tento proces řídí, problémům při prosazování kvót a producenti stále více zjišťují, že vysílací organizace plní své závazky tím, že poskytují produkci “financování“ formou vnitřních služeb jako např. použití produkčních a postprodukčních zařízení. To může vytvářet problémy mnoha nezávislým producentům, kteří všeobecně při zahájení produkce filmu čelí problémům se splátkovým kalendářem.

5.7. Výcvikové a vzdělávací strategie

Úroveň vzdělávání a rozvoje kvalifikace poskytovaná pracovníkům filmového průmyslu souvisí obvykle kulturně i komerčně s kvalitou jeho filmů. To se týká jak štábů, tak řemeslníků a také lidí “above the line“ (producent, režisér, scénárista, hlavní herci). Filmové školy poskytují velkou pomoc vytvářením základny kvalifikace pro výrobu místního audiovizuálního obsahu.

Ukazuje se, že schopnost země přitahovat zahraniční filmy stále více závisí na vysoce kvalifikovaných filmových pracovnících a technících. Školy jsou faktorem přispívajícím k rozvoji kvalifikace v tomto sektoru.

Celkově je dobrá kvalita výcviku a vzdělávání pro rozvoj vyspělého filmového průmyslu zásadní. Souběžně s národní strategií sektoru by měly být vytvářeny vládou financované školicí a výcvikové programy, mají-li být obě linie efektivní.

Je zásadně důležité, aby veškerá česká vládní vzdělávací iniciativa měla jasnou strategii v oblasti kvalifikace svého filmového sektoru a aby poskytovala adekvátní výcvik směřující ke zlepšení kvalifikace jednotlivců pracujících v tomto konkrétním sektoru. Česká republika má štěstí, že těží z pověsti svých proslavených filmových škol jako je FAMU. Mimo tyto školy je však filmařům k dispozici jen velmi málo příležitostí k dalšímu výcviku a vzdělávání.

5.8. Iniciativy pro rozvoj filmových společností

Jedním z ústředních problémů, kterému filmoví tvůrci v Evropě čelí, je skutečnost, že struktura financování filmu vytváří velké překážky pro vytvoření stabilních, životaschopných společností. Většina filmových společností je beznadějně podkapitalizovaná, a musí proto prodávat práva na své filmy, aby dokázala financovat jejich výrobu. V důsledku toho producenti většinou pracují na bázi “projekt-od-projektu” a nejsou schopni vytvořit nebo uplatnit dlouhodobou strategii. Jsou zakládány iniciativy rozvoje společností, jejichž cílem je pomoci produkčním společnostem vyvinout integrované strategie růstu, které by jim umožnily dlouhodobou úspěšnou činnost.

Tato schémata jsou často zaměřena na společnosti v určitém podsektoru hodnotového řetězce jako např. produkce nebo distribuce. Často je však výhodnější svést dohromady společnosti z různých částí hodnotového řetězce. Iniciativy rozvoje společností se soustředí na záležitosti společností a obchodu, spíše než aby nabízely podporu jednotlivým projektům. Tato podpora by mohla být poskytována řadou forem:

- vzdělávací schémata
- poradenství
- propojovací akce

Bylo zjištěno, že iniciativy tohoto druhu mají silný dopad na rozvoj jednotlivých společností a podporují dlouhodobější přístup přinášející výsledky v oblasti výnosů a rozvoje.

6. Doporučení

6.1. Úvod

Jak se filmová ekonomika země rozvíjí, předstihuje její filmový sektor své konkurenty v přilákávání zahraničních produkcí tím, že poskytuje nižší ceny a také tím, že prezentuje domácí filmy vyrobené díky podnikatelskému duchu a vytrvalosti místních producentů. Začíná uvažovat o vytvoření určitých strategií rozvoje činnosti sektoru a o zajištění přínosů této činnosti pro širší ekonomiku.

S využitím základny, které České republice poskytuje její filmová tradice a schopnosti vytvořené v průběhu uplynulých patnácti let, nadešel čas, aby země učinila tento krok k dalšímu stupni rozvoje. Česká republika musí vytvořit a zavést dlouhodobé strategie filmového sektoru a realizovat typ vládní podpory charakteristické pro vyzrálé filmové ekonomiky většiny evropských zemí. Pouze to jí umožní další růst z postavení nízkonákladové filmové země do pozice vysoce ceněného filmového národa.

6.2. Potřeba celkové strategie a národního filmového orgánu k její realizaci

6.2.1. Úvod

Český filmový průmysl stojí na křižovatce. Sektor má příležitost ke stabilizaci a růstu, avšak aby mohl plně realizovat svůj potenciál, musí filmový průmysl a vláda zahájit dialog, který by přinesl užitek oběma stranám. Přestože pro pomoc sektoru k dosažení jeho potenciálů je zásadní větší finanční podpora, musí tato podpora být součástí souhrnné strategie, která se nezabývá pouze financováním filmů, ale také vývojem projektů, distribucí, prezentací, mezinárodní propagací, rozvojem kvalifikace a vzděláváním.

SPI se domnívá, že v České republice existuje příležitost pro takovou strategii, která by dlouhodobě přinášela viditelný a pozitivní účinek pro posílení tohoto průmyslu. Má-li se filmový průmysl i nadále těšit současným výhodám, je důležité, aby se vláda podílela na jeho udržování, ochraně a rozvoji.

Existuje řada metod podpory filmového průmyslu, jak je podrobně uvádí kapitola 5. S ohledem na současnou podobu českého filmového průmyslu doporučuje SPI sérii opatření určených k uspokojení potřeb jak českého filmu, tak zahraniční produkce, která do země přichází.

Za účelem koordinace těchto aktivit SPI vřele doporučuje vytvoření národního filmového orgánu financovaného vládou. Všechny vyspělé filmové ekonomiky podporují své filmové sektory prostřednictvím takového orgánu – např. ve Velké Británii existuje Britská filmová rada (UK Film Council) založená v roce 2000 Ministerstvem pro kulturu, média a sport (Department for Culture, Media and Sport) jako “nový strategický úřad pro rozvoj filmového průmyslu a filmové kultury ve Velké Británii, zdůrazňující význam filmu jako klíčové součásti kreativního průmyslu Velké Británie, který má celkový roční obrát téměř 60 miliard GBP”¹⁰.

¹⁰ UKFC website: <http://www.ukfilmcouncil.org.uk/aboutus/overview>

Český národní filmový orgán by mohl fungovat stejným způsobem za účelem rozvoje filmového průmyslu a jeho náplní by bylo:

- Vytvoření strategií podpory všech součástí filmového sektoru – vývoje, produkce, přilákání zahraničních produkcí, distribuce, uvádění filmů, vzdělávání, školení atd.
- Řízení a správa samostatně rozhodujícího Státního fondu kinematografie (viz dále)
- Vydávání osvědčení o oficiálním národním statutu pro české filmy
- Zprostředkování kontaktů mezi produkcemi a majiteli lokací za účelem zredukování byrokracie při povolování natáčení na lokacích
- Propagace českých filmů v zahraničí i doma a České republiky jako země pro natáčení

Takovýto orgán by fungoval jako prostředník mezi vládou a filmovým průmyslem, objasňoval by navzájem pozice obou stran a zprostředkoval by jejich komunikaci. Dále by bylo užitečné otevřít otázku filmu u státních úřadů; například vysvětlit, jak může film podpořit programy ministerstva místního rozvoje a ministerstva obchodu a průmyslu. Ukázat přínosy filmu a důvody, proč by je měly vzít v úvahu společnosti jako je např. CzechInvest. Ten v současné době definuje jím podporované “investice” způsobem, který neumožňuje podpořit příchozí investice ve formě filmové produkce. Ty jsou pro CzechInvest vynakládáním prostředků namísto jím podporovanou dlouhodobou “hmotnou” investicí.

6.2.2. Řízení a správa fondů

SPI doporučuje, aby se této funkce ujal někdo, kdo filmovému průmyslu dobře rozumí a – ideálně – má v tomto oboru značné pracovní zkušenosti. Zvážení potenciálního úspěchu filmu je komplexní záležitostí a vyžaduje tvůrčí vyhodnocení scénáře, režiséra a herců, tržní vyhodnocení nákladů s ohledem na tržní potenciál a vyhodnocení kompetence producenta, režiséra a zbývajících tvůrčích týmu k úspěšné realizaci projektu. Je proto nutné, aby rozdělování veřejných peněz do produkcí bylo prováděno s nejvyšší opatrností.

Pro zajištění účinnosti a efektivnosti správy fondů je důležité, aby proces rozdělování financí nebyl dlouhý a vleklý. Filmoví tvůrci žádající o finanční prostředky potřebují vědět, co mají očekávat, aby mohli s projektem pokračovat. Požadují rychlá rozhodnutí a minimální množství jednání. S ohledem na skutečnost, že většina filmových rozpočtů vyžaduje finanční prostředky z různých zdrojů, je prospěšné, aby dostaly veřejné dotace co nejdříve. Ty pak ovlivní možnosti získání příspěvků ze soukromých zdrojů. Kvalifikace (posudek) správce fondu může být producentům prospěšná také při hledání finančních partnerů projektu.

6.2.3. Propagace filmu doma a v zahraničí

Následující tři vzájemně související aktivity mohou být postaveny na pověsti země a na aktivech jako je Karlovarský filmový festival – stále významnější pro všechny východoevropské země – a Zlínský mezinárodní filmový festival pro děti a mládež.

