

MEDIA

Podpora producentů

**Development
TV Broadcasting
MEDIA Production Guarantee Fund
i2i**

MEDIA Development – Single Projects, Slate Funding

Program MEDIA Development je určen na finanční podporu vývoje audiovizuálních děl. Žádosti o podporu mohou předkládat nezávislé produkční společnosti, které připravují jeden nebo více projektů v kategoriích hraný film, tvůrčí dokumentární film, animovaný film nebo interaktivní díla. *

Program nabízí dva druhy financování:

Single Projects (SP) – jednotlivé projekty
Podpora je určena především malým společnostem s omezenými finančními možnostmi.

Slate Funding (SF) – soubory 3–5 projektů
Tato podpora je určena středně velkým společnostem s předchozími zkušenostmi na mezinárodní úrovni a schopným financovat vývoj několika projektů současně. Podmínky hodnocení finančních možností společnosti jsou přísnější.

Slate Funding 2. stupně (SF 2) – pro společnosti, které mají aspoň jeden projekt ze SF ve výrobě. **

Podmínky pro předložení žádosti

Společnost

- nezávislá
- předmět činnosti – výroba audiovizuálních děl
- registrována v jedné ze zemí programu MEDIA a vlastněna občany těchto zemí
- právní existence alespoň jeden rok, u SF alespoň tři roky

O podporu může žádat právnická i fyzická osoba.
O podporu **nemohou** žádat nadace, instituce, univerzity ani jednotlivci.

Požadavky na výši obrátu a zisku nejsou stanoveny.

Referenční dílo

- společnost musí prokázat, že v minulosti realizovala dílo, které bylo komerčně šířeno v období dvou kalendářních let předcházejících podání žádosti
- u SF musí doložit realizaci díla během pěti let předcházejících podání žádosti a jeho distribuci na mezinárodní úrovni
- v úvahu se berou pouze díla, na nichž se společnost podílela jako jediný nebo většinový producent nebo ta, kde je ředitel společnosti nebo jeden ze společníků uveden v titulcích jako producent nebo delegovaný producent
- výjimka – je možné vzít v úvahu i jiné dílo, pokud je vlastník, ředitel nebo producent (alespoň jeden rok v zaměstnaneckém poměru) žadatelské společnosti uveden v titulcích tohoto díla jako producent, delegovaný producent nebo výkonný producent

Dílo se považuje za dokončené v den výroby nulté kopie nebo masteru.

Za datum distribuce se považuje datum podpisu distribuční smlouvy nebo datum faktické distribuce.

Vlastnictví práv

- společnost musí doložit, že přímo nebo prostřednictvím opce vlastní alespoň 50 % práv k projektu

* Interaktivní projekty jsou předmětem jiné výzvy (22/2011), ale základní podmínky jsou podobné.
Bližší informace najdete na www.mediadeskcz.eu/cz/financovani/vyzvy v kapitole Podpora producentů.

** Společnosti, které podepsaly smlouvu o financování SF v roce 2011, nemohou žádost o SF 2 podat.

Finanční podporu mohou získat následující projekty:

- hrané filmy delší než 50 min
- tvůrčí dokumentární filmy delší než 25 min
- animované filmy delší než 24 min
- jednotlivé filmy i seriály

U animovaných a hraných seriálů se za délku považuje celková délka všech dílů, u dokumentárních seriálů délka jednoho dílu. Nerozhoduje, zda je dílo určené pro kino nebo televizi, ani jakou technologií bude realizováno. Program MEDIA Development nepodporuje krátké filmy, záznamy, reportáže, publicistické a zpravodajské pořady a magazíny, reality show nebo vzdělávací, výukové a instruktážní programy.

Finanční podporu lze použít na:

- akvizici práv
- rešerše a archivní rešerše
- psaní scénáře od treatmentu až do konečné verze včetně storyboardů
- vyhledávání hlavního hereckého obsazení a štábu
- příprava plánu financování a předběžného výrobního rozpočtu
- účast na koprodukčních fórech a burzách námětů
- příprava harmonogramu výroby až do okamžiku dokončení filmu
- prezentace projektu na festivalech a trzích, jednání s obchodními agenty a distributory
- u tvůrčích dokumentů – realizace video treatmentu
- u animovaných filmů – grafická rešerše a výroba pilotního dílu
- další práce spojené s producentskou přípravou díla

Na administrativní a provozní náklady lze vyčlenit paušální částku až do výše 7 % celkového rozpočtu na vývoj projektu. Z podpory nelze financovat účastnické poplatky v kurzech MEDIA Training, výrobní náklady, „pre-production costs“, kurzové ztráty a podobné finanční náklady.

Časové období financování

S podporou MEDIA lze financovat pouze náklady vzniklé od data podání žádosti. Jedinou výjimkou jsou náklady spojené s vyhrazením nebo akvizicí autorských práv, které je možné uznat i pokud vznikly nejdéle 12 měsíců před datem podání žádosti.

Období uznatelnosti nákladů trvá do 30. 6. / 30. 11. třetího roku po publikaci výzvy.

Projekty, jejichž realizace začne před datem podpisu smlouvy s MEDIA, nemohou podporu získat.

Předkládání žádostí

V rámci jedné výzvy může jedna společnost předložit pouze jednu žádost.

