

The cover features a decorative graphic on the left side consisting of six large circles arranged in a 3x2 grid. The top-right circle is teal, while the other five are black. A black L-shaped line starts from the right edge of the teal circle, goes down, then left, then down again, ending at the top edge of the middle-left circle. Another black horizontal line extends from the right edge of the middle-left circle across the page.

# PODPORA PRODUCENTŮ

## INFORMACE PRO ŽADATELE 2019



Kreativní  
Evropa  
**MEDIA**

# DEVELOPMENT – SINGLE PROJECTS

**Finanční podpora vývoje audiovizuálních děl. Žádosti o podporu mohou předkládat nezávislé produkční společnosti, které připravují jednotlivý projekt v kategoriích hraný film, kreativní dokumentární film, animovaný film určený pro distribuci v kinech, televizi nebo na digitálních platformách.**

Podpora SP je určena především malým společnostem s omezenými finančními možnostmi.

## Podmínky pro předložení žádosti

### Společnost

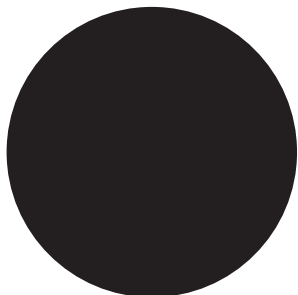
- nezávislá – TV nesmí vlastnit více než 25% podíl ve společnosti
- hlavní předmět činnosti – výroba audiovizuálních děl
- registrována v jedné ze zemí programu MEDIA a většinově vlastněna občany těchto zemí
- právní existence alespoň jeden rok

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

### Referenční dílo

- společnost musí prokázat, že realizovala dílo, které bylo komerčně šířeno v období mezi 1. 1. 2016 a podáním žádosti v alespoň jednom zahraničním teritoriu
- dílo muselo být realizováno v období 5 let před podáním žádosti
- pro referenční díla platí stejná kritéria jako pro filmy v okruhu MEDIA Development
- v úvahu se berou pouze díla, na nichž se společnost podílela jako jediný producent nebo hlavní koproducent
- NEBO, kde je ředitel žadatelské společnosti nebo jeden ze společníků uveden v titulcích (onscreen) jako producent nebo delegovaný producent

Dílo se považuje za dokončené v den výroby nulté kopie nebo masteru. Seriál musí být dokončen celý. Za **datum distribuce** se považuje datum faktické distribuce (vysílání v TV, uvedení v kině). Distribuce online a distribuce prostřednictvím sales agenta musí být doložena výkazem příjmů v uvedeném období.



## Vlastnictví práv

- společnost musí doložit, že přímo nebo prostřednictvím opce vlastní většinu práv k projektu
- v případě adaptace musí společnost doložit i práva k adaptaci

## Finanční podporu mohou získat následující projekty

### pro kina

- hrané filmy, animované a tvůrčí dokumentární filmy delší než 60 min

### pro televizi nebo digitální platformy

- hrané filmy delší než 90 min
- tvůrčí dokumentární filmy delší než 50 min
- animované filmy delší než 24 min
- jednotlivé filmy i seriály
- minimální délka neplatí pro projekty nabízející uživatelskou zkušenost v nelineárním formátu (např. virtuální realita)

U seriálů se délka počítá jako celková délka všech dílů.

Program MEDIA Development **nepodporuje** krátké filmy, záznamy, reportáže, publicistické a zpravodajské pořady a magazíny, reality show nebo vzdělávací, výukové a instruktážní programy.

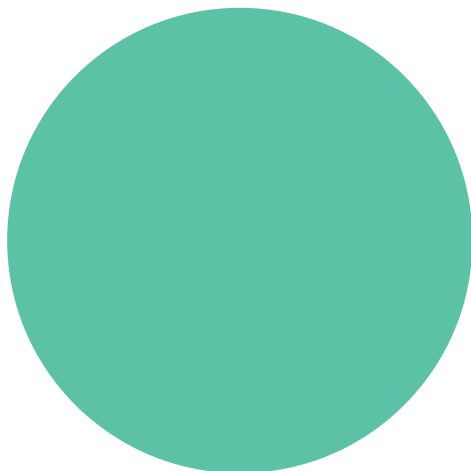
## Finanční podpora

### Paušální částky podle žánru filmu

- animovaný film – 60 000 EUR
- kreativní dokument – 25 000 EUR
- hraný film – 50 000 EUR pro filmy s výrobním rozpočtem vyšším než 1,5 mil. EUR  
– 30 000 EUR pro filmy s výrobním rozpočtem nižším než 1,5 mil. EUR

### Platba

- podpora je příjemci přidělena na základě Rozhodnutí o grantu (Grant Decision)
- 70 % podpory získá příjemce do 30 dnů od doručení rozhodnutí o grantu
- zbývající část po předložení závěrečné zprávy
- platby MEDIA musí být na účtu příjemce jasně identifikovatelné



## Použití

- akvizice práv
- rešerše a archivní rešerše
- psaní scénáře od treatmentu až do konečné verze včetně storyboardů
- vyhledávání hlavního hereckého obsazení a štábu
- příprava předběžného výrobního rozpočtu
- příprava plánu financování
- vyhledávání obchodních partnerů, koproducentů a finančních zdrojů (účast na koprodukčních trzích a pitching fórech)
- příprava harmonogramu výroby až do okamžiku dokončení filmu
- počáteční plány marketingu a prodeje (prezentace projektu na festivalech a trzích, jednání s obchodními agenty a distributory)
- realizace video treatmentu, výroba pilotního díla

## Časové období

Maximální doba trvání projektu je 30 měsíců od data podepsání smlouvy/rozhodnutí o grantu nebo do začátku výroby díla. V případě, že žadatel může doložit nutnost nákladů již před tímto datem, začíná časové období datem podání žádosti.

Ve výjimečných případech lze toto období prodloužit max. o 6 měsíců.

## Předkládání žádosti

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

Před podáním žádosti se každá společnost musí registrovat na Education, Audiovisual, Culture, Citizenship and Volunteering Participant Portal nebo na Funding and Tender Opportunities Portal.

Žádost musí být předložena on-line do stanoveného termínu uzávěrky prostřednictvím elektronického formuláře (e-form).

Žádosti zpracovává Výkonná agentura pro kulturu a vzdělávání (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency – EACEA).

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.



