

## **2026-D-3-3-26 Distribuce filmu**

Výzva na podporu distribuce je koncipována jako průběžná, což má za cíl umožnit distributorům, aby požádali o podporu v ideálním termínu před premiérou tak, aby i rozhodnutí Rady Infrastruktury Státního fondu audiovizivní předcházelo uvedení filmu do kina. V rámci snahy o větší předvídatelnost je součástí výzvy tabulka předpokládané výše podpory, která stanovuje maximum pro zahraniční filmy ve výši 150 000 Kč (250 000 Kč v případě dabovaných filmů pro děti) a tři úrovně podpory pro české filmy dle velikosti distribuce. Rada obecně vnímá tuto výzvu primárně jako podporu distribuce náročných českých filmů do kin, kdy hodnotí jak předložený film, z hlediska tématu i cílových skupin, tak hlavně práci s ním a optimálně zvolenou a nápaditou distribuční strategií. U zahraničních filmů preferuje snímky, jejichž distribuční potenciál, ať už vzhledem k tématu, žánru nebo formě, je výrazně nižší, a distributor by ho tak bez podpory pravděpodobně nezařadil do své standardní nabídky. U těchto titulů Rada velmi pečlivě hodnotí distribuční strategii, neboť právě u těchto filmů je strategie uvedení pro úspěch v kinech naprosto zásadní. Rada Infrastruktury obecně nepovažuje za distribuční strategii pouhé umožnění kinům film nasadit na základě umístění v plánu premiér Unie filmových distributorů a zpřístupnění základních údajů a základních propagačních materiálů (plakát). Fond podpoří především projekty s komplexní distribuční strategií, která bude odpovídat aktuálním trendům ve způsobech konzumace audiovizuálního obsahu a projekty, které se budou snažit využít specifika jednotlivých distribučních kanálů a zároveň pomoci promyšlené propagace efektivně pracovat s cílovou skupinou diváků. U zahraničních titulů Rada také hodnotí, zda je snímek obohacením distribuční nabídky, a zda by se bez předpokládané podpory do distribuce dostal a s jakým diváckým ohlasem.

### **576-2026**

**Asociace českých filmových klubů, z. s.**

**Distribuce filmu Tajemství sýkorek**

*Tajemství sýkorek* představuje kvalitní krátký animovaný film určený především dětskému publiku, který prostřednictvím silného námětu, autentického lokálního zasazení a výtvarně působivého zpracování citlivě tematizuje hodnoty rodiny, odvahy a vzájemnosti. Cílové skupiny jsou vymezeny logicky a odpovídají charakteru projektu, přičemž vhodně zvolený důraz na školy rozšiřuje potenciál oslovení publika. Distribuční a marketingová strategie je promyšlená a realistická; kombinuje festivalové uvedení, spolupráci s relevantními partnery i využití regionálního rozměru projektu. Rozpočet je přiměřený a odpovídá běžným distribučním nákladům, stejně jako navržený harmonogram realizace. Rada se tak rozhodla projekt podpořit v plné výši.

### **558-2026**

**AEROFILMS s.r.o.**

**Distribuce filmu OTEC MATKA SESTRA BRATR**

*OTEC MATKA SESTRA BRATR* je snímek Jima Jarmusche, jehož tvorba má u českých diváků pevnou pozici. Jde o nuancované drama s prvky deadpan komedie, které pracuje se systematickými paralelami a odkrývá komplexní vztahovou dynamiku rodinných vazeb. Rada oceňuje dlouhodobou schopnost žadatele uvádět Jarmuschovu tvorbu a dostávat ji k divákům. Projekt se opírá o dobře vymezené cílové skupiny, funkční kampaň a pestrý doprovodný program rámuující uvedení filmu v českých kinech. Očekávání žadatele jsou realistická a odrážejí jeho dlouhodobé zkušenosti. Rada by uvítala větší zacílení na regionální diváky, celkově však projekt hodnotí jako kvalitně připravený. Proto se rozhodla jej podpořit v plné výši.

### **655-2026**

**AEROFILMS s.r.o.**

**Distribuce filmu Tajný agent**

Distribuční projekt *Tajný agent* představuje promyšlenou a vysoce profesionální kampaň pro umělecky hodnotný snímek ověřený cenami z prestižních světových festivalů. Ačkoliv Rada sdílí s distributorem střízlivý předpoklad, že film tohoto zaměření nemá v českém prostředí masový komerční potenciál, jeho uvedení plně naplňuje hlavní prioritu výzvy – rozšiřuje a obohacuje nabídku v kinech o špičkovou světovou kinematografii. Vzhledem ke kvalitě předložené žádosti, zcela přiměřenému a racionálnímu rozpočtu a prokazatelným kompetencím distributora efektivně využít vynaložené prostředky k zasažení klíčového publika se Rada rozhodla žadatele podpořit v požadované výši.