Žádost musí být předložena online do stanoveného termínu uzávěrky na originálním formuláři (e-form). Zároveň je nutné zaslat poštou na adresu programu MEDIA v Bruselu tištěnou kopii žádosti (application package) se všemi přílohami. Za datum odeslání se považuje poštovní razítko na obálce. Projekt bude přijat k posouzení, pouze pokud bude zaslána jak online žádost, tak tištěná kopie a všechny přílohy. V případě chybějících dokumentů může být projekt vyřazen. V případě zamítnutí lze žádost předložit znovu, ale až v příští výzvě k předkládání žádostí. Společnost pak musí prokázat, že v porovnání s předchozí verzí doznala žádost podstatné změny.

Při výběru se hodnotí:

- formální kritéria – splnění podmínek pro předkládaný projekt a žadající společnost, všechny potřebné dokumenty, správně zpracovaný formulář a rozpočet
- kvalita a originalita projektu – námět, struktura příběhu, postavy a vizuální pojetí
- kvalita tvůrčího týmu
- kvalita strategie vývoje a přípravy projektu – popis a plán vývoje
- rozpočet na vývoj a jeho soulad se strategií vývoje
- strategie financování a výrobní potenciál projektu – plán financování výroby, stav zafinancování projektu, možnosti koprodukcce
- evropský a mezinárodní potenciál a kvalita marketingových a distribučních strategií – prodejní potenciál, výběr zemí pro koprodukcii a distribuci, možnosti distribuce
- praktické zkušenosti a odborná způsobilost představitelů společnosti
- finanční možnosti a technická kapacita společnosti
- účast na MEDIA Training, realizace projektu s podporou MEDIA v minulosti

Finanční podpora

Finanční podpora MEDIA Development může pokrýt maximálně 50 % rozpočtu na vývoj díla.

60 % mohou získat projekty, které reflektují evropskou kulturní rozmanitost.

V závislosti na typu předkládaného projektu lze žádat o následující částky:

- **Single Projects** – 10 000 – 60 000 EUR, 80 000 EUR pro celovečerní animovaný film
- **Slate Funding** – 70 – 190 000 EUR pro soubor, na jeden projekt v souboru 10 000 – 60 000 EUR

Platba

- podpora je příjemci přidělena na základě Rozhodnutí o grantu (Grant Decision)
- 70 % podpory získá příjemce do 45 dnů od zaslání žádosti o platbu
- zbývající část po předložení vyúčtování výdajů na vývoj
- platby MEDIA musí být na účtu příjemce jasně identifikovatelné

Uzávěrky a důležitá data

Uzávěrka	25. 11. 2011 / 12.00 SEČ *	13. 4. 2012 / 12.00 SELČ *
Výsledky	květen 2012	září 2012
Podpis smlouvy	červen 2012	říjen 2012
Uznatelné náklady **	podání žádosti – 30. 6. 2014	podání žádosti – 30. 11. 2014

* online žádosti

** pokud produkce díla začne před těmito daty, končí uznatelnost nákladů k datu začátku natáčení, náklady na akvizici práv je možné uznat rok zpětně

Další podrobnosti o podmínkách získání podpory MEDIA Development a jejího využití najdete na www.mediadeskcz.eu/cz/financovani/vyzvy v kapitole Podpora producentů, kde je rovněž možné stáhnout si potřebné formuláře.

Co ještě potřebujete vědět o MEDIA Development?

Jsem scenárista. Mohu žádat o podporu programu MEDIA Development?

Ne. Žádat může pouze nezávislá produkční společnost (fyzická nebo právnická osoba), nikoli jednotlivec.

Jsem autorem scénáře, který zároveň produkuje moje společnost. Jak se v tomto případě dokládá vlastnictví práv?

Jednotlivec – autor scénáře – musí smluvně převést práva na svoji společnost. Pokud se společnost jmenuje stejně jako vy nebo jste registrován pouze jako fyzická osoba, nevadí to.

Co znamená „nezávislá produkční společnost“?

Společnost, jejíž hlavní aktivitou je výroba audiovizuálních děl nebo multimédií a která není většinově kontrolovaná TV stanicí. Za většinovou kontrolu se považuje, pokud jedna TV stanice drží více než 25 % podílu společnosti (50 % v případě více TV stanic) nebo pokud v průběhu 3 let pochází více než 90 % výnosů společnosti z tržeb od jediné TV stanice.

Co znamená „evropská společnost“?

Podpora programu MEDIA je určena pro společnosti registrované v zemích účastnících se programu MEDIA. Společnost musí být vlastněna přímo nebo většinovým podílem občany těchto zemí a musí v takovém vlastnickém vztahu setrvat.

Pokud je společnost společně vlastněna příslušníky více států, bude ještě považována za českou?

Určující je místo registrace společnosti. V případě, že je společnost registrována v České republice, bude považována za českou.

Jak se prokazuje podíl na výrobě referenčního díla?

Podíl na výrobě referenčního díla se prokazuje uvedením jména a funkce osoby v titulcích díla. V úvahu se berou pouze titulky na nosiči (onscreen credits), ne titulková listina. Na prohlášení třetích stran se nebere zřetel. V případě seriálu je nutné uvedení v titulcích všech dílů.