**HLAVNÍ NATÁČENÍ  
SMÍ ZAČÍT AŽ 8 MĚSÍCŮ  
OD PODÁNÍ ŽÁDOSTI**

## Hodnocení

- formální kritéria (eligibility) – splnění kritérií pro předkládaný projekt, žadající společnost a referenční dílo
- kvalita projektu – námět, struktura příběhu, postavy a vizuální pojetí, distribuční potenciál – **největší váha**
- kvalita strategie vývoje a přípravy projektu – popis a plán vývoje
- rozpočet na vývoj a jeho soulad se strategií vývoje
- strategie financování a realizovatelnost projektu – plán financování výroby, stav zafinancování projektu, možnosti koprodukce
- evropský a mezinárodní potenciál a kvalita marketingových a distribučních strategií – prodejní potenciál, výběr zemí pro koprodukci a distribuci, možnosti distribuce
- zkušenosti a kvalita tvůrčího týmu
- automatické body: projekt zaměřený na diváky do 16 let (pouze pro hrané a dokumentární filmy)

## Standardní identifikátor

Pokud má projekt interoperabilní standardní identifikátor, např. ISAN nebo EIDR, musí být v žádosti uveden. Bude-li projekt vybrán k financování, musí mu být tento identifikátor přidělen před ukončením projektu.

**DOPORUČUJEME VAŠE  
ŽÁDOSTI KONZULTOVAT  
s Kanceláří Kreativní  
Evropa – MEDIA**

## Uzávěrky a důležitá data

	Uzávěrka	Výsledky	Smlouva/rozhodnutí
SP1	18. 12. 2018/12.00 SEČ	červen 2019	červenec/srpen 2019
SP2	24. 4. 2019/12.00 SEČ	říjen 2019	listopad/prosinec 2019

# DEVELOPMENT – SLATE FUNDING

**Finanční podpora vývoje audiovizuálních děl. Žadosti o podporu mohou předkládat nezávislé produkční společnosti, které připravují 3–5 projektů v kategoriích hraný film, kreativní dokumentární film, animovaný film určené pro distribuci v kinech, televizi nebo na digitálních platformách. K souboru projektů je možné (nepovinně) přidat i jeden krátký film.**

Podpora SF je určena středně velkým společnostem se zkušenostmi na mezinárodní úrovni a se schopností financovat vývoj více projektů souběžně. Podmínky pro hodnocení finančních možností společnosti jsou přísnější.

## Podmínky pro předložení žádosti

### Společnost

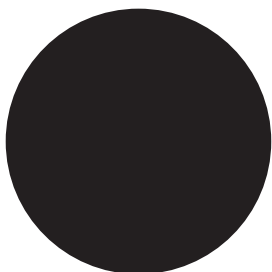
- nezávislá – TV nesmí vlastnit více než 25% podíl ve společnosti
- hlavní předmět činnosti – výroba audiovizuálních děl
- registrována v jedné ze zemí programu MEDIA a většinově vlastněna občany těchto zemí
- právní existence alespoň tři roky

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

### Referenční dílo

- společnost musí prokázat, že realizovala dílo, které bylo komerčně šířeno v období mezi 1. 1. 2016 a podáním žádosti v alespoň 3 zahraničních teritoriích (v případě televizního vysílání se musí jednat o 3 různé televizní stanice)
- dílo muselo být realizováno v období pěti let předcházejících podání žádosti
- pro referenční díla platí stejná kritéria jako pro filmy v okruhu MEDIA Development
- v úvahu se berou pouze díla, na nichž se společnost podílela jako jediný producent nebo hlavní koproducent
- NEBO, kde je ředitel žadatelské společnosti nebo jeden ze společníků uveden v titulcích (onscreen) jako producent nebo delegovaný producent

Dílo se považuje za dokončené v den výroby nulté kopie nebo masteru. Seriál musí být dokončen celý. Za **datum distribuce** se považuje datum faktické distribuce (vysílání v TV, uvedení v kině). Distribuce online a distribuce prostřednictvím sales agenta musí být doložena výkazem příjmů v uvedeném období.



## Vlastnictví práv

- společnost musí doložit, že přímo nebo prostřednictvím opce vlastní většinu práv k projektu
- v případě adaptace musí společnost doložit i práva k adaptaci

## Projekty ve vývoji

### pro kina

- hrané filmy, animované a tvůrčí dokumentární filmy delší než 60 min

### pro televizi nebo digitální platformy

- hrané filmy delší než 90 min
- tvůrčí dokumentární filmy delší než 50 min
- animované filmy delší než 24 min
- jednotlivé filmy i seriály
- minimální délka neplatí pro projekty nabízející uživatelskou zkušenost v nelineárním formátu (např. virtuální realita)

U seriálů se délka počítá jako celková délka všech dílů.

## Krátký film – podpora výroby (nepovinná součást souboru)

- hraný, animovaný nebo tvůrčí dokumentární film s max. délkou 20 minut
- podpora začínajícího talentu – scenárista, režisér, producent, který již získal profesionální zkušenosti (např. studentské nebo samofinancované filmy), ale ještě nevyrobil dílo v komerční distribuci

Program MEDIA Development **nepodporuje** záznamy, reportáže, publicistické a zpravodajské pořady a magazíny, reality show nebo vzdělávací, výukové a instruktážní programy, studentské a absolventské filmy.

## Finanční podpora

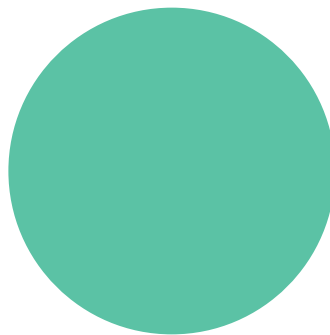
### Podle rozpočtu na vývoj projektu

- 70 – 200 000 EUR pro soubor animovaných a hraných filmů
- 70 000 – 150 000 EUR pro soubor dokumentárních filmů
- 10 000 – 60 000 EUR na každý projekt v souboru
- v případě přidání projektu krátkého filmu je max. podpora 10 000 EUR, která nesmí přesáhnout 80 % uznatelných nákladů na produkci tohoto projektu

Podpora projektů v souboru nesmí přesáhnout 50 % rozpočtu na daný projekt.