Propagace českého filmu znamená realizaci strategií a vytváření kontaktů mimo zemi zajišťujících českým umělcům nejširší možnou prezentaci. Toho může být dosaženo prostřednictvím využití různých mediálních a mezinárodních událostí. Dalším důsledkem může být, že díky mezinárodní prezentaci se pak tito umělci dostanou k práci na hollywoodských projektech. I tímto způsobem by bylo dosaženo hlavního cíle – propagace České republiky a jejího bohatství filmového talentu.

Filmy mohou být využity v roli velvyslance země. České filmy, které se mezinárodně uvádějí, přispívají k propagaci země jako centra aktivity, talentu a možností pro investici a růst. Vzhledem k tomu, že Česká republika má pověst země s výrazným exportem a investičním růstem ve všech průmyslových odvětvích, může se mezi deseti novými členskými státy Evropské unie přirozeně situovat do vysoce kvalifikované pozice.

Ačkoli je Hollywood spokojen s využitím České republiky jako země pro natáčení, lze pro propagaci výhod země jako natáčecího místa pro zahraniční produkce udělat ještě mnohem více. České lokace by měly být na trhu prezentovány tak, aby vynikly výhody země (nejen nízké náklady, ale i větší možnosti ve výběru lokací než u konkurenčních zemí jako je Maďarsko a Rumunsko). V současné době nese Praha hlavní nápor většiny filmové aktivity, která se v této zemi odehrává. Prostřednictvím propagace dalších českých míst jako destinací pro filmové produkce lze udělat hodně pro zmírnění nerovnováhy a rozšíření přínosů filmové produkce s následným ekonomickým rozvojem ostatních regionů.

6.2.4. Zvládnutí problémů filmové produkce

Nový národní filmový orgán by navázal kontakt s příslušnými složkami vlády s cílem minimalizovat byrokracii pro produkce v České republice. Zejména v Praze, jejíž lokace v současné době zažívají většinu produkční aktivity, existuje prostor pro zjednodušení procesu získávání povolení pro natáčení na lokacích.

Čeští i zahraniční filmoví tvůrci, kteří chtějí natáčet v Praze, se u místních orgánů setkávají se značnou neochotou umožnit produkcím využít lokace pro natáčení. Je to problém struktury, který znamená, že zatímco jednotlivé pražské obvody zažívají nepříjemnosti spojené s filmovou produkcí, Magistrát hlavního města Prahy prosperuje a těží z přínosu prostřednictvím získání podílu poplatků za lokace a z ekonomického dopadu lokálně vynaložených prostředků. Výhledově si v důsledku toho mohou některé pražské obvody vytvořit vůči filmovým produkcím velmi negativní postoj. Další překážkou je, že lokační povolení nejsou standardizována a lokační poplatky nejsou pevné.

Je nutné učinit kroky k vyřešení požadavků a problémů obou stran, zejména s ohledem na vynakládané produkční náklady a znepokojení veřejnosti, k němuž může dojít, nejsou-li tyto záležitosti zohledněny. Město New York City je jedním z prvních, které si tento problém uvědomilo a ustanovilo Kancelář pro film, kina a vysílání (New York City Mayor's Office of Film, Theatre and Broadcasting¹¹), jehož cílem je být "jedinou zastávkou" pro veškeré potřeby a požadavky produkce v New York City a který zajišťuje lokační povolení stáhnutelná z internetu, bezplatnou policejní asistenci a informace o lokacích. Je to model, který v současné době chce v rámci svého postoje k filmové produkci převzít řada městských filmových kanceláří.

Je bezesporu obtížným úkolem vyhovět potřebám filmové produkce s jejími komplexními požadavky na záležitosti regulativního a statutárního charakteru, které vyvstanou při natáčení

¹¹ www.nyc.gov/html/film/index.shtml

projektu na lokaci. V Londýně vládla několik let dezorganizace. Dvanáct měsíců trvala rozsáhlá jednání mezi řadou různých orgánů, než byla v květnu 2005 slavnostně zahájena činnost Londýnského filmového partnerství (London Filming Partnership¹²). Více než osmdesát partnerů, mezi nimi všech 33 obvodů hlavního města, průmyslové orgány, hlavní pamětihodnosti, dopravní síť a policejní sbor spojilo síly a vytvořilo soustavu metod a opatření určenou pro uvítání a podporu filmové tvorby ve městě. Tato soustava obsahuje:

- Metropolitní policejní jednotku určenou k asistenci produkce
- Srozumitelný systém poplatků za natáčení v každém z třiceti tří obvodů
- Informační linii o natáčení pro místní obyvatele a filmaře (spravovanou oblastním filmovým pomocným orgánem Film London)
- Zvláštní slevy na ubytování a na hlavní lokace
- Větší koordinaci mezi všemi sektory pracujícími v produkci, která má vést k lepší komunikaci a k dalšímu rozvoji a iniciativám
- Průvodce “krok za krokem“ pro natáčení v hlavním městě
- Průvodce pro místní úřady, jak udělat z Londýna “město nakloněné filmu“

Tento srozumitelný soubor opatření je výsledkem dlouhého procesu vyjednávání. Skutečnost, že tolik organizací bylo schopno spolupracovat na vytvoření takového systému, ukazuje smysl a význam tohoto procesu.

6.2.5. Další záležitosti sektoru

Další aktivity na podporu filmu by mohly být:

- Zavedení a zachování formálního procesu pro osvědčení o českém statutu pro koprodukcce: české filmy i příjíždějící zahraniční produkce potřebují srozumitelný systém pro získání osvědčení o českém statutu. Jsou zapotřebí jasná pravidla a směrnice a také kvalifikovaný personál pro jejich správnou interpretaci. To by vyžadovalo rozvoj speciální právní odbornosti a kvalifikace pro vytvoření těchto směrnic a pro jejich realizaci.
- Monitorování změn a rozvoje s ohledem na revize směrnice TV bez hranic
- Pomoc rozvoji filmové kvalifikace a odbornosti v bankovníctví a pojišťovnictví
- Vedení záznamů předkládaných produkcemi – Aby byly v budoucnu k dispozici správné číselné údaje, podávaly by produkce národnímu filmovému orgánu po ukončení filmu zprávu s číselnými údaji. Ten by tyto zprávy zpracovával, aby mohl vysledovat účinnost podporných schémat a monitorovat sektor jako celek.

6.3. Samostatně rozhodující filmový fond

6.3.1. Přehled

V roce 2004 věnovala česká vláda prostřednictvím různých forem na podporu české kinematografie celkem 132 miliónů Kč (z toho 46%, tj. 62,8 miliónů Kč, bylo vloženo jen do filmových festivalů). Z této částky bylo věnováno na přímou podporu filmové produkce

¹² www.filmlondon.org.uk

prostřednictvím Státního fondu pro podporu a rozvoj české kinematografie pouhých 68,1 miliónů Kč. Tento fond je financován z kombinace poplatků – z prodeje vstupenek, příjmů z prodeje práv českých fondových filmů, navrácených půjček a z dalších příjmů. Ve své současné formě je však fond svým rozsahem neadekvátní.

SPI doporučuje, aby byl tento fond aktualizován na úroveň ostatních evropských filmových fondů vzhledem k objemu investičních částek a správě fondu.

Samostatně rozhodující fond bude i nadále sloužit pro rozdělování příspěvků dle vlastního uvážení na vývoj a produkci českých filmů a koprodukcí. Státní fond je v současné době financován z automatické dávky z prodeje vstupenek do kin. Novela zákona č. 241/1992S. o Státním fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie, která je v současné době projednávána v parlamentu, navrhuje poplatek ve výši 3 Kč z každé prodané vstupenky na pokladnách kin. Podle tohoto nového zákona by byl fond rovněž financován z poplatků z příjmů z reklamy vysílacích médií a z prodeje DVD a videonahrávek. Vedle financování z těchto zdrojů by do filmového fondu nadále plynuly příjmy z prodeje fondových filmů.

Pokud by měla být část činnosti zde doporučovaného samostatně rozhodujícího filmového fondu zaměřena na investice do filmů potenciálně komerčně úspěšných na mezinárodním trhu, existuje možnost – podle toho, jak “tvrdý” nebo “měkký” by fond chtěl být – aby byl částečně financován také prostřednictvím návratnosti z investic.

Aby fond dosáhl svého cíle, měl by být vypracován a přijat podrobný obchodní plán se směrnicemi pro strukturu fondu, jeho správu a charakter. Tento obchodní plán by měl vzít v úvahu oblast jako je způsobilost vedení, investiční kritéria, taktika/politika návratnosti, aplikační proces, řídicí orgány a dohled.

6.3.2. *Principy samostatně rozhodujícího fondu*

Než si filmy dokážou zabezpečit financování nebo než mohou vstoupit do přípravné fáze, potřebují projít důkladnou vývojovou fází, zejména jestliže mají dosáhnout úspěchu a vzbudit zájem zahraničních diváků. Některé prvky vývoje filmů mohou být např.:

- zabezpečení hlavních herců a tvůrců
- předběžný výběr motivů
- rozpočtování
- předprodej práv
- finanční zabezpečení

Faktem je, že české filmy jsou výrazně nedostatečně financovány a nedostávají žádné nebo jen omezené finanční prostředky zejména ve fázi svého vývoje. Tato skutečnost brání schopnostem českých filmových tvůrců v realizaci jejich plného uměleckého a obchodního potenciálu a omezuje kvalitu filmů vyráběných v České republice ve srovnání s jejími evropskými sousedy.