Jak je v případě referenčního díla definován majoritní koproducent?

Společnost musí vlastnit minimálně 51 % práv k referenčnímu dílu anebo mít největší finanční podíl na koprodukcii.

Jak je v případě MEDIA Development definována distribuce?

Distribucí se myslí veškeré veřejné komerční šíření filmu: uvedení v kinech, vysílání v televizi, vydání na DVD nebo uvedení v online distribuci. Může jít o znovuuvedení nebo další vydání díla. Bezplatné uvedení online, promítání na festivalech nebo v kulturních institucích se za distribuci nepovažuje. Distribuce se může prokázat distribuční smlouvou, licenční smlouvou nebo potvrzením o vysílání, případně kopií TV programu. Rozhoduje datum podpisu smlouvy nebo datum faktické distribuce.

Co by měl projekt obsahovat, aby byl vhodný pro MEDIA?

Projekt by měl mít evropský dosah. Nemusí se zabývat evropskou tematikou, ani se odehrávat v Evropě, ale jeho téma a zpracování musí být atraktivní i pro zahraniční diváky a nákupčí.

Co to znamená „tvůrčí dokumentární film“?

Tvůrčí dokument musí vycházet ze skutečnosti, ale musí mít originální scénář a vyjadřovat vlastní pohled filmaře. MEDIA nefinancuje zprávy, publicistiku, talk show, naučné programy nebo programy propagující nějakou instituci nebo její aktivity.

Kdo posuzuje žádosti?

Žádosti se zasílají přímo do Bruselu, kde je zpracovává Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA). Její pracovníci nejprve zkontrolují, zda je žádost kompletní a zda splňuje všechna formální kritéria. Potom je posuzována dvěma nezávislými experty z celé EU, kteří se vzájemně neznají. Jejich posudky pak vyhodnotí komise složená ze zástupců programu MEDIA, EACEA a nezávislých expertů.

Pokud projekt v průběhu vývoje nebo výroby získá financování z jiné země než MEDIA, je to problém?

Není, ale žadatel musí prokázat, že náklady na vývoj nebo výrobu vznikly v Evropě.

Co se stane, když se můj projekt neuskuteční?

Pokud se váš projekt z vážných důvodů neuskutečnil a pokud jste splnili všechny své smluvní závazky a řádně vyúčtovali vynaložené náklady, nemusíte peníze vracet.

Mohu žádost předložit vícekrát ve stejném termínu?

V jedné výzvě může jedna společnost předložit pouze jednu žádost. Pokud byl projekt neúspěšný, společnost jej může přepracovat a může žádost podat ještě jednou. V nové žádosti musí podrobně popsat změny, které proběhly od posledního podání.

Získali jsme podporu v programu MEDIA Development SF. Kdy lze podat žádost o financování jednotlivého projektu?

Společnost nemůže žádat o financování SP ani SF, dokud pracuje na projektech ze souboru. Další žádost můžete podat v programu SF 2 v případě, že aspoň jeden z projektů v souboru jde do výroby.

Může producent zaměnit jeden projekt v souboru za jiný?

Příjemce podpory musí poskytnout zdůvodnění této výměny a musí to udělat ještě předtím, než pošle programu MEDIA návrh na přidělení peněz jednotlivým projektům ze souboru. Pokud již došlo k přidělení peněz a byla o tom podepsána smlouva s MEDIA, producent už nesmí měnit projekty v souboru.

Co znamená evropská kulturní rozmanitost v případě filmového díla?

Děj filmu by měl zobrazovat interakci mezi alespoň dvěma různými národními nebo regionálními identitami, vyzdvihnout jejich kulturní specifika a hodnoty. U nás toto kritérium splnil například film *Indián a sestřička* (r. Dan Włodarczyk).

Nejčastější „chyby“ v žádostech

Skutečných chyb se v žádosti pro MEDIA můžete dopustit především nesplněním formálních náležitostí. Většina dalších chyb vzniká, pokud nemáte svůj projekt dobře promyšlený a připravený.

Formální kritéria

Rozhodují o tom, zda vaše žádost bude vůbec posuzována. Pozorně si přečtěte pokyny (Guidelines) a pečlivě zkontrolujte (Checklist), že jste přiložili všechny požadované dokumenty.

Nejčastější formální nedostatky

- chybějící dokumenty a smlouvy, zakladatelské listiny apod.
- neuznatelný předmět činnosti žadající společnosti (musí být „výroba, rozmnožování a nahrávání zvukových a zvukově obrazových záznamů“)
- nedoložené předchozí zkušenosti
- nedoložené vlastnické práva – žadající společnost musí vlastnit více než 50 % práv k projektu (u adaptace i práv ke zdrojovému materiálu, v případě biografie souhlas popisované osoby) a doložit je řádně uzavřenými smlouvami
- referenční dílo příliš staré nebo nedokončené, žadatel je menšinový koproducent díla
- neuznatelné datum distribuce referenčního díla – za relevantní se považuje datum uzavření distribuční smlouvy nebo datum faktické distribuce

Vlastní hodnocení žádosti

Dokažte, že znáte trh a své možnosti, že víte, co chcete a jak to chcete udělat. MEDIA preferuje projekty, které se podaří zafinancovat, vyrobit a které se budou co nejlépe prodávat.