### Platba

- podpora je příjemce přidělena na základě Rozhodnutí o grantu (Grant Decision)
- 70 % podpory získá příjemce do 30 dnů od doručení rozhodnutí o grantu
- zbývající část po předložení vyúčtování výdajů na vývoj
- platby MEDIA musí být na účtu příjemce jasně identifikovatelné



## Použití

- rešerše a archivní rešerše
- psaní scénáře od treatmentu až do konečné verze včetně storyboardů
- vyhledávání hlavního hereckého obsazení a štábu
- příprava předběžného výrobního rozpočtu
- příprava plánu financování
- vyhledávání obchodních partnerů, koproducentů a finančních zdrojů (účast na koprodukčních trzích a pitching fórech)
- příprava harmonogramu výroby až do okamžiku dokončení filmu
- počáteční plány marketingu a prodeje (prezentace projektu na festivalech a trzích, jednání s obchodními agenty a distributory)
- realizace video treatmentu, výroba pilotního díla

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

## Časové období

Období uznatelnosti nákladů začíná datem podepsání smlouvy/rozhodnutí o grantu a trvá 36 měsíců nebo do začátku výroby díla. V případě, že žadatel může doložit nutnost nákladů již před tímto datem, začíná období uznatelnosti datem podání žádosti. Ve výjimečných případech lze toto období prodloužit max. o 6 měsíců.

## Předkládání žádostí

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

Před podáním žádosti se každá společnost musí registrovat na Education, Audiovisual, Culture, Citizenship and Volunteering Participant Portal nebo na Funding and Tender Opportunities Portal.

Žádost musí být předložena on-line do stanoveného termínu uzávěrky prostřednictvím elektronického formuláře (e-form).

Žádosti zpracovává Výkonná agentura pro kulturu a vzdělávání (Education, Audiovisual and Culture Executive Agency – EACEA).

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.

**HLAVNÍ NATÁČENÍ  
PROJEKTŮ VE VÝVOJI  
SMÍ ZAČÍT AŽ 8 MĚSÍCŮ  
OD PODÁNÍ ŽÁDOSTI**



## Hodnocení

- formální kritéria (eligibility) – splnění kritérií pro předkládaný projekt, žadající společnost a referenční dílo
- kvalita a udržitelnost souboru
- finanční možnosti a kapacita společnosti pro vývoj více filmů současně
- schopnosti inovace – schopnosti zlepšovat svoji pozici, reakce na nové trendy
- kvalita mezinárodní distribuční a marketingové strategie
- zkušenosti a kvalita tvůrčího týmu

## Automatické body

- malá země

## Standardní identifikátor

Pokud má projekt interoperabilní standardní identifikátor, např. ISAN nebo EIDR, musí být v žádosti uveden. Bude-li projekt vybrán k financování, musí mu být tento identifikátor přidělen před ukončením projektu.

**DOPORUČUJEME VAŠE  
ŽÁDOSTI KONZULTOVAT  
s Kanceláří Kreativní  
Evropa – MEDIA**

## Uzávěrky a důležitá data

	Uzávěrka	Výsledky	Smlouva/rozhodnutí
SF	20. 2. 2019/12.00 SEČ	srpen 2019	říjen/listopad 2019

# CO JEŠTĚ POTŘEBUJETE VĚDĚT O MEDIA DEVELOPMENT?

## **Jsem scenárista. Mohu žádat o podporu program MEDIA Development?**

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

## **Co znamená „nezávislá produkční společnost“?**

Společnost, jejíž hlavní aktivitou je výroba audiovizuálních děl nebo multimédií a která není většinou kontrolována TV stanicí. Za většinou kontroly se považuje, pokud jedna TV stanice drží více než 25 % podílu společnosti (50 % v případě více TV stanic).

## **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 (on screen credits), ne titulková listina. Na prohlášení třetích stran se nebere zřetel. V případě seriálu je nutné uvedení v titulcích všech dílů.

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

## **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, nevádí to.

## **Pracuji na krátkém filmu, mohu žádat o podporu?**

MEDIA Development nefinancuje vývoj krátkých filmů. O podporu na výrobu krátkého filmu do 20 minut lze žádat pouze v rámci Slate Funding. Žádost v tom případě podává zkušená produkční společnost, která zahrnutím krátkého filmu do svého souboru podporuje začínající talent (režisér, scenárista, producent).

## **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.

## **Jak je v případě referenčního díla definován majoritní koproducent?**

Společnost musí mít největší finanční podíl na koprodukcii nebo být delegovaný producent.

### **Jak je v případě MEDIA Development definována distribuce?**

Distribucí se myslí veřejné komerční šíření filmu: uvedení v kinech nebo vysílání v televizi, případně placené uvedení na online platformách či distribuce prostřednictvím sales agenta (doložené výkazem příjmů v uvedeném období). Může jít o znovu uvedení díla. Bezplatné uvedení online, promítání na festivalech nebo kulturních institucích se za distribuci nepovažuje.

Distribuce se může prokázat potvrzením o vysílání, případně kopií TV programu. Rozhoduje datum faktické distribuce.

### **Kdo posuzuje žádosti?**

Žádosti se zasílají přímo do Bruselu. Zde je nejprve zkontrolují členové Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA), zda splňují požadavky a jsou kompletní. Potom jsou posuzovány dvěma nezávislými experty z celé EU, kteří se vzájemně neznají. Jejich posudky pak vyhodnotí komise složená ze zástupců programu Kreativní Evropa – MEDIA, EACEA a nezávislých expertů.

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

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 se stane, když se můj projekt neuskuteční?**

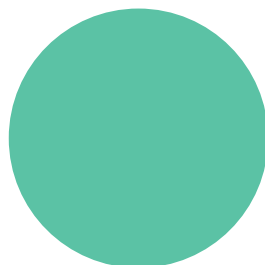
Pokud se váš projekt z vážných důvodů neuskutečnil a pokud jste splnili všechny své smluvní závazky a řádně vyúčtovali vynaložené náklady, nemusíte peníze vracet.

### **Mohu žádost předložit vícekrát?**

V jedné výzvě může jedna společnost předložit pouze jednu žádost. Pokud byl projekt neúspěšný, společnost jej může přepracovat a může žádost podat znovu. 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 další financování?**

Společnost nemůže žádat o financování jednotlivého projektu, dokud její grant v rámci Slate Funding není vyúčtován a uzavřen. Pokud jí byl grant udělen v roce 2017 nebo dříve, může v roce 2019 žádat o souborné financování znovu, i když její předchozí grant ještě není uzavřen.