V současné době neumožňuje stávající nízká úroveň financování produkcí, aby si čeští filmoví tvůrci mohli vybírat z nejširší škály příběhů, které se jim nabízejí. Filmy vyráběné v České republice se většinou omezují na “levnější” formáty, zejména na příběhy ze současnosti. Zatímco se evropští producenti s nedostatkem finančních zdrojů stále více rozhlíží mimo hranice své země a hledají další možnosti financování z jiných zemí, realizuje Česká republika jen velmi málo

koprodukcí. Bez podstatného veřejného příspěvku na české filmy nemají mezinárodní producenti zájem o hledání koprodukčních partnerů v České republice.

Samostatně rozhodující filmový fond by byl strukturován tak, aby poskytoval peníze do vývoje a do produkčních fází filmů s oficiálním statutem českého/národního kinematografického díla. Předpokládá se, že by to přineslo řadu výhod:

- **Ochrana českých filmů na domácím trhu:** Film je globální obchodní činností ovládanou vertikálně integrovanými společnostmi, které jsou schopny financovat produkci prostřednictvím zisků z distribuce a také z uvádění. Evropské filmové společnosti se většinou zaměřují na jeden článek hodnotového řetězce (např. na produkci) a proto jsou málokdy trvale životaschopné. V takových tržních podmínkách je zásadně nutné chránit místní produkt prostřednictvím financování a dalších podpůrných mechanismů.
- **Vytvoření trvale životaschopných podniků:** Prostřednictvím dostatečného investování do vývoje svých filmů vytvoří producenti s větší pravděpodobností kvalitní produkty s dlouhodobým přínosem hodnot. To jim umožní rozvinout jejich obchodní činnost do udržitelné podoby, která bude v závěru méně závislá na veřejném financování a bude mít větší přínos pro českou ekonomiku.
- **Přilákání koprodukcí:** Koprodukce přináší četné výhody včetně růstu kvalifikace, zvýšení produkční hodnoty, širší distribuce produktů a vyšších příjmů producentů. Koprodukce zvyšují kulturní hodnotu domácích produkcí prostřednictvím navýšení úrovně dostupných investičních prostředků, což jim umožňuje vytvořit produkt mnohem většího “kalibru”. Poskytují také lepší komerční možnosti ve smyslu distribuce, návštěvnosti, propagace a využití v rámci celého hodnotového řetězce a doplňkových aktivit. Konečně znamená skutečnost, že jsou producentům prostřednictvím koprodukce k dispozici finanční prostředky z řady různých zdrojů, vyšší pravděpodobnost, že se film opravdu vyrobí a že bude distribuován.

Novela zákona o Státním fondu, která je v současné době projednávána v parlamentu, předpokládá navýšení fondu na 10 milionů EUR ročně. SPI doporučuje, aby finanční prostředky fondu byly minimálně 5 milionů EUR. S ohledem na další doporučovaná opatření a na výdaje, které by tato opatření znamenala, jedná se pro začátek o realistickou částku. Ačkoli leží stanovení zdrojů tohoto fondu mimo oblast pověření SPI, byl by tento fond s největší pravděpodobností financován prostřednictvím kombinace poplatků a přímého vládního financování.

6.4. Automatický fiskální stimul

6.4.1. Přehled

Škála schémat fiskálních stimulů v jiných zemích byla vysvětlena v kapitole 5 této zprávy. Doporučení SPI je specifické pro Českou republiku a bere v úvahu současný a budoucí rozvoj v Evropě.

SPI doporučuje schéma automatické 12,5% daňové úlevy. Tento podpůrný mechanismus by fungoval následovně:

- **Zahraničním produkcím celovečerních hraných filmů by byla poskytnuta daňová úleva (*rabat*) do výše 12,5% prostředků vynaložených na produkci probíhající specificky v České republice**

- Tato úleva (*rabat*) by byla proplacena jako refundace po ukončení produkce a byla by podmíněna předložením důkazu o lokálně vynaložených prostředcích
- S ohledem na mechanismus financování filmu na různých úrovních hodnotového řetězce, kde by k němu mohlo docházet, je důležité, aby se tato refundace uskutečnila v rámci přísného časového limitu za účelem minimalizace problémů producenta s jeho splátkovým kalendářem
- Dále by měla vláda spolupracovat s finančním sektorem České republiky na využití tohoto přínosu ve splátkovém kalendáři producenta, aby jej mohl použít k financování produkce. Toto bude vyžadovat příslušné “vzdělání” bank a dalších finančních institucí.

SPI doporučuje, aby tento stimul byl k dispozici produkcím celovečerních hraných filmů všech rozměrů (ne však reklamám a televizní produkci) a v kterékoli části země. Pokud by bylo uznáno za vhodné, mohl by být tento stimul o něco vyšší pro produkce mimo Prahu (např. 15% namísto 12,5%) s cílem podpořit produkční aktivitu po celé zemi a nejen v Praze.

Je důležité, aby tento stimul byl automatický a naprosto spolehlivý. Americká studia značně zneváží jakýkoli stimul, který není 100% zaručený. U sousedních zemí České republiky opravdu existují příklady, kde oznámené stimuly vedly k rozčarování zahraničního producenta, a tím také pro vládu. Má-li 12,5% daňový stimul zaujmout hollywoodské produkce, musí mít studia jistotu, že dostanou plnou slevu, na kterou mají nárok, a že ji dostanou včas; jinak budou hledat jistotu jinde. Česká republika má v současné době vůči svým sousedům značnou výhodu v tom, že už nyní jsou s ní zahraniční producenti jako s produkční destinací spokojeni. Pro udržení své pověsti spolehlivé a snadné spolupráce by se muselo prokázat, že stimul bude fungovat ihned po jeho zavedení.

Pokud mají mít ze stimulu prospěch i nezávislé produkce (tj. nehollywoodské produkce), je důležité, aby existoval mechanismus umožňující využití stimulu ve splátkovém kalendáři. Pro nezávislé produkce bez finančních možností amerických studií je důležité, aby peníze byly k dispozici již na vlastní produkci. Peníze refundované až dlouho po skončení produkce jsou mnohem méně užitečné.

6.4.2. *Principy fiskálního stimulu*

Pokles objemu produkce v České republice, k němuž došlo mezi roky 2003 a 2004 dokládá konkurenční situaci, ve které se země nalézá. Pro zachování ekonomických a kulturních přínosů, které film přinesl, je nutné podniknout kroky směřující k udržení konkurenceschopnosti země. Smysluplný fiskální stimul pomůže tuto konkurenceschopnost udržet na ekonomickém základě.

Spolehlivý fiskální stimul je producenty považován za přímé snížení nákladů na natáčení v určité zemi. Tato skutečnost, kterou dobře chápou země jako je Austrálie, Nový Zéland, Kanada, Velká Británie, Francie, Německo a řada států v USA, je primárním dopadem fiskálního stimulu. Je tu však také sekundární symbolický dopad. Ohlásí-li stát fiskální stimul, sděluje tím mezinárodní produkční komunitě, že chce upoutat pozornost zahraniční produkce – že je “nakloněn filmu“. To zaznamenají řídící pracovníci z amerických studií a požádají své vedoucí produkce o vypracování filmového rozpočtu pro natáčení v této nové zemi, o níž četli v odborném tisku. Maďarsku tento efekt přinesl úspěch – díky oznámení stimulu se země dostala na “mapu“ lokací pro mezinárodní produkce.

Jak již bylo podrobně rozvedeno, má Česká republika opravdovou filmovou infrastrukturu a zkušenosti. Nemusí soutěžit za stejných podmínek jako Maďarsko, které ve srovnání s Českou republikou mělo donedávna se zahraniční produkcí jen malé zkušenosti. Ale soutěžit musí. Z tohoto důvodu je navržena nižší úroveň – tj. 12,5%. Nicméně by měla být výše stimulu smysluplná. Se získáním stimulu jsou spojeny náklady na transakce. Přesná částka bude záviset na vlastním způsobu realizace. V každém případě vyvstanou – jak na straně země původu produkce, tak na straně České republiky – právní a účetní náklady. Znamená to, že na pokrytí těchto nákladů musí být nabídnuta jistá úroveň stimulu. Dle úsudku SPI je odpovídajícím stimulem 12,5%.

Pokud by stimul měl zvrátit pokles úrovně produkce celovečerních hraných filmů mezi roky 2003 a 2004, znamenalo by to rozsah stimulu na objem produkce ve výši 187 miliónů USD (celkový objem produkce českých a mezinárodních celovečerních filmů v roce 2003), tak aby byl dosažen nárůst produkce o 115 miliónů USD. Náklady na takovýto stimul by byly přibližně 23,4 miliónů USD. Přírůstek znamenající nárůst produkce o 115 miliónů USD by s ohledem na ekonomický násobící koeficient (2,0) byl celkem 230 miliónů USD – což znamená, že investice se vrátí 9,8krát.

6.4.3. Dopad změn ve Velké Británii

V uplynulých letech Česká republika již částečně/nepřímo profitovala z fiskálního stimulu. Je to však fiskální stimul, který poskytovala státní pokladna Velké Británie. A tento stimul má být v dohledné době odstraněn. Poskytl však americkým studiím, které dokážou strukturovat své projekty jako britsko-české koprodukce, úsporu ve výši až 20-25% nákladů vynaložených v České republice.

Velká Británie měla dvoupásmové stimulační schéma – jedno pro nízkorozpočtové produkce (do 15 miliónů GBP) a jiné pro produkce s vyšším rozpočtem (nad 15 miliónů GBP). Tyto daňové stimuly byly kalkulovány na celý objem rozpočtu – ať byly prostředky vynaloženy ve Velké Británii nebo ne – pokud se filmy kvalifikovaly jako britské. Prostřednictvím Evropské úmluvy o filmové koprodukci bylo možné, aby byly britsko-české koprodukce brány jako britské. Od roku 2006 se toto změnilo, nově strukturovaný fiskální stimul bude k dispozici pouze na část rozpočtu skutečně utracenou ve Velké Británii¹³.