**600-2026**

**FALCON a.s.**

**Bára Basiková**

Distribuční projekt *Bára Basiková* představuje kvalitně strukturovanou žádost a obohacení filmové nabídky, která prostřednictvím autorského pohledu Heleny Třeštíkové a známé tváře Basikové přináší na plátna relevantní společenská a generační témata. Distribuční kampaň je promyšlená a logicky vystavěná, s jasným a přesným cílením, což dává předpoklad pro úspěšné zasažení specifikovaného publika. Vzhledem k mírně naddimenzovanému rozpočtu vůči odhadované cílové skupině a nutnosti reagovat na limitovanou alokaci aktuální dotační výzvy se Rada rozhodla žadatele podpořit se zkrácením požadované částky.

**597-2026**

**Artcam Films s.r.o.**

**Hlas Hind Radžab**

Film *Hlas Hind Radžab* představuje významné umělecké dílo, které prostřednictvím silného společenského tématu podněcuje veřejnou debatu a přispívá k rozmanitosti české kinodistribuce. Projekt staví na promyšlené distribuční a marketingové strategii odpovídající charakteru filmu, zkušenostech etablovaného distributora a realisticky nastaveném plánu oslovení publika. Rada ocenila zejména kulturní a společenský přínos filmu, jeho festivalový potenciál i schopnost oslovit mladší generaci diváků. Vzhledem ke kvalitě projektu, jeho relevanci a očekávanému dopadu se Rada rozhodla podpořit projekt v plně požadované výši.

**598-2026**

**FALCON a.s.**

**Chica Checa**

Předkládaný projekt *CHICA CHECA* je zdařilým filmem Šimona Holého citlivě prozkoumávajícím mezigenerační rozdíly. Možná nejsilnějším prvkem snímku je schopnost s lehkostí a humorem otevírat složitá témata vzájemného porozumění. Žadatel si je dobře vědom možných limitů autorského filmu a promyšlená strategie uvedení počítá se zapojením filmových festivalů, které mohou snímku výrazně pomoci při vstupu do distribuce. Projekt je dobře připravený a zacílený, financování je nastavené kvalitně s drobnými nedostatky. S ohledem na alokaci a ostatní projekty se Rada rozhodla jej podpořit v mírně snížené výši.

**660-2026**

**Cinemart, a.s.**

**Přisahám, že za to nemůžu**

Distribuční projekt *Přisahám, že za to nemůžu* je ukázkou kvalitně připravené kampaně k divácky vstřícně uchopenému biografickému dramatu. Rada oceňuje silný edukační potenciál filmu, jasné zacílení na publikum a organické propojení s jednosálovými kiny i školními projekcemi. Promyšlená marketingová strategie, podpořená zahraničním úspěchem snímku, zajišťuje relevantní zásah pro definované cílové skupiny. Vynikající umělecká úroveň samotného snímku i celková profesionalita předložené žádosti plně opodstatňují podporu z veřejných zdrojů. Rada se tak rozhodla projekt podpořit v požadované výši.

**599-2026**

**FALCON a.s.**

**Dovolená v Českém ráji**

Předkládaný projekt *Dovolená v Českém ráji* je zdařilým autorským filmem, který promyšleným způsobem podvrací očekávání spojená s žánrem letní komedie. Navazuje tak na mezinárodně úspěšný debut *Kdyby radši hořelo* a obohacuje distribuční nabídku o kvalitní českou tvorbu. Rada ocenila dobře připravenou kampaň se silným festivalovým i diváckým potenciálem. Žadatel dobře rozumí povaze projektu a přesvědčivě představil distribuční strategii zahrnující eventové projekce, plošnou distribuci, delegace i následné uvedení na VOD. Dílčí výhrady Rada vznáší k vymezení cílových skupin. Proto se rozhodla projekt podpořit v mírně snížené výši.

**665-2026**

**Duracfilm, z.s.**

**DRAZÍ SPOLUOBČANÉ – Distribuce**

Projekt *DRAZÍ SPOLUOBČANÉ* přináší do českých kin vysoce kvalitní, obsahově nosný dokument otevírající důležitá společenská témata formou participativní demokracie, čímž obohacuje diverzitu distribuční nabídky a plní silnou edukační funkci. Ačkoliv je strategie v rovině alternativní komunitní distribuce promyšlená, celkové zaměření kampaně zůstává kvůli příliš široce definované cílové skupině do jisté míry nezacílené a rozostřené. Rada oceňuje kvalitu a potenciální celospolečenský dosah snímku, ovšem s ohledem na alokaci ve výzvě byla podpora krácena a Rada tak projekt podpořila ve snížené výši.

**651-2026**

**Olena Vesela**

**2000 metrů do Andrijivky**

Projekt *2000 metrů do Andrijivky* přináší do českých kin autentický dokument s pozoruhodnou střihovou skladbou a výraznou osvětovou, společenskou i estetickou hodnotou. Projekt je kvalitně připravený, diverzifikuje českou distribuční nabídku a dobře pracuje s festivalovými premiéry jako přípravnou fází distribuce. Jedinou výhradou Rady zůstává marketingová kampaň, která by v několika ohledech zasloužila dopracování. Přes tento nedostatek se jedná o kvalitní projekt, který se Rada rozhodla podpořit v plné výši.