# JAK NAPSAT DOBROU ŽÁDOST

**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 přečtete pokyny (Guidelines) a pečlivě zkontrolujte, že máte všechny požadované přílohy v odpovídajícím formátu.

Formální kritéria se týkají společnosti (datum registrace, předmět činnosti, vlastnictví), referenčního díla (společnost musí být majoritní producent; výroba a distribuce v určeném období) a projektu (vlastnictví práv).

## Nejčastější formální nedostatky

- neuznatelný předmět činnosti žadající společnosti (musí být „výroba, rozmnožování a nahrávání zvukových a zvukově obrazových záznamů“)
- referenční dílo příliš staré nebo neuznatelné
- žadatel je menšinový koproducent díla
- neuznatelné datum distribuce referenčního díla – za relevantní se považuje datum faktické distribuce; datum musí spadat do období vymezeného v Guidelines
- nedoložené vlastnictví práv – žadající společnost musí vlastnit většinu práv k projektu (u adaptace i práv ke zdrojovému materiálu, v případě biografie souhlas popisované osoby) a doložit je řádně uzavřenými smlouvami

## 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 distribuovat.

## Prezentace společnosti

- zaměření a zkušenosti společnosti musí odpovídat náročnosti projektu
- uveďte všechny informace o společnosti, které se vztahují k předkládanému projektu

## Projekt – nejvyšší váha při hodnocení

- shrnutí projektu – první informace o filmu – musí zaujmout
- hodnotí se především kvalita a originalita projektu
- musí být zajímavý i pro zahraniční diváky – jak tématem, tak zpracováním
- nemusí se týkat dění v Evropě, ani se zde odehrávat
- nejdůležitější část žádosti je synopse/treatment, věnujte tomu dostatečný čas – nezapomeňte na jména postav, jejich charakteristiku, 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 a s časovým plánem
- tvůrčí tým odpovídající svými zkušenostmi náročnosti realizace projektu
- uveďte vzdělávací programy, dramaturgy, odborné poradce
- ukažte, že podpora na vývoj je pro váš projekt potřebná a že jste schopni ji smysluplně využít

## Finanční strategie, výrobní potenciál a rozpočet

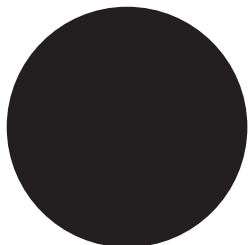
- realistický finanční plán
- přesvědčivá finanční strategie zahrnující lokální nebo mezinárodní partnery
- rozpočet musí odpovídat charakteru projektu (ani příliš nízký ani přehnaný), musí obsahovat přesné částky, jejich zdroje a způsob vynaložení
- rozpočet nesmí obsahovat náklady, které nejsou potřebné k vývoji (např. vysoké nebo neodůvodněné náklady na cestovné, „pre-production costs“ ani výrobní náklady)
- uveďte své finanční partnery a zdroje financování (včetně stadia potvrzení)
- výběr koprodukčních partnerů a zemí musí být realistický a odpovídat charakteru projektu

## 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 sales agenty
- uveďte strategii pro celý životní cyklus filmu – nezapomeňte na festivaly, prezentace námětů, koprodukční fóra, televizní vysílání a online distribuci

## Jak strategie psát?

- žádost budou číst aktivní profesionálové, kteří znají náš i evropský trh
- neznají váš film, slyší o vás poprvé – co si nepřečtou v žádosti, to nebudou vědět; dodatečné informace nelze doplnit
- používejte jasnou úpravu a přesné formulace – informace by měly být jasné hned
- jednotlivé části žádosti by si neměly odporovat – 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, tím větší šance má na získání podpory
- definujte tzv. unique selling point – proč a čím je váš projekt zajímavý pro potenciální diváky/ distributory



# JAK NAPSAT SYNOPSIS

**Nejdůležitější částí žádosti v programu MEDIA Development je synopse filmu. To, jak je napsána, rozhoduje, jestli projekt zaujme toho, kdo žádost hodnotí.**

Žádost MEDIA Development je určena takzvané primární cílové skupině – lidem, kteří budou financovat a podporovat projekt.

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 nehorší, 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.

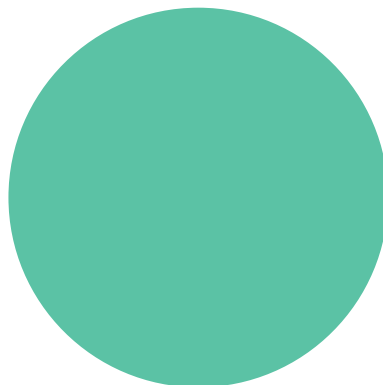
Jak tedy vypracovat synopsi? Existuje celá řada variantních přístupů, zde nabízíme ten klasický:

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**

**KREATIVNÍ EVROPA  
MEDIA**



# TV PROGRAMMING

**Podpora koprodukce a vysílání televizních programů je určena nezávislým evropským produkčním společností, které chtějí vyrobit audiovizuální dílo primárně určené pro televizní vysílání na mezinárodní úrovni.**

## Finanční podpora je určena pro

- hrané filmy delší než 90 min.
- kreativní dokumenty delší než 50 min.
- animované filmy delší než 24 min.
- jednotlivé projekty i seriály  
*primárně určené pro TV vysílání*

## Za jakých podmínek?

- žadatel musí být většinovým koproducentem díla (TV nesmí být většinový koproducent projektu)
- projektu se účastní min. 3 TV stanice ze 3 různých zemí MEDIA formou:  
koprodukce – práva pro TV na max. 10 let  
předkoupení práv – práva pro TV na max. 7 let
- minimálně 50 % financí musí být zajištěno ze třetích zdrojů (TV stanice, distributor, koproducent, veřejný fond); producentova vlastní investice není pokládána za třetí zdroj
- minimálně 50 % výrobního rozpočtu musí být financováno z evropských zdrojů (ze členských zemí programu MEDIA)
- žádost musí být podána nejpozději v den začátku hlavního natáčení

## Kolik peněz je možné získat?

- hraný a animovaný film nebo seriál – max. 12,5 % výrobního rozpočtu (max. 500 000 EUR na projekt)
- dokumentární film nebo seriál – max. 20 % výrobního rozpočtu (max. 300 000 EUR na projekt)
- koprodukční hrané TV seriály (min. 6 epizod s min. délkou 45 min) s výrobním rozpočtem min. 10 mil. EUR – max. 1 000 000 EUR na projekt

## Co se v žádosti hodnotí?

- umělecká kvalita projektu
- podíl zahraničního financování, jeho originalita a inovativnost, úroveň finančního zapojení TV
- úroveň tvůrčí spolupráce, spolupráce mezi zeměmi různé velikosti, rozdělení podpory od MEDIA
- kvalita propagační, marketingové a distribuční strategie, úroveň zapojení distributora
- počet TV, jejich jazyková a geografická diverzita
- zkušenosti a potenciál tvůrčího týmu
- automatické body získávají projekty společností z malých zemí a projekty pro mladé diváky (do 16 let)

## Standardní identifikátor

Pokud má projekt interoperabilní standardní identifikátor, např. ISAN nebo EIDR, musí být v žádosti uveden. Bude-li projekt vybrán k financování, musí mu být tento identifikátor přidělen před ukončením projektu.