Souborné statistiky, které měl SPI k dispozici od britského Ministerstva pro kulturu, média a sport (Department for Culture Media and Sports), ukazují, že v rozmezí let 2001-2005 (do listopadu 2005) bylo uskutečněno 11 česko-britských koprodukcí, které představovaly více než polovinu celkového počtu českých koprodukcí v tomto období. Mezi těmito projekty byly tak vysokorozpočtové filmy jako *Brothers Grimm*, *Alien vs Predator*, *Oliver Twist* a *Doom*.

Důsledkem této změny v Británii pomine pro Českou republiku výhoda, kvůli které se velké přichodí zahraniční hrané filmy strukturovaly jako česko-britské koprodukce za účelem využití britského daňového stimulu. Předpokládá se, že některé produkce, které přicházely do České republiky přes Velkou Británii a využívaly přitom prodeje a zpětného pronájmu, budou nyní zvažovat jiné destinace, které jim dokážou nabídnout úspornější produkční podmínky. Některé “začínající” evropské i mimoevropské země budou moci získat jistý podíl z této aktivity tím, že nabídnou správné stimuly. Tato změna možná dokonce přinese dlouhodobé výhody zemím jako je Austrálie, Nový Zéland a Jižní Afrika.

¹³ V současné době se předpokládá, že Velká Británie nabídne 15% daňový stimul na část prostředků rozpočtu filmu vynaložených ve Velké Británii

Je tu ještě další důvod, proč by vláda nyní měla podniknout kroky vedoucí k posílení postavení České republiky jako nadále konkurenceschopné země prostřednictvím zavedení vlastního fiskálního stimulu: Česká republika je ve srovnání se svými evropskými konkurenty v unikátní situaci tím, že je schopná zúročit své současné kontakty a dobré vztahy s americkými studií. SPI se vážně domnívá, že nabídkou nějakého stimulu by se dokázala prezentovat jako nejúspěšnější produkční destinace v Evropě nabízející “hodnotou za peníze“ a mohla by se stát vynikajícím koprodukčním partnerem evropských projektů.

6.4.4. Další faktory

Někteří mezinárodní filmoví producenti, kteří nemají přímou zkušenost s Českou republikou ani Maďarskem, se domnívají, že mezi těmito dvěma zeměmi je jen malý rozdíl pokud jde o náklady a infrastrukturu, ale jedna z nich má nyní daňový stimul. Ti, kteří přímou zkušenost s oběma zeměmi mají, jsou většinou jiného názoru – totiž, že Česká republika nabízí bezkonkurenční kvalitu pokud jde o kvalifikaci a infrastrukturu a že náklady na řadu položek jsou ve skutečnosti nižší než v Maďarsku.

Jak je podrobněji rozvedeno na jiném místě tohoto dokumentu, jsou při výběru země pro natáčení zvažovány tři faktory:

- náklady na natáčení v této zemi
- míra nabízeného fiskálního stimulu
- kvalita štábu a infrastruktury, kterou tato země nabízí

Zvažování třetího faktoru má potenciálně vážný dopad na hodnotu prvních dvou týkajících se celkových produkčních nákladů, protože v případě, že v zemi není dostatečně početný a kvalitní filmový štáb, zařízení a další prvky nezbytné pro produkci, musí je producent přivést odjinud, což znamená vysoké a nepředpokládané náklady na ubytování a na diety. SPI se proto domnívá, že 12,5% daňový stimul, který České republice doporučuje, dokáže konkurovat vyšším stimulům nabízeným v jiných zemích vzhledem k vysoké kvalitě a úrovni infrastruktury a štábů, které jsou k dispozici v České republice ve srovnání s jejími konkurenty.

Pokud Česká republika neučiní žádná opatření, hrozí jí nebezpečí. Jiné země usilovně pracují na možnostech, jak upoutat pozornost zahraniční produkce bez ohledu na stav své infrastruktury a zavádějí nové daňové stimuly. Mezi těmi, které už určité kroky podnikly, je Maďarsko, které nabízí 20% daňovou úsporu a Řecko nabízející úsporu ve výši 30%. Jiné země, jako např. Rumunsko, mohou pro Českou republiku představovat silnou konkurenci i bez daňového stimulu pouze na základě nízkých produkčních nákladů.

Tato forma poskytnutí podpory filmové produkci ze strany sektoru může být podle směrnic státní podpory Evropské komise (European Commission State Aid) schválena, takže z právního hlediska by členskému státu nemělo nic bránit v zavedení jeho vlastního daňového stimulu (viz poznámka po čarou č.7).

Maďarský daňový stimul vzbudil u odborné veřejnosti značný zájem a pozornost, i když zatím není jisté, nakolik je spolehlivý. Jakmile se však proslechne, že systém funguje, a produkce z něj budou mít prospěch, bude pro Českou republiku mnohem obtížnější získat zpět svou pozici proti Maďarsku.

6.5. Témata pro filmový sektor

Filmový sektor je svou podstatou roztržštěný. To vytváří pro průmysl soubor specifických výzev ve smyslu jeho reprezentace. Aby český filmový sektor dosáhl účinné podpory, jakou mají jiná průmyslová odvětví, musí:

- Vzdělávat vládu o ekonomické a kulturní hodnotě filmového průmyslu
- Zjistit, jak vláda pracuje a jaký přístup k ní zvolit za účelem dosažení změn
- Sjednotit se, prezentovat jednotnou frontu a hovořit jednotně
- Lobovat a udržovat nepřetržitý dlouhodobý dialog s vládou a opozicí
- Financovat své vlastní reprezentativní aktivity

Vlády na celém světě si uvědomují hodnotu kreativního průmyslu a význam investic do prostředků jeho podpory. Ve většině zemí je to výsledkem dlouhého procesu vzdělávání vlády o specifikách přístupu k tomuto průmyslu a o jeho účinné podpoře. Tato zpráva do jisté míry poskytuje údaje o ekonomickém dopadu českého filmového průmyslu, proces předávání informací vládě musí však být trvalý. Měl by to v každém případě být proces oboustranný. Sektor se bude muset naučit jednat s vládou za jejích podmínek, porozumět jejím mechanismům přijímání změn a využít těchto poznatků pro zahájení dialogu, který přinese výsledky. Měl by zjistit, jakým způsobem upoutávají pozornost vlády jiná průmyslová odvětví a jaké strategie používají při prosazování svých záležitostí jiné audiovizuální sektory v jiných zemích. Má-li vláda zvýšit podporu, kterou tomuto průmyslu nabízí, musí se tento sektor v této činnosti nadále pokračovat.

V současné době existuje řada organizací nefinancovaných vládou, jejichž činnost je zaměřena na podporu filmového průmyslu, zejména Česká filmová komora a Asociace producentů v audiovizi, které úzce spolupracují s několika dalšími reprezentativními průmyslovými orgány z různých článků hodnotového řetězce jako je např. Unie filmových distributorů. Přesto existuje v současné době propast mezi filmovým sektorem, ministerstvem kultury a vládou, kterou je nutno překlenout, má-li být dosaženo komunikace. Český filmový sektor v současné době postrádá jednotný hlas, kterým by prezentoval trvalou a naléhavou existenci kolektivních potřeb průmyslu a způsob, jakým se s nimi vypořádat. K dosažení tohoto cíle je nezbytně nutné, aby se sjednotily jednotlivé podsektory filmového průmyslu a oslovily vládu jedním hlasem, tak jako jiná průmyslová odvětví. I vyzrálým ekonomikám trvá dlouho, než se toto vše naučí. Cesta k tomuto cíli představuje svolávání pravidelných schůzí a volbu zástupce celého sektoru, který bude podporován všemi složkami filmového průmyslu. Tento “zástupce sektoru“ by se měl zaměřit nejen na lobování na ministerstvu financí, ale i na dalších ministerstvech, která by mohla mít zájem o prostředky vynakládané při natáčení v České republice, jako např. ministerstvo pro místní rozvoj a ministerstvo průmyslu a obchodu. Změna může nějaký čas trvat, takže bude rovněž důležité jednat s opozičními stranami stejně tak jako se současnou vládou.

V jiných zemích je asistence mezinárodně uznávané osobnosti s vysokým renomé ve filmovém průmyslu, která jedná s vládou a upoutává pozornost médií, zásadním prvkem při prosazování programu filmového sektoru. Mezi filmovými tvůrci, kteří v současné době pracují v České republice a v mezinárodním průmyslu, jsou osobnosti, kteří na tuto pozici mohou kandidovat. Vyžádání asistence jedné nebo několika těchto osobností by určitě pomohlo zajistit urychlení realizace záměru.

K dosažení trvalých výsledků musí český filmový sektor pochopit význam vytrvalosti a naléhavosti a usilovat o dosažení nepřetržitého dialogu. Vlády přicházejí a odcházejí, politické programy se mění. Je nezbytně nutné, aby představitel sektoru vytvořil a zachovával spojení s opoziční politickou stranou stejně tak jako se stranou, která je u moci. To by pomohlo zajistit vytrvalou podporu vlády bez ohledu na politické klima.