Film – nejvyšší váha při hodnocení

- hodnotí se především kvalita a originalita projektu
- musí být zajímavý pro diváky v zahraničí – jak tématem, tak zpracováním
- nemusí se týkat dění v Evropě, ani se zde odehrávat
- třířádkový popis (log-line) – je reklama na váš film a musí zaujmout na první pohled
- nejdůležitější část žádosti je synopse, věnujte jí dostatečný čas – nezapomeňte na jména postav, jejich bližší identifikaci, vzájemné vztahy a konec
- jasná celková vize projektu – co chceme vyprávět, komu a jak

Strategie vývoje

- realistický a podrobný plán vývoje odpovídající potřebám projektu
- dostatek času a financí na vývoj scénáře – nepodceňovat
- postup vývoje musí souhlasit s rozpočtem nebo časovým plánem
- tvůrčí tým odpovídající svými zkušenostmi náročnosti realizace projektu
- uveďte vzdělávací programy, dramaturgy, odborné poradce

Finanční strategie, výrobní potenciál

a rozpočet

- realistický finanční plán
- přesvědčivá finanční strategie zahrnující lokální nebo mezinárodními partnery
- rozpočet musí odpovídat charakteru projektu (ani příliš nízký ani přehnaný), musí obsahovat přesné částky, jejich zdroje a způsob vynaložení
- rozpočet nesmí obsahovat náklady, které nejsou potřebné k vývoji (vysoké nebo neodůvodněné náklady na cestovné, „pre-production costs“ ani výrobní náklady)
- zkontrolujte všechny součty a mezisoučty
- rozpočet na vývoj by měl být asi 7 % celkového rozpočtu
- uveďte své finanční partnery a zdroje financování (včetně stadia potvrzenosti)

Marketingová a distribuční strategie

- definujte konkrétní cílovou skupinu a místo filmu na trhu – neexistuje film vhodný pro všechny diváky
- uveďte trhy, které navštívíte za účelem pre-sales a propagace filmu
- identifikujte vhodná teritoria, distributory a obchodní agenty
- uveďte strategii pro celý životní cyklus filmu – nezapomeňte na festivaly, burzy námětů, koprodukční fóra, televizní vysílání, DVD a online distribuci

Jak strategie psát?

- žádost budou číst aktivní profesionálové, kteří znají náš i evropský trh, včetně cen a podmínek v jednotlivých zemích
- neznají váš film, slyší o vás poprvé – co si nepřečtou v žádosti, to nebudou vědět; dodatečné informace nelze dodat
- používejte jasnou úpravu a přesné formulace – informace by měly být jasné hned
- jednotlivé části žádosti by si neměly odporovat – to, co máte v rozpočtu, musíte mít i ve strategiích a dokumentech – částky, data, názvy společností
- mějte jasnou strategii – definujte cíl a jak ho chcete dosáhnout, uveďte alternativní plán, zdůvodněte svá rozhodnutí
- při tvorbě strategií buďte realističtí, nepodceňujte, ale ani nepřeceňujte své možnosti
- ukažte, že víte, o čem mluvíte, a že znáte trh – buďte konkrétní, uvádějte konkrétní názvy společností a jména osob
- dokažte, že jste schopni zamýšlený projekt opravdu realizovat – profil a finanční možnosti společnosti by měly odpovídat zvolenému cíli
- čím lépe je projekt připraven a zafinancován, tím větší šance má na získání podpory

Komunikace s programem MEDIA

Komunikace s výkonnou agenturou EACEA programu MEDIA je velmi důležitá pro hladký průběh přidělení podpory i vyúčtování. Řadě průtahů můžete předejít dodržováním několika základních pravidel.

- v žádosti zadávat funkční e-maily a telefonní čísla
- informovat EACEA průběžně o změnách všech důležitých údajů – zástupce společnosti, e-mail, telefonní číslo, bankovní účet atd.
- pokud možno se vyhnout výše zmíněným změnám v období přípravy smlouvy – značně se tím prodlouží její příprava a zaslání první platby
- reagovat na e-maily od EACEA včas – pokud něčemu nerozumíte, lze konzultovat s MEDIA Desk nebo přímo s EACEA
- vyžádané doplňující dokumenty zasílat pečlivě vyplněné a v co nejkratším možném čase

- v tabulce předběžného rozpočtu respektovat zadání, nepřidávat žádné nové kategorie a řádky
- před zasláním vyúčtování si ověřit, že předkládaný rozpočet má v části A i B (zdroje financí) stejnou hodnotu
- v případě pochybností lze telefonicky nebo e-mailem zkontaktovat EACEA a potřebné informace si ověřit

Kontakt v EACEA – MEDIA Development pro Českou republiku

Miroslava Rueda Rodriguez
MEDIA PROGRAMME – Development (P8)
Education, Audiovisual and Culture
Executive Agency
BOUR 3/63A, Avenue du Bourget, 1
B-1140 Brussels
<http://eacea.ec.europa.eu>
Miroslava.RUEDA-RODRIGUEZ@ec.europa.eu
Tel.: 00 322 299 84 23

Doporučujeme, abyste své žádosti před podáním konzultovali s kanceláří MEDIA Desk.