## Uzávěrky a důležitá data

	Uzávěrka	Výsledky	Smlouva/rozhodnutí
TVProg 1	18. 12. 2018	květen 2019	červen 2019
TVProg 2	28. 5. 2019	říjen 2019	listopad 2019

# PODPORA MEZINÁRODNÍCH KOPRODUKČNÍCH FONDŮ

Podpora pro mezinárodní koprodukční fondy. Podpora je určena již existujícím fondům s cílem otevřít tyto fondy žadatelům a projektům ze všech evropských zemí.

## Projekty podpořené prostřednictvím fondů musí splňovat tato kritéria:

- produkce hraného, animovaného nebo dokumentárního filmu s minimální délkou 60 min. určeného pro kinodistribuci a/nebo implementace distribuční strategie (distribuce v alespoň 3 zemích, z nichž alespoň jedna je členskou zemí MEDIA a jedna mimo MEDIA)
- jedním z koproducentů projektu musí být společnost sídlící v zemi nepatřící do MEDIA a Eurimages
- podíl koproducenta/ů ze zemí MEDIA musí být min. 20% a max. 70%

## Koprodukční fondy podpořené v roce 2018

### World Cinema Fund Europe

- koprodukce a distribuce hraných a dokumentárních filmů
- [www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)



### Hubert Bals Fund+Europe

- minoritní koprodukce hraných filmů
- [www.iffr.com](http://www.iffr.com)



### TorinoFilmLab Coproduction Fund & Audience Design Fund

- koprodukce hraných filmů a inovativní strategie distribuce hraných filmů
- [www.torinofilmclub.it](http://www.torinofilmclub.it)



### IDFA Bertha Fund Europe

- koprodukce a distribuce dokumentárních filmů
- [www.idfa.nl](http://www.idfa.nl)



### ACM Distribution

- distribuce hraných, animovaných a dokumentárních filmů
- [www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)



# ZÁRUČNÍ FOND KREATIVNÍ EVROPY

**Finanční nástroj pro kulturní a kreativní odvětví. Poskytuje záruky finančním zprostředkovatelům (např. bankám), jež nabízejí financování iniciativ v rámci kulturních a kreativních odvětví.**

Správce finančního nástroje zastupujícím Evropskou komisí je Evropský investiční fond.

## **Jakému typu společnosti je určen?**

- malé a střední podniky působící v kulturních a kreativních odvětvích nebo malé veřejné podniky
- mezi podporované sektory patří zejména architektura, archivy a knihovny, umělecká řemesla, audiovizuální odvětví (kinematografie, televizní vysílání, videohry a multimédia), kulturní dědictví, design, festivaly, hudba, scénická umění, vydavatelská činnost, rozhlas a výtvarné umění

**V České republice se finančním zprostředkovatelem stala Komerční banka, která nabízí úvěr EuroCreative.**

## **EuroCreative**

- úvěr na financování investičních či provozních potřeb
- měna úvěru Kč nebo EUR, objem úvěru nejvýše 52 mil. Kč
- splatnost úvěru mezi 1 – 10 lety
- Evropský investiční fond poskytuje automatickou bezplatnou záruku 70% výše jednotlivého úvěru

**[www.kb.cz/cs/uvery-a-financovani/  
financovani-investic/uver-eurocreative/](http://www.kb.cz/cs/uvery-a-financovani/financovani-investic/uver-eurocreative/)**

# EURIMAGES

## FOND RADY EVROPY

**EURIMAGES je jediným mezinárodním fondem pro podporu evropských filmových koprodukcí. Byl zřízen při Radě Evropy ve Štrasburku. V současné době má tento fond 39 členských států.**

V posloupnosti filmové výroby navazuje EURIMAGES na fond MEDIA, tzn. producenti si žádají o podporu ve fázi před zahájením natáčení (jde o dofinancování projektu). Podpora se uděluje formou návratné půjčky.

Získání podpory tohoto fondu je významnou součástí při financování mezinárodních koprodukčních filmových projektů.

O podporu žádají jak renomovaní tvůrci z celé Evropy, tak debutanti.

Každý členský stát má svého zástupce v radě fondu (board). Za každý členský stát musí být nominováni nejméně dva zástupci. Rada fondu rozhoduje o výběru projektů, kterým bude udělena podpora, a o rozhodujících administrativně-správních věcech.

Fond má čtyři uzávěrky pro producenty, tomu odpovídají čtyři zasedání ročně a jedno zasedání politické, na kterém se rozhoduje o strategických otázkách fungování fondu.

Základní pravidla fondu EURIMAGES pro podporu filmových projektů:

- filmy – hrané, dokumenty a animace o min. délce 70 min, které jsou primárně určeny pro distribuci v kinech
- film musí být koprodukcí nejméně dvou členských států
- v případě dvoustranné koprodukce může být podíl majoritního koproducenta max. 80 % a minoritního min. 20 %; u tří a vícestranné koprodukce může být podíl majoritního koproducenta max. 70 % a minoritního min. 10%

- v době podání musí mít každý národní koproducent potvrzeno nejméně 50 % svého rozpočtu
- žádat může projekt o max. 500 000 EUR či max. 17 % z celkového rozpočtu (25 % u dokumentů)

Účastí ve fondu EURIMAGES se čeští filmaři dostávají do velmi tvrdé celoevropské konkurence, která zvyšuje nároky na přípravu filmových projektů jak po stránce producentské tak umělecké. Spoluprací s evropskými producenty se tak rozšiřují možnosti dalších koprodukcí i získávání zakázek apod. Česká republika byla v posledních letech výrazně úspěšná při získávání podpor z fondu EURIMAGES, což umožnilo jednak vstup českých projektů do mezinárodních koprodukcí a jednak nenahraditelnou finanční podporu pro vznik nových českých filmů.