Tam, kde existují strategie přinášející výhody danému sektoru, stalo se tak obvykle v důsledku analýzy údajů, které demonstrují hodnotu, význam a podněty tohoto sektoru. Údaje shromážděné jako součást této studie takovéto informace a analýzy poskytují. Je však nezbytné, aby vláda, má-li být schopna činit kompetentní rozhodnutí ohledně strategií na podporu filmu, i nadále průběžně a pravidelně tyto údaje shromažďovala. Jestliže má být tohoto cíle dosaženo, musí se společnost v rámci sektoru přizpůsobit a spolupracovat s vládou na shromažďování těchto údajů, což bude ve výsledku sloužit k jejich vlastnímu prospěchu.

Pro většinu zemí představovalo hledání nejúčinnější formy reprezentace a získání státní podpory filmového průmyslu dlouhodobý proces lobování financovaného tímto sektorem, než byl vytvořen orgán financovaný vládou jako je např. Filmová rada ve Velké Británii (UK Film Council). A dále, i když jednou stát vytvoří orgán zabývající se filmem, nesmí být význam nezávislého představitele přeceňován. Dříve než česká vláda začne uskutečňovat doporučení SPI ohledně vládních zásahů, musí si český filmový sektor uvědomit nutnost financování své vlastní reprezentace. K dosažení výsledků bude třeba, aby se všechny podsektory zavázaly k financování vlastní stálé, vytrvalé a neustálé reprezentace.

Filmový sektor může mít pocit, že se už některých z těchto iniciativ chopil, avšak bez výsledku. Jak již bylo řečeno, pomoc filmovému průmyslu k dosažení další fáze vývoje bude trvat dlouho. Je údělem sektoru, aby i nadále financoval svou lobovací aktivitu, aby i nadále spolupracoval s ministerstvem kultury s cílem upozornit na problematiku filmu všechny politické frakce a aby energicky a neústupně vytrval ve svém úsilí.

Příloha 1: Současné úspěšné produkční stimuly

Irsko

V uplynulém desetiletí ekonomika Irska výrazně vzrostla. Součástí této prudké expanze byl také irský filmový sektor. Počet národních filmových produkcí v Irsku se zvýšil ze dvou až tří ročně na deset, k tomu přibýlo navíc až deset zahraničních filmů ročně. Všechna velká hollywoodská studia v Irsku produkovala film nebo se podílela na koprodukcí. Tento růst byl umožněn zavedením jednoho z prvních evropských fiskálních stimulů zaměřeného na upoutání pozornosti zahraničních produkcí, paragrafu 481.

Paragraf 481 umožňuje jednotlivým i spojeným investorům odpis ve výši 80% investice do filmů vyhovujícím požadavkům na lokálně vynaložené prostředky. Prostřednictvím paragrafu 481 může producent očekávat čistý přínos na produkci ve výši okolo 12% prostředků celkově vynaložených v Irsku až do výše přibližně 2 miliónů EUR.

V roce 2004 přineslo daňové zvýhodnění částku ve výši 132 miliónů EUR lokálně vynaložených prostředků. Starší ekonomické zhodnocení dopadu paragrafu 481 provedené společností PriceWaterhouse Coopers (PWC) ukázalo, že v letech 1999-2001 byl důsledkem daňového zvýhodnění čistý přínos 6,6 miliónů EUR na příjmech ministerstva financí. Společnost filmových producentů v Irsku (Screen Producers Ireland) zjistila, že paragraf 481 vytvořil návratem za pobídku ve výši 10,2 miliónů EUR přínos 30,6 miliónů EUR jen v hodnotě zaměstnanosti, a to prostřednictvím vyšších honorářů, doplňkových příjmů, udržení kvalifikovaných pracovníků v Irsku a zvýšené spotřebitelské kupní síly. Návratnost investice byla 3:1 ve prospěch zaměstnanosti. Analýza PWC ukázala, že opravdový potenciál schématu se projevil až po třech letech, protože velká hollywoodská studia potřebovala čas na vybudování důvěry k systému. Větší zahraniční produkce většinou vytvářejí vyšší ekonomický přínos.

Poté, co se v Irsku v roce 2004 projevil klesající trend objemu produkce (zejména v důsledku nepřítomnosti vysokorozpočtových hollywoodských filmů), vyvstaly obavy, že je paragraf 481 příliš zaměřen na přilákání velkorozpočtových zahraničních produkcí do Irska a vytváří tak průmysl služeb spíše než stabilní a trvanlivý místní filmový sektor. Existuje však i názor, že horní hranice hodnoty ve výši přibližně 2 miliónů EUR omezuje možnost hollywoodských studií pro využití schématu a že by se legislativa měla zahraničním produkcím lépe přizpůsobit.

Maďarsko

Maďarský daňový stimul je v Evropě jedním z nejnovějších, byl uzákoněn teprve v prosinci 2004. Maďarský systém umožňuje, aby bylo maďarským podnikovým investorům vydáno daňové osvědčení (na základě schválení projektu Maďarským filmovým výborem) rovnající se 116% částky, kterou investoři přispěli na film. Maďarským filmovým producentům přináší tyto investice prospěch, protože zpravidla pomáhají vyrovnat finanční schodek ve výši 8-18%.

Toto schéma je zaměřené na přilákání “přenosných“ hollywoodských produkcí stejně tak jako na podporu domácího filmového průmyslu. Maďarské společnosti mohou financovat až 20% filmového rozpočtu. Daňový stimul se však vztahuje pouze na produkční náklady vynaložené uvnitř země a na výdaje maďarských producentů v zahraničí. K tomuto daňovému stimulu zavedla vláda navíc regionálně odstupňované fiskální stimuly pro kapitálové investice související s filmem. Region, který má z tohoto stimulu velký prospěch, je Etyek nedaleko Budapešti, kde se v současné době plánuje stavba jednoho z největších filmových studií na světě. Tuto daňovou

úlevu mohou využívat různé podsektory filmového průmyslu od společností poskytujících zařízení až po hoteliéry.

Na hodnocení úspěchu maďarského systému je ještě příliš brzy. První produkce, které systému využily, zažily však v souvislosti se získáním skutečného přínosu řadu “dětských nemocí”. Navíc tyto produkce zjistily, že Maďarsko nemá tak rozvinutou infrastrukturu, jak očekávaly, takže skutečné náklady byly poněkud jiné, než jak bylo původně rozpočtováno.

Jihoafrická republika

V červenci 2004 oznámila vláda Jihoafrické republiky schéma fiskálního stimulu ve výši přibližně 41 milionů USD. Toto schéma, které nabízí úlevy do výše 1,6 milionů USD, je k dispozici domácím i zahraničním filmovým společnostem do roku 2008. Zahraničním společností produkujícím filmy v Jižní Africe bude přiznán rabat ve výši 15% jejich celkových nákladů; místním společností je poskytován 25% rabat. Pro získání finančních prostředků je nutné, aby se v této zemi uskutečnilo alespoň 50% hlavního natáčení v délce nejméně čtyř týdnů. Pro mezinárodní produkce znamená toto schéma další navýšení již existujících lukrativních úspor při natáčení v Jižní Africe. Vzhledem k hodnotě *randu* se už tak odhaduje, že je produkce filmu v Jižní Africe o 30-45% levnější než ve Velké Británii a až o 40% levnější než v USA¹⁴.

I v tomto případě se objevily zprávy o problémech s tímto stimulem a o tom, že vzhledem k nízkému hornímu limitu ve výši 1,6 milionů USD není pro přilákání produkcí tak účinný, jak se očekávalo. V důsledku toho uvažují v současné době vládní orgány o jeho restrukturalizaci.

Fiskální stimuly

Existují ještě další formy fiskálních stimulů, jak je podrobně popsáno v případové studii australského státu Victoria a Kanady v kapitole 5. a v příloze k této studii. Díky kolísajícím směnným kurzům a nízkým pracovním nákladům se mohou některé země jevit zahraničním produkcím jako “nízkonákladové lokace”. Země s nízkými náklady mohou přispět produkcím k dalšímu snižování produkčních nákladů a prostřednictvím kompenzací (offsets) a rabatů v oblasti lokálně vynaložených prostředků mohou zvyšovat své konkurenční výhody. Například na Islandu je jako součást filmové produkce zavedena jednotná kompenzace ve výši 12% místně vynaložených prostředků. Austrálie, stejně tak jako Nový Zéland, nahrazuje produkcím sídlícím v jejich zemi v závislosti na podmínkách 12,5% prostředků vynaložených v této zemi.

Řada kanadských států a také kanadská vláda nabízejí daňové bonusy na pracovní náklady. Tyto daňové bonusy na pracovní sílu mohou být specificky zaměřeny na konkrétní podsektory filmového průmyslu, např. na animaci nebo na postprodukcii.

Spojené státy americké

Ve snaze zastavit odliv filmových produkcí do zámoří začaly Spojené státy na federální úrovni i na úrovni jednotlivých států zavádět stimuly pro filmové produkce. Nová federální sleva na dani umožňuje odpis ve výši 100% produkčních nákladů u produkcí s rozpočtem nižším než 15

¹⁴ Tim Dams “Jižní Afrika odhaluje daňové úlevy, aby přilákala zahraniční natáčení“, *Screen Daily* (červenec 2004)

milionů USD. Navíc mohou jednotlivé státy nabízet daňové kredity, produkční refundace a slevy na dani z příjmu.