Jak napsat slogan a synopsis

Nejdůležitější částí žádosti v programu MEDIA Development je krátký slogan a synopse filmu. To, jak jsou napsány, rozhoduje, zda projekt zaujme toho, kdo žádost hodnotí.

V Evropě existují dvě základní pojetí toho, co se v Čechách nazývá slogan. „One-liner“ je velmi krátký a věcný popis projektu. Sděluje, kde se příběh odehrává, o čem je, kdo je hlavní postava, co dělá a s jakými motivy.

Asi nejbližší českému výrazu slogan je „log-line“. Ta by měla upoutat pozornost prostřednictvím atmosféry nebo hlavního tématu, objevuje se tu svět, v němž se film odehrává. Nevztahuje se k obsahu, ale k očekáváním čtenáře a emocionální atmosféře filmu.

Žádost MEDIA Development je určena takzvané primární cílové skupině – lidem, kteří budou financovat a podporovat projekt. První tři řádky musí čtenáře přitáhnout a donutit ho číst dál. Měl by to tedy být mix mezi one-liner a log-line. Synopse má být strukturovaná a srozumitelná. Říká nám, jaký je příběh od začátku do konce a o čem je.

Synopsi můžete napsat dvěma způsoby. Můžete jednoduše popsat děj filmu od A do Z. Nebo můžete napsat spíše marketingovou synopsi, která už obsahuje základní téma, části příběhu, hlavní postavy, jejich jména a popis jejich osobních témat a příběhů. Kde začíná cesta hlavního hrdiny, čím prochází, jaký je smysl jeho dobrodružství a jak nakonec uspěje.

Synopse by měla ukázat emocionální přístup, atmosféru filmu. Když čtu synopsi a je to thriller, měla by mi při tom naskakovat husí kůže; pokud je to komedie, musím se u toho alespoň usmívat. To je často základní nedostatek synopsí – postrádají atmosféru, emocionální přístup, popis rozpoložení postav.

Každá synopse musí mít konec. Pro člověka, který má o projektu rozhodnout, je nejhorší, když na konci synopse najde: „A pak se stane, co nikdo nečekal...“ To je samozřejmě v pořádku, když píšete pro diváky a chcete je navnadit, aby zaplatili za lístek do kina nebo se večer dívali na televizi. Pokud mám ale o projektu rozhodnout, potřebuji vědět, jestli je autor schopen napsat konec, který mě buď shodí ze židle, anebo je naopak nudný. Když neumíte napsat konec, znamená to, že je něco špatně už na začátku.

Samozřejmě, že v průběhu vývoje filmu přicházejí změny, ale alespoň byste měli vědět, jestli tenhle milostný příběh skončí dobře a on si ji vezme, nebo špatně a bude to smutné. Jakmile napíšete, že pak se stane něco neočekávaného, tak předstíráte konec, který nemáte.

Sybille Kurz, EAVE

Synopse se může skládat z několika odstavců či z jediného dlouhého odstavce. Neměla by přesahovat délku sedmi odstavců či jedné a půl stránky. Jedná se o dokument převážně pro vnější účely, který lze předložit nezúčastněným osobám jako úvod do příběhu, nicméně zároveň je psaní synopse velmi užitečné k zachycení zápletky, protože vlastně představuje její shrnutí. Budete-li psát synopsi před rozpracováním příběhu, dostane se vám možnosti ověřit si, jak dobře svůj příběh vlastně znáte.

Jak tedy vypracovat synopsi? Existuje celá řada variantních přístupů, zde nabízíme ten klasický:

1. V co nejkratším – nicméně reálném – rozsahu popište, o čem je váš příběh.
2. Obdobně popište, které postavy se ve vašem příběhu vyskytují.
3. Ve stejném duchu opět popište, o jaký typ příběhu se jedná.
4. Odpovědi na body 1, 2 a 3 zredukujte do pětadvaceti slov. To bude váš první odstavec.
5. Ve zbývajících zhruba sedmi odstavcích uveďte celkové shrnutí zápletky příběhu v přítomném čase. Nezapomeňte uvést, kde se příběh odehrává, a určit hlavní postavy.

6. Ke shrnutí připojte popis konfliktů mezi hlavními postavami a motivy, z nichž tyto konflikty vycházejí. Popište řešení těchto konfliktů. Nezapomeňte příslušné postavy pojmenovat.
7. Popište ukončení příběhu a ukažte, jak vše v příběhu souvisí a navazuje. Bude-li vám někdo tvrdit, že je dobré ukončit synopsi, aniž byste prozradili řešení příběhu, vysmějte se mu do očí a klidně ho prohláste za ztracený případ.

Pokud se vám zdá téměř nemožné synopsi sepsat, neusuzujte z toho, že prostě nejste dobří. Možná je to spíše vina příběhu než vaší neschopnosti. Zkuste se tedy zamyslet nad příběhem, zda je dostatečně jasný a propracovaný, aby vůbec umožnil tento proces. Pokud dojdete k závěru, že tomu tak je, a podaří se vám ve správnou chvíli synopsi vypracovat, pak vám blahopřejeme, protože jste si ušetřili dva měsíce práce.