### Kontakt

EURIMAGES  
Council of Europe  
Agora Building  
Allée des Droits de l'Homme  
F-67075 Strasbourg Cedex  
[www.coe.int/eurimages](http://www.coe.int/eurimages)



### Eurimages – národní koordinátor

Ministerstvo kultury, OMA  
Maltézské nám. 1, 118 11 Praha 1  
Elena Kotová, tel.: +420 602 204 111,  
e-mail: [elpeka@seznam.cz](mailto:elpeka@seznam.cz)  
Zuzana Kopečková, tel.: +420 723 801 080,  
e-mail: [zuzana.kopeckova@gmail.com](mailto:zuzana.kopeckova@gmail.com)

# MOŽNOSTI DALŠÍHO VZDĚLÁVÁNÍ PRO FILMOVÉ PRODUCENTY

## ACE

Program nabízí evropským producentům školení v oblasti vývoje a financování filmových projektů a možnost navázat kontakty na celoevropské úrovni. Celoroční kurz sestává ze tří intenzivních workshopů, během nichž producent pracuje s konzultanty na scénáři a finančním plánu svého filmu, a následných konzultací. Účastníci se mohou stát členy sítě producentů ACE, což jim usnadňuje vyhledávání případných koprodukčních partnerů a finanční zajištění filmových projektů. Mezi členy sítě patří již 10 českých producentů.

[www.ace-producers.com](http://www.ace-producers.com)



## EAVE

Program pro evropské producenty nabízí tři týdenní rezidenční workshopy, během nichž účastníci pracují se zkušenými filmovými profesionály a odborníky na svých projektech, navštěvují přednášky na téma financování, právní otázky, marketing, pitching a další. Během třetího setkání se programu účastní zástupci státních i regionálních fondů, obchodní zástupci, nákupčí a televizní producenti z Evropy, kterým účastníci prezentují své projekty, a mohou tak s nimi navázat budoucí spolupráci. Programu se zúčastnilo 15 českých producentů.

[www.eave.org](http://www.eave.org)



## Production Value

Sedmidenní workshop pro šest asistentů režie a šest produkčních zaměřený na přípravu natáčecího plánu a rozpočtu. Účastníci workshopu jsou rozděleni do šesti dvoučlenných týmů (produkční a asistent režie), z nichž každý pracuje na přiděleném existujícím filmovém projektu za asistence zkušených profesionálů z oboru. Producenti s vlastními projekty celovečerních hraných filmů připravují natáčecí plán a rozpočet pro své projekty.

[www.productionvalue.net](http://www.productionvalue.net)



## Inside Pictures

Vzdělávací program zaměřený na rozvoj obchodních znalostí, manažerských dovedností a budování kontaktů nezbytných pro vedení úspěšné společnosti. Program se skládá ze dvou jednotýdenních setkání v Londýně a jednoho týdenního v Los Angeles, během kterých se vybraní producenti účastní seminářů, případových studií, setkání s předními profesionály z filmového průmyslu, návštěv studií a práce na projektu. Určeno pro producenty a další profesionály, kteří mají alespoň 5 let praxe v oboru.

[www.inside-pictures.com](http://www.inside-pictures.com)



INSIDE PICTURES

**NA ADRESE [WWW.CREATIVE-EUROPE-MEDIA.EU](http://WWW.CREATIVE-EUROPE-MEDIA.EU) JE K DISPOZICI ONLINE PRŮVODCE S INFORMACEMI O VŠECH VZDĚLÁVACÍCH PROGRAMECH S PODPOROU KREATIVNÍ EVROPA MEDIA.**

**VŠECHNY VZDĚLÁVACÍ PROGRAMY NABÍZEJÍ STIPENDIA – JE VŠAK TŘEBA O NĚ POŽÁDAT PŘÍMO ORGANIZÁTORY PROGRAMU.**

# EVROPSKÉ FILMOVÉ A KOPRODUKČNÍ TRHY

## MEDIA Stands

Program Kreativní Evropa – MEDIA nabízí společný stánek pro evropské filmové profesionály na filmových trzích – Marché du Film, MIPTV, MIPCOM, European Film Market a nově také na MIFA Annecy (animace) a Series Mania v Lille (TV seriály). Registrovaní účastníci mají zajištěnu řadu výhod – nižší akreditační poplatek, zázemí a služby na společném stánku (internetové připojení, místo pro schůzky či bezplatný soukromý bar).

[www.media-stands.eu](http://www.media-stands.eu)

## Berlinala Co-Production Market

Mezinárodní koprodukční trh celovečerních hraných projektů probíhá v únoru během MFF v Berlíně. Vybrané projekty jsou prezentované v katalogu projektů, který je rozeslán všem účastníkům trhu. Během 30 minutových setkání mají producenti možnost představit své projekty již konkrétním zájemcům o projekt z řad koproducentů, distributorů, nákupčích, programových editorů a dalších. Projekty musí být v době konání trhu zařazené alespoň z 30%.

[www.efm-berlinala.de](http://www.efm-berlinala.de)



## MIPTV a MIPCOM

Mezinárodní trhy televizních programů všech žánrů a formátů s bohatým doprovodným programem seminářů a konferencí o nejnovějších trendech v televizní tvorbě. MIPTV se koná v dubnu, předchází mu projekce dokumentárních filmů a programů MIPDOC a je zaměřen více na obsah pro digitální platformy. MIPCOM se koná v říjnu a předchází mu projekce programů pro děti MIPJUNIOR. Oba trhy probíhají v Cannes a nezávislí producenti i sales agenti si mohou rezervovat prostory na stánku MEDIA (viz výše).

[www.miptv.com](http://www.miptv.com)



## Marché du Film

Marché du Film je odborný filmový trh, který se koná v květnu při festivalu v Cannes. Mezi návštěvníky patří jak evropští, tak američtí tvůrci, nákupčí a prodejci. Součástí je například sedmidenní intenzivní program pro producenty Producers Network, který je speciálně vytvořen pro efektivní vytváření mezinárodních koprodukcí a producentům nabízí setkání s předními partnery v oboru.