Budoucí konkurence

Profil daňových a jiných finančních stimulů se neustále mění a vyvíjí a pro zahraniční produkce existuje konkurenční mezinárodní trh skládající se ze zemí tak rozmanitých jako je Nový Zéland, Kanada, Jižní Afrika, Hong Kong, Malajsie, Singapur, Velká Británie a Rumunsko. Polsko a Německo v současné době uvažují o zavedení nových fiskálních stimulů. Holandsko momentálně reviduje svůj současný systém. Jak se bude filmový průmysl v jednotlivých zemích vyvíjet, budou se nadále objevovat nové stimuly na místní, regionální a celostátní úrovni. Aby země zůstala konkurenceschopná, je nutné, aby si vybudovala mnohostrannou strategii zaměřenou na to, aby mohla nabízet nejen finanční podporu, ale také talentované štáby, rozvinuté služby a filmová zařízení a aby si zachovala vynikající pověst na mezinárodní úrovni.

Příloha 2: Případová studie

Film Victoria, Victoria, Austrálie

Film Victoria je vládní agenturou státu Victoria pro strategickou podporu filmového a televizního sektoru a sektoru nových médií. Victoria má po Novém Jižním Walesu tradičně druhou nejvyšší úroveň audiovizuální produkce v Austrálii. V letech 2000/2001 až 2002/2003 představovaly náklady vynaložené ve Victorii 26% celkové audiovizuální produkce Austrálie, což je v průměru 157,4 miliónů australských dolarů ročně (AUD) (tj. 117,4 miliónů USD).

V uplynulých letech začal tuto pozici ohrožovat Queensland a v letech 2002/2003 díky přílivu zahraničních produkcí překonal produkční výdaje ve Victorii o 40 miliónů AUD. V posledních letech však stát Victoria opět dokázal obhájit ztracenou pozici a dokonce začal na svém úspěchu stavět. Výdaje na produkci představovaly ve státě Victoria v letech 2004/2005 hodnotu 194 miliónů AUD (129,8 miliónů USD) včetně her a digitálních médií s tím, že audiovizuální produkce představovala téměř třetinu celkové australské produkce v této oblasti. Tato hodnota představuje ve srovnání s předchozím rokem 55% vzrůst.

Oblasti podpory

Film Victoria poskytuje podporu průmyslovým oblastem založeným na obrazových médiích – film, televize a nová média – s cílem rozvinout tento stát jako hlavní centrum tvorby obrazového obsahu. Film Victoria podporuje vývoj projektů a jednotlivců v tomto “průmyslu obrazových médií” prostřednictvím několika oblastí strategického zaměření:

- Tvorba obsahu
- Investice do produkce
- Profesionální rozvoj
- Rozvoj průmyslu a publika
- Digital Media Fund - Fond digitálních médií
- Melbourne Film Office - Filmový úřad v Melbourne

Obchodní sekce průmyslového rozvoje a investic (Industry Development and Investment – IDI) v rámci Film Victoria pomáhá uskutečnit některé z těchto programů prostřednictvím investic do vývoje scénářů a produkce a také prostřednictvím pomocných aktivit, které prezentují státní film, televizi a sektor digitálních médií. Jednotka IDI nese zvláštní zodpovědnost za program tvorby obsahu při Film Victoria (Film Victoria's Content Creation Programme), za fond digitálních médií (Digital Media Fund – DMF) a za programy rozvoje průmyslu a publika.

Tvorba obsahu

Rok 2004/2005 byl teprve druhým finančním rokem působení nedávno posíleného souboru programů podpory vývoje obsahu. Státní vláda poskytuje těmto programům podporu prostřednictvím místního fondu podpory (Community Support Fund), který v průběhu čtyř let poskytne pro financování rozvoje 2,15 miliónů AUD. Tento fond podporuje vývoj filmových a televizních projektů a dokumentů a má také další finanční zdroje pro podporu scénáristů nových hraných filmů.

Dopad: V roce 2004/2005 podpořily tyto programy 51 celovečerních hraných filmových projektů, 18 televizních dramát, animovaných projektů a komedií a 4 programy nových scénáristů. Prostřednictvím investic ze strany Film Victoria bylo zaměstnáno 220 jednotlivců, konkrétně 81 scénáristů, 59 dramaturgů, 69 producentů a koproducentů, 10 konzultantů scénáře a jeden překladatel. Přestože je ještě příliš brzy na posouzení dlouhodobého úspěchu nového programu rozvoje společnosti Film Victoria, stojí za povšimnutí, že se schéma zatím ukázalo vzhledem k potřebám místní produkční komunity jako flexibilní. Jako odpověď na připomínky průmyslu byly programové směrnice Film Victoria pro oblast programů obsahové tvorby upraveny tak, aby je bylo možno aplikovat i na projekty s prvky mimo oblast státu Victoria.

Investice do produkce

Film Victoria investuje do produkcí, které vyvíjejí a vyrábějí příslušníci státu Victoria a které mají jasný přínos pro ekonomiku a zaměstnanost státního filmového a televizního průmyslu. V roce 2004/2005 podpořil Film Victoria 4 celovečerní hrané filmy, 2 filmy televizní, 2 hodinová dramata, 2 televizní seriály, 3 krátké filmy a 12 dokumentů a vedle toho poskytl další finanční prostředky na dětský televizní seriál a 2 animované projekty.

Dopad: Investice do produkce ze strany Film Victoria hrají klíčovou úlohu při zajišťování toho, aby se místní produkce vyráběla uvnitř země, čímž v roce 2004/2005 vytvořily ekonomický přínos pro stát v hodnotě přibližně 45 miliónů AUD na základě celkové investice 4,3 miliónů AUD.

Profesionální rozvoj

Film Victoria řídí v rámci této oblasti podpory několik schémat jako je schéma vývoje scénářů (Commercial Script Development Scheme – CSDS), poradenské programy, financování cest a producentské “balíky” (Producer Packages). Cílem CSDS je podpora vývoje vysoce kvalitních, komerčně úspěšných projektů a také pomoc producentům státu Victoria při vytváření stabilních a životaschopných společností. Toto schéma CSDS přispělo k vývoji a výrobě 29 celovečerních hraných filmů, dokumentů a televizních dramatických seriálů pro dospělé a děti.

Přidružené a poradenské programy jsou utvářeny tak, aby pomohly profesionálním pracovníkům ve státu Victoria i začínajícím jedincům při rozšiřování zkušeností a vytváření nových kontaktů. Film Victoria pomáhá s rozmístěním těchto programů a poskytuje jistou míru finanční podpory na jejich realizaci. Půjčky pro účast na trzích a financování festivalů umožňují občanům státu Victoria pracujícím ve filmové průmyslu, aby mohli mezinárodně cestovat na veletrhy a festivaly za účelem podpory svých projektů.

Producentské “balíky” jsou utvářeny tak, aby pomáhaly producentům státu Victoria se zálohami, které přispívají na pokrytí režijních nákladů spojených s vývojem projektu. Film Victoria Cash Flow Facility je revolvingový fond ve výši 15 miliónů USD, který poskytuje půjčky za výhodných úrokových podmínek a umožňuje financovat distribuční záruky a licenční poplatky ze strany distributorů, vysílacích médií, obchodních agentur a vydavatelů.

Dopad: Z uvedených schémat byly zpracovány statistiky pouze pro projekty financované CSDS, které vytvořily pracovní příležitosti pro 633 scénáristů, dramaturgů a producentů a stimulovaly produkci ve státě Victoria v celkové výši 98 miliónů AUD. V letech 2004/2005 realizovalo pět místních společností, kterým CSDS poskytla podporu, šest projektů, které ve Victorii vynaložily spojené prostředky v celkové výši 29,5 miliónů AUD, vytvořily pracovní příležitosti pro 894 osob a vynesly ekonomice státu Victoria přínos ve výši 53,6 miliónů AUD.

Rozvoj průmyslu a filmového publika

Film Victoria podporuje řadu filmových festivalů v celém státě, včetně Mezinárodního filmového festivalu Melbourne (Melbourne International Film Festival). Mezi další aktivity patří také podpora diskusních pořadů (“Screentalks”), mediálních laboratoří, udílení cen australského filmového ústavu (Australian Film Institute Awards) a regionálních filmových festivalů a promítání.

Dopad: V letech 2004/2005 byly poskytnuty granty na různé činnosti a aktivity 22 organizací v celkové výši 733 048 AUD. Odhaduje se, že tato podpora vytvořila v aktivitách vyzdvihujících filmovou a další obrazovou kulturu hodnotu ve výši 15,2 miliónů AUD.

Fond digitálních médií

Fond digitálních médií je novou součástí souboru podpůrných opatření při Victoria Film. V roce 2004 podpořil ministr informací, komunikací a technologie fond poskytnutím finanční částky ve výši 1,7 miliónů AUS, což vytvořilo fond ve výši 3 miliónů USD použitelný v průběhu dvou let. Fond digitálních médií poskytuje financování na podporu rozvoje prototypů her, digitální animace, propojení digitálních médií a rozvoje inovačního digitálního obsahu, ale také na aktivity a semináře filmového průmyslu.

Dopad: Dopad vytvoření fondu digitálních médií ve státě Victoria se teprve ukáže, zejména s ohledem na podstatu tohoto systému, které primárně podporuje vývojové fáze nových médií.

Melbourne Film Office

Melbourne Film Office při Film Victoria je filmovou komisí státu Victoria, která je odpovědná za propagaci státu Victoria jako destinace “nakloněné filmové produkci” s cílem přilákat do země národní i mezinárodní produkce. V letech 2004/2005 poskytl stát Victoria pohostinství dvěma největším produkcím, jaké se v této zemi kdy realizovaly, a to *Ghost Rider* a *Charlotte’s Web*.