Stephen Cleary, Arista Development



**Další podpora producentů
v programu MEDIA**

**TV Broadcasting
MEDIA Production Guarantee Fund
i2i**

Program MEDIA TV Broadcasting je určen na finanční podporu vývoje i výroby audiovizuálních děl primárně určených pro televizní vysílání. Podpora je určena nezávislým evropským společností, nikoli televizním stanicím.

Společnosti, které chtějí žádat o podporu MEDIA TV Broadcasting, musí splňovat stejné podmínky jako v programu MEDIA Development (viz str. 2).

Podmínky pro předložení žádosti

Účast televizních stanic

- projektu se musí účastnit minimálně 3 televizní stanice z různých zemí MEDIA formou:
 - koprodukce** – TV si smí ponechat práva max. 10 let
 - předkoupení práv** – TV si smí ponechat práva max. 7 let
- cena i licenční podmínky musí být jasně a závazně stanoveny (smlouva, letter of intent)
- podíl jedné TV stanice musí být minimálně 0,5 % – 1 % celkového rozpočtu projektu

Financování

- žadatel musí být většinovým koproducentem díla
- minimálně 50 % financování musí být zajištěno ze třetích zdrojů (TV stanice, distributor, koproducent, veřejný fond)
- dílo musí být většinovou produkcí společností ze zemí MEDIA
- projekt musí být vyroben s významnou účastí tvůrců ze zemí MEDIA

Finanční podpora je určena pro:

- hrané televizní filmy delší než 50 min
- kreativní dokumenty delší než 25 min
- animované filmy delší než 24 min
- jednotlivé projekty i seriály

Premiéra hraného i animovaného díla musí proběhnout v televizi, premiéra dokumentárního filmu může proběhnout v kině.

Druhé řady seriálů nebo pokračování filmů nejsou způsobilé pro podporu. Hrané a animované seriály založené na pilotním dílu jsou pro podporu způsobilé i v případě, kdy pilotní projekt již v programu TV Broadcasting podpořen byl.

Časové období financování

S podporou MEDIA lze financovat náklady vzniklé nejdříve 6 měsíců před podáním žádosti do 24 měsíců po podání žádosti, v případě seriálu 36 měsíců. Žádost musí být předložena nejpozději první natáčecí den.

Při výběru se hodnotí

- finanční a provozní možnosti společnosti
- předchozí zkušenosti
- počet televizních stanic zapojených do projektu
- mezinárodní distribuční potenciál díla
- podpora evropské jazykové a kulturní rozmanitosti
- míra a kvalita zafinancování projektu
- dosavadní výsledky žadatele v oblasti mezinárodního prodeje
- účast mezinárodních distributorů

Finanční podpora

- hraný a animovaný film – max. 12,5 % výrobního rozpočtu (max. 500 000 EUR na projekt)
- dokumentární film – max. 20 % výrobního rozpočtu (max. 300 000 EUR na projekt)

Podporu lze využít na vývoj i na výrobu díla. Podpory MEDIA Development a MEDIA TV Broadcasting se mohou kombinovat.

MEDIA Production Guarantee Fund

MEDIA Production Guarantee Fund (MPGF), je zvláštní fond programu MEDIA, jehož cílem je usnadnit přístup nezávislých evropských producentů k bankovním půjčkám.

MPGF má rozpočet 8 milionů EUR a spolu s Evropskou komisí (EK) ho budou spravovat dvě instituce s dlouhodobými zkušenostmi v této oblasti, francouzský Institut pour le Financement du Cinéma et Industries Audiovisuelles (IFCIC) a španělská Sociedad de Garantía Recíproca para el Sector Audiovisual (Audiovisual SGR).

Fond bude fungovat do konce roku 2013 a EK odhaduje, že by díky němu mohlo být uvolněno více než 100 milionů EUR na bankovní půjčky pro filmové producenty. Fond bude bankám garantovat vrácení až 55 % (IFCIC) či až 50 % (Audiovisual SGR) jejich půjčky v případě, že ji producent kvůli bankrotu nebude schopen splatit. O podporu z Fondu se mohou ucházet filmoví producenti sídlící v některé z 32 zemí účastnících se programu MEDIA (tedy 27 zemí EU, Norska, Islandu, Lichtenštejnska, Švýcarska a Chorvatska).

www.ifcic.fr

www.audiovisualsgr.com

Podpora financování některých nákladů spojených s bankovními půjčkami a garancemi na výrobu audiovizuálních děl. O podporu může žádat nezávislá evropská produkční společnost.

Společnosti, které chtějí žádat o podporu i2i, musí splňovat stejné podmínky jako v programu MEDIA Development (viz str. 2).

Program nabízí tři druhy financování

Modul 1 – Pojištění

- spolufinancování pojištění, které vyžadují banky při financování výroby filmu

Modul 2 – Completion Guarantee

- spolufinancování nákladů na garanci snižující riziko pro banky a investory při financování audiovizuálního díla

Modul 3 – Finanční náklady

- spolufinancování nákladů spojených s financováním výroby filmu bankou nebo jinou finanční institucí

Finanční podpora je určena pro:

- hrané filmy delší než 50 min
- tvůrčí dokumentární filmy delší než 25 min
- animované filmy delší než 24 min
- jednotlivé filmy i seriály
- televizní i filmová díla

Projekty, které obdržely financování v rámci programu TV Broadcasting, nemohou žádat o podporu.