[www.marchedufilm.com](http://www.marchedufilm.com)

MARCHÉ DU FILM



## CineMart

Koprodukční trh se koná v lednu v rámci mezinárodního filmového festivalu v Rotterdamu pro vybraných 45 mezinárodních projektů, které jsou prezentovány filmovým profesionálům – obchodním zástupcům, distributorům, producentům, televizním producentům a zástupcům fondů. Určeno pro nové projekty, který ještě nebyly prezentovány na jiných festivalech a trzích. Projekty v různých fázích vývoje či výroby – od scénáře až po hrubý sestřih, jejichž minimální délka je 70 min. a jsou určeny pro kinodistribuci.

[www.iff.com/professionals/CineMart](http://www.iff.com/professionals/CineMart)



CINEMART

## Connecting Cottbus

Jedná se o dvou denní koprodukční fórum pro celovečerní hrané projekty ve stádiu přípravy. Koná se v rámci MFF Cottbus každý rok v listopadu. Hlavním smyslem je prezentace projektů z východní a střední Evropy, kterým chybí mezinárodní finanční zdroj. Akce podporuje spolupráci mezi evropskými filmovými profesionály a otevírá debatu na téma koprodukce se zeměmi východní a střední Evropy.

[www.connecting-cottbus.de](http://www.connecting-cottbus.de)

connecting   
cottbus 

# PODPORA MEDIA DEVELOPMENT V ČESKÉ REPUBLICE

V posledních pěti letech u nás byly realizovány následující filmy, které získaly podporu MEDIA Development.

Název filmu	Režie	Rok výroby	Podpořeno MEDIA Development v roce
Můj pes Killer	Mira Fornay	2013	2010
Eugéniové	Pavel Štingl	2013	2007
Klauni	Viktor Tauš	2013	2012
Cyril a Metoděj – Apoštolové Slovanů	Petr Nikolaev	2013	2012
Fair Play	Andrea Sedláčková	2014	2007
Husí kůže – Zimomriavky	Martin Hanzlíček	2014	2011
Pirátské síť	David Čálek	2014	2012
Opři žebřík o nebe	Jana Ševčíková	2014	2009
Cukr blog	Andrea Culková	2014	2011
Koza	Ivan Ostrochovský	2015	2013
Ztraceni v Mnichově	Petr Zelenka	2015	2012
Rosa & Dara a jejich velké prázdninové dobrodružství	Martin Duda	2015	2014
Zkáza krásou	Helena Třeštíková, Jakub Hejna	2015	2014
Rodinný film	Olmo Omerzu	2015	2012
Ani ve snu!	Petr Oukropec	2016	2013
Krycí jméno Holec	Franz Novotny	2016	2010
Bába z ledu	Bohdan Sláma	2017	2013
Zahradnictví: Rodinný přítel	Jan Hřebejk	2017	2014
Pátá loď	Iveta Grófová	2017	2013
Svět podle Daliborka	Vít Klusák	2017	2015
Lajka	Aurel Klimt	2017	2006
Hmyz	Jan Švankmajer	2018	2011
Chata na prodej	Tomáš Pavlíček	2018	2017
Chvilky	Beata Parkanová	2018	2015

Název filmu	Režie	Rok výroby	Podpořeno MEDIA Development v roce
Na střeše	Jiří Mádľ	2019	2017
Skleněný pokoj	Julius Ševčík	2019	2013
Tiché doteky	Michal Hogenauer	2019	2013
Nabarvené ptáče	Václav Marhoul	2019	2011
Národní třída	Štěpán Altrichter	2019	2017
Pražské orgie	Irena Pavlásková	2019	2017
Jaroslav Kučera zblízka	Jakub Felcman, Tomáš Michálek	2019	2016
FREM	Viera Čákanyová	2019	2015
Sólo	Artemio Benki	2019	2017
Český Pepík jede do Polska poznat lásku k Bohu	Vít Klusák, Filip Remunda	2019	2015
Jiří Trnka – Nalezený přítel	Joël Farges	2019	2017

**V LETECH 2002 – 2018 ZÍSKALI  
ČEŠTÍ PRODUCENTI V OKRUHU  
MEDIA DEVELOPMENT PODPORU  
V CELKOVÉ VÝŠI 6 482 237 EUR.**



## Přehled projektů podpořených v okruhu MEDIA Development v posledních třech letech.

### 2018

Výzva	Společnost	Program podpory	Projekt	Částka (EUR)
EACEA/22/2017	Rolling Pictures	SP	Hurvínek a kouzelné muzeum	60 000
EACEA/22/2017	i/o post	SP	Poloviny	30 000
EACEA/23/2017	Artcam Films	SF	Moje vlastní Mongolsko, Rok vdovy, Sperminátoři, Opuštění	142 500
EACEA/22/2017	8Heads Productions	SP	Smečka	30 000
EACEA/22/2017	Film Kolektiv	SP	Peníze od Hitlera	30 000
EACEA/22/2017	Black Balance	SP	Nikdo mě nemá rád	30 000
<b>Celkem</b>	<b>6</b>		<b>9</b>	<b>322 500</b>

### 2017

Výzva	Společnost	Program podpory	Projekt	Částka (EUR)
EACEA/20/2016	Artcam Films	SP	Sólo	25 000
EACEA/20/2016	Film Kolektiv	SP	Bod obnovy	30 000
EACEA/20/2016	J. B. J. Film	SP	Jan Žižka	50 000
EACEA/20/2016	Film United	SP	North Pole	50 000
EACEA/20/2016	Cineart TV Prague	SP	Pražské orgie	50 000
EACEA/20/2016	Dawson Films	SP	Na střeše	30 000
EACEA/20/2016	MasterFilm	SP	Chata na prodej	30 000
EACEA/21/2016	Negativ	SF	Utrpení Gerty Schnirch, Drtikol, Národní třída, Rulaman, Vodník (krátký film)	190 000
EACEA/21/2016	nutprodukce	SF	Bohemian Rhapsody, Nord Ost, Pan a paní Trumpovi, Tonda, Slávka a Génius	148 000
EACEA/21/2016	Dramedy Productions	SF	Green Line, Wallenstein – Rise and Fall, Kuksi – Citizen of the world	175 000
EACEA/20/2016	Maur Film	SP	O nepotřebných věcech a lidech	60 000
EACEA/20/2016	Hausboot Production	SP	Jiří Trnka – Nalezený přítel	25 000
EACEA/20/2016	Evolution Films	SP	Škola duchů	30 000
EACEA/20/2016	Three Brothers	SP	Zlatovláska	50 000
EACEA/20/2016	Mimesis Film	SP	Il Boemo	50 000
<b>Celkem</b>	<b>15</b>		<b>24</b>	<b>993 000</b>