Finanční stimuly státu Victoria

Film Victoria nabízí dva programy finančních stimulů specificky vytvořené s cílem povzbudit produkce, aby přijely do státu Victoria.:

- Production Investment Attraction Fund (PIAF): fond s ročním rozpočtem 2 milióny AUD zaměřený na přilákání mezistátních a zámořských produkcí do státu Victoria. PIAF financuje pouze produkce “nezakotvené” – tj. projekty, které se ještě nezavázaly k produkci ve státu Victoria, u nichž by muselo být v tomto státě utraceno minimálně 70% celkového produkčního rozpočtu nebo prostředky v minimální výši 3,5 miliónů AUD.
- Regional Victoria Location Assistance Fund (RLAF): fond s ročním rozpočtem ve výši 400 000 AUS, jehož cílem je povzbudit natáčení v oblastech mimo Melbourne. Podporuje produkce, které by vzhledem k navýšení nákladů spojených s cestováním a ubytováním nemusely být schopné natáčet mimo město. Film Victoria také poskytuje obhlídky a informace o lokacích a podporuje cílené obchodní cesty do USA a Hong Kongu za účelem rozvoje vztahů s klíčovými společnostmi a jednotlivci.

Dopad: V letech 2004/2005 podpořily fondy PIAF a RLAF 14 projektů, což je téměř dvojnásobek projektů podpořených v roce předchozím. Fondy PIAF a RLAF společně vytvořily v ekonomických přínosech pro filmový a televizní průmysl i pro širší ekonomiku státu Victoria více než 91 miliónů AUS.

Vytvořené pracovní příležitosti společně se vzrůstem objemu služeb a dalších způsobů vynakládání prostředků znamenají, že ekonomika státu Victoria získala 33 AUS z každého dolaru, který Victoria Film investoval. Vzrůst produkce rovněž znamená, že profesionálové pracující ve filmovém průmyslu státu Victoria dostali velmi cennou příležitost pracovat na velké mezinárodní produkci. Navzdory těmto význačným přínosům je důležité si uvědomit, že uvedené číselné hodnoty jsou ovlivněné a zkreslené v souvislosti se dvěma velkými mezinárodními celovečerními hranými filmy, které se ve státě Victoria v uplynulém roce natáčely. Pro udržení této úrovně by musely v této zemi soustavně probíhat srovnatelné produkce.

Australské celostátní fiskální stimuly

Projekty realizované ve státě Victoria by mohly také získávat výhody z australských národních podpůrných opatření pro filmový a televizní průmysl. Austrálie nabízí dva fiskální stimuly, oddíl 10BA (oddíl 10BA zákona o výměru daní z příjmu) nebo oddíl 10B a také vratné daňové vyrovnání. Oddíl 10BA je k dispozici pro investory australských filmů, to znamená filmů, které se celé nebo z větší části vyrábějí v Austrálii, mají australský obsah nebo jsou oficiální australskou koprodukcí. Snížení podle oddílu 10BA se omezuje na australské daňové poplatníky s tím, že projekty, které nemají způsobilost pro oddíl 10BA, se mohou kvalifikovat podle oddílu 10B, který je zaměřením podobný a je k dispozici místním i jiným daňovým poplatníkům.

Zahraniční filmy a filmy s vyšším rozpočtem mohou mít přínos z vratného daňového vyrovnání, které je k dispozici všem zahraničním produkcím natáčejícím kdekoli v Austrálii. Daňové vyrovnání představuje pevný podíl ve výši 12,5% z prokazatelných australských nákladů filmového projektu. Pro možnost využití tohoto stimulu musí mít projekty minimální australské náklady ve výši 15 milionů AUS a musí mít oprávnění o způsobilosti vystavené Australským vládním úřadem pro komunikaci, informační technologie a umění (Australian Governmental Department of Communications, Information Technology and the Arts). Daňová kompenzace není dostupná projektům, které se kvalifikovaly pro schémata daňových výsad dle oddílu 10B nebo 10BA. K červnu 2005 využilo této kompenzace devět celovečerních hraných filmů s australskými produkčními náklady ve výši více než 551 milionů AUD, které nárokovaly celkem 68 milionů AUD.

Telefilm Canada, Kanada

Telefilm Canada je “zastřešující společností” odpovědnou parlamentu prostřednictvím ministra pro kanadské národní dědictví. Úlohou Telefilmu s ročním rozpočtem ve výši 244 milionů kanadských dolarů (CAD) je podpora kanadských celovečerních hraných filmů, televize, nových médií a hudebního průmyslu. Telefilm má čtyři kanadské pobočky a také evropskou pobočku v Paříži.

Kanada je zajímavou případovou studií vzhledem k podpoře filmu i televize. Televiznímu sektoru v Kanadě přinášela značné výhody rozsáhlá státní ochrana a finanční podpora prostřednictvím kanadského televizního fondu a financování ze strany CAVCO, což zajišťovalo nepřetržitý přísun národní produkce. Podíl kanadských filmů na trhu je však jedním z nejmenších státních podílů na trhu na světě, což je trpkým důsledkem společného jazyka s USA i jejich těsná zeměpisná blízkost. Kanada je příkladem země, která pochopila vztah mezi kvalitou a kasovním úspěchem. Pokud jde o film, je prioritou Telefilmu zvýšení podílu kanadských filmů na trhu; toho již Telefilm začal dosahovat prostřednictvím investic na zvyšování filmových rozpočtů, které následně zvyšují kvalitu domácích filmových projektů.

Jistého úspěchu bylo dosaženo v tom, že se podíl kanadských filmů na trhu v časovém rozmezí od roku 2001 do roku 2003 zdvojnásobil. Tento úspěch byl způsoben zejména francouzsky mluvenými filmy, které v roce 2003 získaly nebývalý podíl na domácím trhu ve výši 19%. Projekty podporované Telefilmem mají 96% celkového příjmu z prodeje vstupenek kanadských filmů promítaných v roce 2003.

Oblasti podpory

Většina podpory Telefilmu se řídí čtyřmi hlavními iniciativami:

- The Canada Feature Film Fund (Fond kanadských celovečerních hraných filmů)
- The Canadian Television Fund (Kanadský televizní fond), řízený ve spolupráci s kanadským televizním průmyslem
- The Canada New Media Fund (Kanadský fond pro nová média)
- The Music Entrepreneur Program of the Canada Music Fund (Hudební podnikatelský program kanadského hudebního fondu)

Telefilm spolupracuje také s průmyslovými asociacemi, provinčními agenturami a dalšími kanadskými organizacemi na poskytování propagační a finanční podpory kanadským společnostem na klíčových trzích. Podpora jednotlivcům je poskytována hlavně prostřednictvím státního vzdělávacího a výcvikového programu (National Training School Program) v hodnotě 2,3 milióny CAD, který poskytuje specializovaný filmový a televizní výcvik. Telefilm se také společně s oddělením pro kanadské národní dědictví (Department for Canadian Heritage) podílí na certifikaci mezinárodních koprodukcí a na rozvoji kanadské koprodukční strategie.

Canada Feature Film Fund - Fond kanadských celovečerních hraných filmů

Cíle Telefilmu pro fond kanadských celovečerních hraných filmů jsou:

- dosáhnout do roku 2006 5% návštěvnosti kanadských filmů na domácím trhu prostřednictvím podpory produkce a distribuce
- zvýšit průměrné produkční rozpočty na 5 miliónů CAD
- zvýšit průměrnou částku marketingových rozpočtů na 500 000 CAD

Fond kanadských celovečerních hraných filmů má roční rozpočet ve výši přibližně 80 miliónů CAD na podporu psaní scénářů, vývoje projektů, produkce, marketingu a doplňkových činností. Fond se zaměřuje na investování do projektů, u nichž je největší pravděpodobnost, že proniknou ke kanadským divákům.

Dopad: V roce 2001, kdy fond zahájil činnost, byl divácký úspěch kanadských filmů 1,7%. V letech 2002/2003, což jsou nejpozdější statisticky dostupné roky, dosáhl Telefilm výrazného pokroku směrem k cílovému 5% podílu na trhu: dosáhl podílu na domácím trhu ve výši 3,6%, což bylo navýšení oproti předchozímu roku s podílem na trhu ve výši 2,7%. Jak bylo uvedeno výše, většina tohoto vzestupu se odehrála v oblasti francouzsky mluvených filmů, zatímco úroveň v oblasti anglicky mluvených filmů zůstala v podstatě stejná.

Canadian Television Fund – Kanadský televizní fond

V roce 1996 vytvořily společnosti Department of Canadian Heritage (ministerstvo kanadského národního dědictví), Cable Production Fund (fond kabelové produkce – založený kanadským kabelovým průmyslem) a Telefilm Canada kanadský televizní fond (Canadian Television Fund –

CTF). Kanadský televizní fond je veřejno-soukromou iniciativou s ročním rozpočtem ve výši 234 miliónů CAD, z čehož přibližně 100 miliónů CAD pochází z veřejných zdrojů. Finanční příspěvek od CTF může mít podobu licenčního poplatku “nad limit“ nebo investice do základního kapitálu prostřednictvím jednoho ze tří finančních zdrojů – činnost vysílacích médií, drama v anglickém jazyce nebo zvláštní iniciativa. Podpora Telefilmu má podobu investování do základního kapitálu.

Dopad: Nejnovější vyhodnocení úspěchu CTF provedla v letech 2001/2002 Asociace kanadských filmových a televizních producentů (Canadian Film and Television Producers' Association), při němž bylo zjištěno, že na každý příspěvek ve výši 1 CAD ze strany CTF připadal příspěvek ve výši 2 CAD ze strany jiných veřejných a soukromých zdrojů. Odhady analýzy nepodložené fakty ukazují, že kdyby zanikly fondy kanadské televizní produkce, došlo by ke ztrátě produkční aktivity ve výši 520–622 miliónů CAD a dále ke ztrátě 13 700 až 16 500 pracovních příležitostí přímo nebo nepřímo souvisejících s produkcí.

