

Až do 30. dubna mohou nezávislé distribuční společnosti žádat program MEDIA o podporu na evropské hrané, dokumentární či animované filmy, které chtějí uvést v našich kinech. Jen loni získali nezávislí distributoři na základě svých předchozích výsledků přes 231 000 EUR, které mohou investovat do nákupu dalších evropských filmů nebo jejich propagace. Ty dnes představují v programech kin velmi vítané osvěžení - bez podpory typu programu MEDIA by však většina z nich nikdy nepřekročila hranice zemí svého vzniku.

Na uvádění evropských filmů se specializují zejména menší distribuční společnosti, peníze získané z programu MEDIA jsou však zajímavé i pro velké hráče: u automaticky udílených podpor totiž rozhoduje o výši částky pouze počet prodaných vstupenek. „Pokud je film atraktivní a navštíví ho dost diváků, pak jde podpora až do statisíců EUR,“ říká Barbora Ondrejčáková, ředitelka české kanceláře Media Desk.

Podle Ondrejčákové si právě distributoři ukusují z koláče podpor programu MEDIA pravidelně ten největší díl: „Ze 755 miliónů EUR, které se mají do roku 2013 rozdělit mezi žadatele z celé Evropy, se pro distributory počítá až s 55 %,“ říká Ondrejčáková, „Teprve za nimi se o peníze dělí producenti připravující filmové projekty, kina, filmové festivaly, filmové vzdělávací programy a další žadatelé“. Distributoři mohou navíc získat i selektivní podporu na konkrétní film. Od roku 2002, kdy program MEDIA v ČR funguje, tak distributoři dostali díky automatickým i selektivním podporám **2 244 000 EUR**.

Mezi filmy, které se i díky penězům z programu MEDIA objevily nakonec i v našich kinech, patří třeba celosvětový hit Persepolis podle komiksu íránské autorky Marjane Satrapiové, nevázaná dánská animovaná komedie Terkel má problém, životopisný snímek Edith Piaf nebo rumunské drama z doby totalitarismu 4 měsíce, 3 týdny, 2 dny, oceněné Zlatou palmou v Cannes.

Do evropských kin se s pomocí podpory tamějším distributorům naopak snáze dostaly třeba Pravidla lži, Obsluhoval jsem anglického krále, Vratné lahve nebo Šťěstí.

Jak uvádí Barbora Ondrejčáková, zájem uvádět evropské filmy dnes přichází i ze strany agilních kinařů, kteří své diváky začali lákat na netuctový program z kvalitních filmů „Made in Europe“. Za hranicemi jde o běžnou praxi, u nás se o takový přístup snaží například kina Aero a Světozor. „Uvádět evropské filmy je díky podpoře MEDIA jednodušší,“ říká Ondrejčáková, „profitují na tom distributoři, kinaři a samozřejmě i diváci.“