Při výběru se hodnotí

- projekt podpořený programem MEDIA Development – SP nebo SF
- počet zemí zapojených do koprodukce
- provozní a finanční kapacita společnosti
- smlouva o půjčce s bankou
- projekt ze země s nízkou audiovizuální produkční kapacitou
- projekt z nové členské země EU

Finanční podpora

- max. 50 % uznatelných nákladů na projekt, 60 % mohou získat země s nízkou audiovizuální produkční kapacitou (včetně ČR)
- 5 000 – 50 000 EUR na projekt; moduly lze kombinovat až do max. výše podpory
- max. 2 projekty na společnost a výzvu

Časové období financování

S podporou MEDIA lze financovat náklady vzniklé do 30 měsíců od data uzávěrky.



**České
projekty
podpořené
MEDIA
Development**

Přehled projektů podpořených v jednotlivých letech

V letech 2003-2011 získali čeští producenti z programu MEDIA Development na vývoj 81 nových filmů nebo interaktivních děl podporu ve výši téměř 79 mil. CZK. Dosud se podařilo realizovat 34 projektů.

2011

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
25/2010	Fog'n'Desire Films	Romové jdou do voleb	16 250
25/2010	Golden Dawn	Cukr-blog	15 000
25/2010	Silver Screen	Nabarvené ptáče	60 000
25/2010	Axman Production	Café Louvre	40 000
25/2010	Athanor	Hmyz	60 000
25/2010	Film & Sociologie	Velvet Divorce	25 000
25/2010	Biograf Jan Svěrák	Albatros	60 000
25/2010	Helena Třeštíková	Sestřičky, Bára, Anna	75 000
Celkem			351 250

2010

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
20/2009	AAA Studio	Kozí příběh se sýrem	60 000
20/2009	CineArt	Můj pes Killer, Den štěstí, Poupata	125 000
20/2009	In Film Praha	Perfect Days , Pohádky pro unavené rodiče, Nevinnost	165 000
20/2009	Dawson Productions	Zatím dobrý, Erwin, Holka Ferrari Dino	170 753
20/2009	Film & Sociologie	Chatařství	25 000
20/2009	Ivan Vojnár Film	Bez hlesu, jen s úsměvem	25 000
Celkem			570 753

Pozn.: Podle nové metodologie platné od roku 2010 pro všechny země MEDIA výsledky zahrnují částky, o jejichž přidělení bylo v daném kalendářním roce rozhodnuto (zatímco dříve se bralo v úvahu datum předložení žádosti). Část projektů byla z tohoto důvodu započítána až do roku 2010 a výsledky za rok 2009 jsou proto nižší než obvykle.

2009

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
24/2008	Jana Ševčíková	Opři žebřík o nebe	24 236
Celkem			24 236

2008

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
16/2007	U.F.O. Pictures	Mamas & Papas	58 989
16/2007	Simply Cinema	Oko nad Prahou	25 000
16/2007	Golden Dawn	Úplně první kovboj	10 000
16/2007	Anifilm	Šumavské báje	42 424
16/2007	Daniel Svátek Holiday Films	Lucian	25 000
24/2008	Helena Třeštková	Rodinný deník (pův. Zátrak po 35 letech)	25 000
24/2008	Fog'n'Desire Films	Dom (Dům)	41 600
25/2008	HAMMERWARE	Family Farming	25 000
Celkem			277 249

2007

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
16/2006	Produkce Radim Procházka	World Wide Walls	30 000
16/2006	Armada Films	Mlčeti zlato	20 000
16/2006	A-NEWS	Angola – sen a skutečnost	30 000
16/2006	Total HelpArt T.H.A.	soubor projektů *	90 000
16/2007	K2 Studio	Eugéniové (pův. Nacistická věda v Praze)	25 000
16/2007	Cineart TV Prague	Stínu neutečeš (pův. Vnučka)	60 000
16/2007	endorfilm	Divadlo Svoboda	21 000
16/2007	BVA International	Gustav Mahler – Zrcadlení	14 425
17/2007	CENTAURI Production	Pat a Mat	55 000
16/2007	Negativ	soubor projektů **	160 000
Celkem			505 425

* realizované projekty ze souboru: Eldorado, Občanský průkaz

** realizovaný projekt ze souboru: Alois Nebel

2006

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
9/2005	Hypermarket Film	soubor projektů *	80 000
9/2005	Studio ZVON	Lajka	80 000
9/2005	Total HelpArt T.H.A.	El Paso	30 000
9/2005	Plum Production	Černá srdce	30 000
Celkem			220 000

* realizovaný projekt ze souboru: Osadné

2005

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
66/2004	Negativ	soubor projektů *	80 000
66/2004	Direct Film	Tanec před kamerou	15 000
66/2004	Biograf Jan Svěrák	Sámo	40 000
66/2004	Filmbrigade	soubor projektů	90 000
66/2004	Silver Screen	Tobruk	40 000
66/2004	Sunfilm Spiral Productions	Schkola	30 000
Celkem			295 000