### 2016

Výzva	Společnost	Program podpory	Projekt	Částka (EUR)
EACEA/18/2015	MasterFilm	SP	Jaroslav Kučera zblízka	25 000
EACEA/19/2015	Bionaut	SF	Felix, Sara, Mlsné medvědí příběhy	138 000
EACEA/18/2015	KLUCIvespolek	SP	Chrlíčovy příběhy	60 000
EACEA/18/2015	endorfilm	SP	Každá minuta života	25 000
EACEA/18/2015	Duracfilm	SP	Testosteron Story	25 000
<b>Celkem</b>	<b>5</b>		<b>7</b>	<b>273 000</b>

# KREATIVNÍ EVROPA

**Kreativní Evropa je program EU na podporu kinematografie a kulturních a kreativních odvětví, plánovaný na období let 2014–2020.**

Cílem programu Kreativní Evropa je vytvořit jednotný rámec pro financování projektů v oblasti scénických umění, výtvarného umění, nakladatelství a literatury, filmu, televize, hudby, mezioborového umění, kulturního dědictví a videoher, maximálně využít synergií mezi různými sektory a zvýšit tak účinnost poskytované podpory.

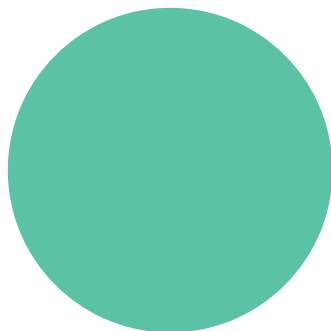
Program Kreativní Evropa se skládá ze dvou dílčích programů a mezioborové části.

- dílčí program MEDIA – podpora evropské kinematografie a audiovizuálního průmyslu
- dílčí program Kultura – podpora mezinárodních projektů v oblasti kulturních a kreativních odvětví
- mezioborová část – zahrnuje nástroj pro finanční záruky, který byl spuštěn v roce 2016. Nástroj se snaží řešit obtížný přístup subjektů v kulturních a kreativních odvětvích k bankovním úvěrům, je určen všem firmám a organizacím, které splňují definici malých a středních podniků, mají sídlo v členské zemi programu Kreativní Evropa a působí v kulturních a kreativních odvětvích. Záruky lze využít na překlenovací půjčky, investice, provozní kapitál nebo produkty daňové stimulace (jako jsou např. filmové pobídky).

Celkový rozpočet programu Kreativní Evropa na období 2014–2020 je 1,462 mld. EUR. Na dílčí program MEDIA připadá 56 % (818 720 tis. EUR), na dílčí program Kultura 31 % (453 220 tis. EUR) a na mezioborovou část 13 % (190 060 tis. EUR).

## Okruhy podpory

Finanční podporu může získat každá společnost nebo organizace, jejíž projekt splní kritéria stanovená pro přidělení této podpory. O podporu je možné žádat pouze v rámci pravidelně vypisovaných výzev k předkládání žádostí. Program Kreativní Evropa není otevřen pro žádosti jednotlivců.



## Okruhy dílčího programu MEDIA:

### PODPORA PRODUCENTŮ

- vývoj projektů filmových, televizních a určených pro digitální platformy
- vývoj videoher
- televizní koprodukce

### DISTRIBUCE

- distribuce zahraničních evropských filmů
- podpora sales agentů

### PROPAGACE / FESTIVALY

- přístup na evropské a zahraniční trhy
- audiovizuální festivaly

### VZDĚLÁVÁNÍ

- vzdělávací programy pro audiovizuální profesionály

### FILMOVÁ VÝCHOVA

- katalogy evropských filmů pro filmovou výchovu

### ONLINE DISTRIBUCE

- služby Video on Demand

### KINA

- síť kin/Europa Cinemas

### KOPRODUKČNÍ FONDY

- podpora mezinárodních koprodukčních fondů

## Okruhy dílčího programu Kultura:

### MEZINÁRODNÍ PROJEKTY SPOLUPRÁCE

- podpora nadnárodního pohybu kulturních a kreativních děl a nadnárodní mobility kulturních a kreativních činitelů, zejména umělců

### LITERÁRNÍ PŘEKLADY

- podpora projektů literárních překladů, propagace nadnárodního oběhu kvalitních literárních děl a zlepšení přístupu k těmto literárním dílům

### EVROPSKÉ SÍŤE

- podpora evropských sítí činných v kulturních a kreativních odvětvích

### EVROPSKÉ PLATFORMY

- podpora kulturních a kreativních organizací, jejichž cílem je podpora rozvoje nových talentů a podněcování nadnárodní mobility kulturních a kreativních činitelů a pohyb děl, a propagace evropských umělců a tvůrců

### Kanceláře Kreativní Evropa

Žadatelům o podporu z programu je k dispozici síť informačních a servisních kanceláří Creative Europe Desk (Kanceláře Kreativní Evropa) se zastoupeními v každé členské zemi.

[www.kreativnievropa.cz](http://www.kreativnievropa.cz)

[www.ec.europa.eu/creative-europe](http://www.ec.europa.eu/creative-europe)



Kreativní  
Evropa

# KANCELÁŘ KREATIVNÍ EVROPA – MEDIA

- zajistíme a poskytneme vám informace o programu Kreativní Evropa – 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 programem Kreativní Evropa – MEDIA a o dalších aktivitách na podporu filmových profesionálů
- pořádáme semináře a odborné diskuse určené českým filmovým profesionálům
- vydáváme vlastní publikace a informační materiály, provozujeme veřejně přístupnou knihovnu zahraničních publikací z oboru audiovizí
- propagujeme program Kreativní Evropa směrem k veřejnosti

Národní 28, 110 00 Praha 1

Tel.: 221 105 209–210

E-mail: [media@kreativnievropa.cz](mailto:media@kreativnievropa.cz)

[www.mediadeskcz.eu](http://www.mediadeskcz.eu) | [www.kreativnievropa.cz](http://www.kreativnievropa.cz)



[facebook.com/kreativnievropa](https://facebook.com/kreativnievropa)



[twitter.com/kreativnievropa](https://twitter.com/kreativnievropa)



[instagram.com/kreativnievropacz](https://instagram.com/kreativnievropacz)