Canada New Media Fund (CNMF) – Kanadský fond pro nová média

Cílem Kanadského fondu pro nová média s ročním rozpočtem těsně pod hranicí 10 miliónů CAD je podpora vývoje, produkce, marketingu a distribuce vysoce kvalitních, původních, interaktivních digitálních zábavních produktů. Projekty přicházející v úvahu pro využití tohoto fondu mohou být ze škály mediální i obsahové včetně bezdrátových produktů, interaktivních DVD-ROM, konvergentních webových stránek, videoher a CD-ROM.

Dopad: Toto je relativně nový program, a proto je zatím dlouhodobý úspěch tohoto schématu nejasný. Schéma je však velmi populární, v každém finančním období dostává téměř 150 žádostí, což naznačuje, že fond odpovídá potřebám v rámci sektoru nových kanadských médií.

Národní daňové stimuly

Společně s Telefilm Canada se Department of Canadian Heritage také podílí na podpoře kanadského audiovizuálního průmyslu. Prostřednictvím Canadian Audio-Visual Certification Office (CAVCO – kanadský audiovizuální certifikační úřad) se tento Department podílí společně s Canada Revenue Agency na administraci programů daňových bonusů kanadského filmu a videa.

Canadian Film or Video Production Tax Credit (CPTC – daňový kredit pro kanadskou filmovou produkci a videoprodukci) je:

- k dispozici produkcím, které se prostřednictvím CAVCO kvalifikují jako produkce kanadského obsahu (splňují-li specifická kritéria na klíčové tvůrčí pracovníky a produkční náklady)
- k dispozici ve výši 25% adekvátních mezd a honorářů, pokud tyto adekvátní mzdy a honoráře nepřekročí 60% nákladů na produkci, asistenční sítě, dle certifikace ministra pro kanadské dědictví

Tímto způsobem může daňový kredit poskytnout refundaci až do výše 15% nákladů na produkci, asistenční sítě.

Production Services Tax Credit (PSTC – daňový kredit na produkční služby)

- je vytvořen s cílem podpořit kanadskou zaměstnanost v oblasti filmové produkce a videoprodukce nebo v oblasti produkčních služeb

- ke splnění podmínek pro získání tohoto daňového bonusu musí být produkce ze strany CAVCO potvrzená jako vyhovující a musí jí být ministrem pro kanadské dědictví vydáno oprávnění akreditované filmové nebo video produkce (Accreditation Certificate - akreditační oprávnění)
- daňový bonus ve výši 16% honorářů a platů vyplacených kanadským občanům nebo kanadským podnikům podléhajícím zdanění (na částky vyplacené zaměstnancům, kteří jsou kanadskými občany) za služby poskytované produkcím realizovaným v Kanadě
- neexistuje horní limit pro nárokování prostřednictvím tohoto vratného daňového kreditu a tento kredit je k dispozici kanadským podnikům podléhajícím zdanění nebo podnikům v majetku zahraničních subjektů s trvalým sídlem v Kanadě

Provinční daňové kredity

Devět kanadských provincií nabízí daňové kredity a stimuly pro audiovizuální produkce. S ohledem na tato schémata vypukla mezi různými provinciemi “nabídková válka“, která vede k tomu, že se někteří pozorovatelé obávají o dlouhodobou účinnost těchto opatření. Podrobnosti některých z těchto schémat jsou uvedeny dále spolu se statistikami ekonomického dopadu tam, kde jsou k dispozici.

Britská Kolumbie

Britská Kolumbie nabízí balík daňových kreditů otevřených vůči podnikům s kanadským vedením (v některých případech s vedením z Britské Kolumbie). Všechny mají horní limit na adekvátní pracovní náklady v průběhu jednoho zdaňovacího ročního období ve výši 48% celkových produkčních nákladů. Tyto daňové kredity jsou:

- Základní stimul: umožňuje kredit na 30% adekvátních pracovních nákladů
- Regionální stimul: umožňuje 12,5% adekvátních pracovních nákladů na produkce mimo Vancouver
- Praktikantský stimul: musí být zpřístupňován výhradně společně se základním nebo regionálním stimulem a pokrývá méně než 30% honorářů praktikantů nebo 3% adekvátních pracovních nákladů

Vedle toho existuje daňový kredit na produkční služby, který je k dispozici společnostem, u nichž vznikly oprávněné pracovní náklady v provincii bez ohledu na národnost. Hlavními rysy tohoto kreditu jsou:

- u žádného projektu neexistuje horní hranice daňového kreditu, o který lze žádat
- kredit je ve výši 18% únosných pracovních nákladů
- pro oprávnění na tento kredit musí mít produkce minimální rozpočet ve výši 100 000 CAD na každou epizodu televizního seriálu nebo ve výši 1 miliónu CAD na celovečerní hraný film

Dopad: Studie, kterou letos provedlo ministerstvo ekonomického rozvoje v Britské Kolumbii, ukázala, že balík provinčních daňových kreditů přinese do provincie navýšení produkce o 192 miliónů USD. Studie rovněž ukázala, že každé procento navýšení pracovních nákladů snižuje produkční náklady o 1,2% a že od zavedení daňového bonusu získala provincie 20,8 miliónů USD na příjmech z daní.

Nové Skotsko

- Je to kredit založený na práci, který podporuje rozvoj, výcvik a najímání filmových pracovníků Nového Skotska do všech oborů
- Koprodukce jsou způsobilé pro získání kreditu, pokud má žádající producent v Novém Skotsku stálé sídlo
- Kredit je ve výši 35-40% adekvátních pracovních nákladů v Novém Skotsku do maximální výše 17,5-20% celkového produkčního rozpočtu.

Ontario

Ontario nabízí několik schémat daňových kreditů:

- Filmový a televizní daňový kredit: je dostupný pro kanadské produkce a koprodukce a je ve výši 30% adekvátních pracovních nákladů v Ontariu. Začínajícím producentům je k dispozici ve výši prvních 240 000 USD vynaložených na oprávněnou práci. Další 10% bonus je k dispozici produkcím, které natáčejí po celou dobu mimo oblast velkého Toronta nebo mají alespoň pět natáčecích dní na lokacích v regionálním Ontariu.
- Daňový kredit na produkční služby: je k dispozici produkcím sídlícím v zahraničí a nabízí 18%, s regionálním bonusem ve výši 3% pro práci na lokacích mimo Toronto. Produkce způsobilé pro tento kredit musí mít rozpočet ve výši 1 miliónu CAD nebo 100 000 CAD v případě televizního seriálu
- Konečně daňový kredit pro počítačové speciální efekty a animaci: je k dispozici kanadským podnikům i podnikům se sídlem v zahraničí, pokud provádějí činnost spojenou s digitální animací nebo digitálními vizuálními efekty v trvalém sídle v Ontariu. Nabízený daňový kredit je ve výši 20% pracovních nákladů v Ontariu na aktivity přímo podporující tvorbu digitální animace nebo digitálních vizuálních efektů.

Quebec

Quebec má tři programy daňového kreditu a také “nadlimitní” kredity pro speciální efekty a CGI. Jsou to:

- Návrtný daňový kredit: je k dispozici pro kanadské produkce a koprodukce, které se realizují v Quebecu (a které v této provincii vynakládají alespoň 75% svých produkčních nákladů). Tento kredit je obsahovým daňovým kreditem spravovaným institucí Societe de developpement des entreprises culturelles (SODEC), který pokrývá jednu třetinu oprávněných pracovních nákladů a jeho horním limitem je 15% produkčního rozpočtu; toto procento se může zvednout až na 20,25% v případě francouzsky mluvených celovečerních hraných filmů a jednotlivých dokumentů a na 25% v případě regionálních produkcí (v Quebecu, avšak mimo oblast Montrealu) vyráběných producenty se sídlem mimo Montreal. Horní hranicí kreditu je 2,5 miliónů CAD na produkci.
- Návrtný daňový kredit pro filmové a televizní produkční služby: je k dispozici producentům mimo Quebec, pokud se produkce nebo postprodukce odehrává v této provincii. Má hodnotu 20% adekvátních pracovních nákladů vynaložených v Quebecu.
- “Nadlimit” pro speciální efekty a CGI: ke dvěma výše uvedeným programům daňového kreditu poskytuje dalších 20%.

Yukon

Yukon je zajímavým případem, protože jeho stimul představuje sleva, nikoli vratný kredit, což pro producenty znamená rychlejší obrát. Jeho podstatou je:

- balík slev na práci, zaučování a cestování
- až 35% mezd vyplacených oprávněným pracovním silám s horní hranicí ve výši 50% celkových nákladů vynaložených v Yukonu, pokud je využití yukonských pracovních sil alespoň ve výši 25% celkových “člověkodnů” (tj. počet pracovních dní násobený počtem pracovníků v těchto dnech) na yukonské části produkce.
- v souladu s předepsaným vzorcem je také k dispozici financování pokrývající až 50% cestovních nákladů mezi Vancouverem a Whitehorse
- dále existuje 35% sleva na práci mimo teritorium, kde nejsou k dispozici žádné kvalifikované yukonští pracovníci: zavedení této slevy slouží jako podnět vedoucí k mezinárodnímu výcviku pracovních sil - občanů Yukonu za účelem podpory vlastních projektů.