**663-2026**

**CLAW AV s.r.o.**

**Neplacené volno**

Projekt *Neplacené volno* se zaměřuje na distribuci formálně i tematicky specifického dokumentárního filmu, který originálním způsobem otevírá téma vyhoření a svou povahou přesahuje možnosti běžné kinodistribuce. Žadatel v doplnění žádosti přesvědčivě vysvětlil logiku cílových skupin, distribuční a marketingové strategie i strukturu financování projektu. Rada se ztotožňuje s názorem, že pro tento typ díla je vhodné využít kombinaci festivalových uvedení, komentovaných projekcí, debat, komunitních aktivit a spolupráce s tematickými partnery, které umožní efektivně oslovit relevantní publikum. Pozitivně hodnotí také promyšlenou segmentaci cílových skupin, realistický odhad návštěvnosti a odpovídající finanční plán doplněný o další potenciální zdroje financování. Navržená strategie působí konzistentně, realisticky a odpovídá charakteru projektu. Rada se proto rozhodla projekt podpořit.

**662-2026**

**BONTONFILM a.s.**

**Hurvínkova cesta do Tramtárie**

Distribuční projekt *Hurvínkova cesta do Tramtárie* představuje přínos k udržování loutkářské tradice a zajímavou diváckou alternativu i obohacení filmové nabídky. Rada tento aspekt oceňuje o to více, že pro nejmenší a předškolní děti je v současné kinodistribuci dlouhodobě velmi málo adekvátního obsahu. Projekt tak plní důležitou roli, a to i přes skutečnost, že se po formální stránce jedná spíše o konvenční záznam divadelní inscenace než o inovativní filmové dílo. Distribuční strategie vykazuje rezervy, neboť postrádá skutečný eventový charakter a neúměrně spoléhá na sílu zavedené značky. Vzhledem k tomuto faktu a s ohledem na alokaci ve výzvě byla podpora krácena a Rada tak projekt podpořila ve snížené výši.

**654-2026**

**Cinemart, a.s.**

**Nevděčné bytosti**

Artové drama *Nevděčné bytosti*, pokračuje v osobitě poetice režiséra Olma Omerzua. Rada oceňuje přínos filmu domácí distribuční nabídce: jde o tematicky i herecky silné rodinné drama s mezinárodní festivalovou historií, které citlivě otevírá téma poruchy příjmu potravy a komplikované rodinné dynamiky skrze sebevědomou formální výstavbou. Rada nicméně shledává nedostatky v zacílení filmu a marketingové kampani. Ta sice staví na selektivním nasazení, ale nedostatečně pracuje s tematickou nadstavbou, kterou projekt tohoto typu vyžaduje. Rada je proto skeptická k jeho diváckému potenciálu, a rozhodla se tak projekt podpořit ve snížené výši.

**587-2026**

**Atlas Cinema s.r.o.**

**80 rozlícených novinářů**

Distribuční projekt *80 rozlícených novinářů* představuje společensky vysoce relevantní počín, jehož ambicí je vyvolat debatu o stavu nezávislé žurnalistiky v kontextu střední Evropy. Rada oceňuje aktuálnost tématu i snahu distributora o vybudování diskuze napříč regiony, přestože samotná marketingová strategie a identifikace cílových skupin byla v žádosti popsána stručně a spoléhá primárně na festivalové uvedení. Vzhledem ke specifickým a limitům dokumentárního žánru v běžné kinodistribuci a s přihlédnutím k alokaci finančních prostředků v aktuální dotační výzvě se Rada rozhodla projekt podpořit ve snížené výši.

**653-2026**

**FALCON a.s.**

**Neboj, dýchej, čaruj**

Projekt *NEBOJ, DÝCHEJ, ČARUJ* je biografickým dokumentem a portrétem hudebníka Davida Stypky. Rada oceňuje kvalitu zacílení, positioning projektu i střídavě nastavená očekávání. Marketingová strategie je spíše obecná, což však pozitivnímu diváckému přijetí výrazněji nebrání. Podobný typ dokumentu diverzifikuje distribuční nabídku jen okrajově, a tak se z tohoto důvodu Rada rozhodla projekt podpořit ve snížené výši.

**656-2025**

**Jana Ševčíková**

**Jakub – remasterovaná verze**

Předkládaný projekt přináší do českých kin snímek *Jakub* (1992) v remasterované podobě pod dohledem režisérky Jany Ševčíkové. Etnografický esej patří mezi často opomíjené filmy 90. let a obnovené uvedení na velkých plátnech je vítaným počínem. Rada je nicméně skeptická k diváckému potenciálu projektu. Uvedení neprovází dostatečně komplexní kurátorské ani eventové uchopení a Rada se obává, že film v současné distribuční nabídce snadno zapadne. Zacílení je dobře nastavené, harmonogram uvedení však zůstává příliš obecný. S ohledem na kvalitu filmu a remasteru se Rada rozhodla projekt podpořit ve snížené výši.