* realizované projekty ze souboru: Lištičky, Protektor, Venkovský učitel

2004

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
86/2003	Dawson Production	3 sezóny v pekle	20 000
86/2003	Biograf Jan Svěrák	Pes	50 000
86/2003	Athantor	Šílení	50 000
86/2003	Maur Film	Fimfárum II.	80 000
86/2003	Pavel Nový Produkce	Město ptáků	30 000
86/2003	Filmia	Anna	50 000
89/2003	Helena Třeštíková	René	20 000
86/2003	Lucky Man Films	Grandhotel	40 000
86/2003	W.I.P.	Anglická rapsodie	40 000
86/2003	Stillking Films	soubor projektů	100 000
Celkem			480 000

2003

Výzva	Společnost	Projekt	Částka (v EUR)
82/2002	Sirena Film	soubor projektů *	60 000
82/2002	AAA Studio	Kozí příběh	20 000
82/2002	Bionaut	Suplent	20 000
82/2002	Cineart TV Prague	Indián a sestřička	30 000
82/2002	Negativ	Klíč ke snu	30 000
82/2002	W.I.P.	Šťastný smolař	30 000
Celkem			190 000

* realizovaný projekt ze souboru: L jako láska

Tučně – realizované projekty

MEDIA – finanční podpora evropského filmu

Program MEDIA je finanční program Evropské unie, jehož cílem je podpora audiovizuálního průmyslu členských zemí. Podpora se realizuje formou přímého financování filmové a televizní tvorby a projektů, které přispívají k propagaci a distribuci evropských audiovizuálních děl nebo k dalšímu vzdělávání evropských filmových profesionálů.

PODPORA PRODUCENTŮ – vývoj filmových, televizních a interaktivních projektů

DISTRIBUCE – distribuce evropských filmů v kinech

VZDĚLÁVÁNÍ – vzdělávací programy pro filmové profesionály a studenty filmových škol

FESTIVALY – filmové festivaly a přehlídky

PROPAGACE – nástroje pro přístup evropských

filmů na trh – filmové trhy, koprodukční fóra

NOVÉ TECHNOLOGIE – video-on-demand a digitální kinodistribuce

KINA – podpora kin v síti Europa Cinemas

MEDIA MUNDUS – spolupráce v oblasti audiovizuální tvorby mezi evropskými a třetími zeměmi

Česká republika je členskou zemí programu od roku 2002. Každoročně získáváme podporu ve výši asi 25 mil. CZK.

Program MEDIA podpořil 42 producentů společností a vývoj 79 nových filmů.

K podpořeným titulům patří například snímky *Šílení* (r. Jan Svankmajer), *René* (r. Helena Třeščíková), *Protektor* (r. Marek Najbrt), *3 sezóny v pekle* (r. Tomáš Mašín) nebo *Dům* (r. Zuzana Liová).

Díky MEDIA se u nás distribuují drtivá většina evropských snímků a důležitá je i podpora, kterou naopak získávají české filmy na distribuci v zahraničí. Důležitá je i účast českých kin v síti Europa Cinemas, kam v současnosti patří již 28 sálů v Praze i v regionech.

Každoroční podporu mají i významné české filmové festivaly – Jeden svět, Anifest, Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně, Letní filmová škola v Uherském Hradišti, studentský Fresh Film Fest nebo Mezinárodní festival dokumentárních filmů v Jihlavě.

K dalším financovaným projektům patří vzdělávací programy, kterých v České republice existuje hned několik – v tom jsme mezi srovnatelnými zeměmi unikát. Nejdelší tradici má workshop pro dokumentaristy Ex Oriente Film, který organizuje Institut dokumentárního filmu (IDF). S podporou MEDIA IDF také každoročně organizuje prestižní burzu námětů East European Forum v Jihlavě.

K dalším podpořeným vzdělávacím projektům patří ANOMALIA – kurzy 3D animace, scenáristický program pro absolventy filmových škol MIDPOINT.

V programu nových technologií podporuje MEDIA VoD portál dokumentárních filmů docalliance.com

Díky podpoře programu MEDIA mohou čeští filmoví profesionálové využít pro propagaci svých projektů koprodukční trhy a burzy námětů – CineMart, Forum (IDFA) nebo Co-Production Market (Berlinale) a profitovat z široké nabídky prestižních vzdělávacích programů jako ACE, EAVE, Cartoon a řada dalších. Program MEDIA podporuje i řadu aktivit European Film Promotion jako Producers on the Move v Cannes nebo program pro mladé evropské herce Shooting Stars.

MEDIA Desk Česká republika

MEDIA Desk Česká republika

Národní 28, 110 00 Praha 1

Tel.: 221 105 209–210, fax: 221 105 303

E-mail: info@mediadeskcz.eu

www.mediadeskcz.eu

- zajistíme a poskytneme vám informace o programu MEDIA a možnostech finanční podpory pro váš projekt
- poskytujeme pomoc při vyplňování žádosti a její kontrolu před odesláním
- zprostředkujeme vám informace o vzdělávacích programech financovaných MEDIA a o dalších aktivitách na podporu filmových projektů
- pořádáme semináře a odborné diskuse určené českým filmovým profesionálům
- vydáváme vlastní publikace a informační materiály, provozujeme veřejně přístupnou knihovnu zahraničních publikací z oboru audiovizí
- spolupracujeme s řadou českých projektů podpořených programem MEDIA – IDF, Jeden svět, MFDF Jihlava nebo MIDPOINT

