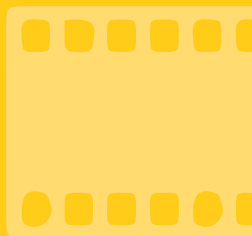
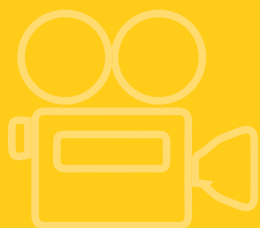


**MAPOVÁNÍ
OBORU
ANIMOVANÉ
TVORBY
V ČESKÉ
REPUBLICE**



Vydavatel: Kancelář Kreativní Evropa - MEDIA ve spolupráci
s Asociací animovaného filmu

Zadavatel průzkumu: Asociace animovaného filmu

Zpracovatel: Bohemian Multimedia, spol. s r. o.

Vedoucí projektu: Ing. Marek Toušek

Metodik výzkumu: Mgr. Doris Fajfrová

Editor: Daniel Mrázek

Odborná konzultace: Michal Podhradský, Martin Vandas, Daniela Staníková,
Pavčina Kalandrová, Pavel Hruboš, Mirka Reifová

ISBN 978 - 80 - 7004 - 178 - 9

Kdo by neznal Krtečka, vílu Amálku, medvědy od Kolína nebo maxipsa Fíka? Večerníčkové postavy, které neodmyslitelně patří k dětství napříč generacemi a dodnes si získávají srdce malých diváků... I v zahraničí se někdejší Československo stále považuje za velmoc v animované tvorbě. Škoda, že v době, kdy celosvětově, v návaznosti na nové technologické možnosti, začala růst poptávka po animovaných filmech, se na tuto bohatou tradici nedaří navázat. V žádném oboru, o to více v oborech procházejících dynamickým rozvojem, však nelze žít pouze z tradice.

Ke zvrácení neblahého stavu současné české animace by chtěla přispět tato studie. Hledá možnosti, jak na prověřenou tradici a kreativitu navázat a čerpat z ní i v současnosti a budoucnosti. Jde o jeden z prvních kroků na cestě ke znovuvybudování animačního průmyslu, který může být pro naši zemi prospěšný. Doufáme, že tato cesta bude úspěšná a naše děti nebudou muset sledovat jen zahraniční animované filmy a seriály. Rádi bychom, aby si českou animovanou tvorbu znovu oblíbili diváci po celém světě.

Obsah

Použité zkratky a pojmy	4
Slovo úvodem	5
Metodologie průzkumu	6
Vymezení oboru	7
Shrnutí poznatků z průzkumu	8
Potenciál a specifikum animované tvorby	12
... Potenciál animované tvorby	12
... Proces tvorby animovaného audiovizuálního díla	13
... Vývoj AAD	13
... Výroba AAD	14
Produkce animovaných filmů v Evropě	15
... Celovečerní filmy	15
... Seriálová tvorba	17
Produkce animovaných filmů v ČR	19
... Velikost trhu v ČR	19
... Celovečerní filmy	19
... Seriálová tvorba	21
Hodnocení aktuální situace v oboru animované tvorby	24
... Hodnocení producentů	24
... Zaměření aktivit	24
... Ekonomická výkonnost	24
... Zaměstnanost	25
... Vývoj a výroba animovaných audiovizuálních děl	25
... Veřejná podpora	28
... Bariéry růstu	30
... Mezinárodní spolupráce	32
... Hodnocení animačních studií	33
... Zaměření aktivit	33
... Ekonomická výkonnost	34
... Zaměstnanost	35
... Výroba animovaných audiovizuálních děl	36
... Bariéry růstu	37
... Mezinárodní spolupráce	39
... Lidské zdroje	40

... Hodnocení samostatných tvůrců	44
..... Zaměření pracovní činnosti	44
..... Ekonomická výkonnost	45
..... Hodnocení aktuální situace v oboru	47
..... Odbornost a doškolování	47
..... Mezinárodní zkušenosti	49
... Školy	50
..... Specializace a zaměření absolventů	51
..... Vývoj počtu absolventů škol	52
..... Školy vs. potřeby trhu	53
Plány a očekávání producentů a animačních studií	55
... Producenti	55
..... Projekty	55
..... Zaměstnanost	56
..... Veřejná podpora a zahraniční koprodukce	57
... Animační studia	58
..... Projekty	58
..... Zaměstnanost	59
... Samostatní tvůrci	60
Návrhy a doporučení na rozvoj oboru animované tvorby	62
... Globální cíle	62
... Strategické cíle	62
... Strategické směry rozvoje oboru animace	62
..... Strategický směr 1 > Rozvoj lidských zdrojů	62
..... Strategický směr 2 > Podpora vývoje a výroby AAD	63
..... Strategický směr 3 > Technická a technologická infrastruktura	65
..... Strategický směr 4 > Podpora propagace, mezinárodního obchodu a distribuce	66
Použité zdroje	67

Použité zkratky a pojmy

AAD - Animované audiovizuální dílo

Vývoj AAD - Počáteční fáze vzniku AAD, v rámci které vzniká scénář a základní dějové schéma, návrhy charakterového profilu postav, design postav a prostředí, animační testy, návrh harmonogramu a rozpočtu výroby.

Výroba AAD - Vlastní výroba AAD podle parametrů připravených ve fázi vývoje zahrnuje výrobu animatiku (rozpohybovaný obrázkový scénář), podle něj následně animaci jednotlivých záběrů, výrobu hudby, svícení obrazu, dokončovací (tzv. postprodukční) práce.

Celovečerní film - AAD pro kinematografické užití o délce alespoň 60 minut

Animovaný seriál - AAD zpřístupňované divákům prostřednictvím televizního nebo internetového vysílání a složené nejméně ze dvou dílů. V ČR obvyklý formát: 7 epizod po 7 minutách (Večerníček). V zahraničí obvyklé formáty: 26 (52) epizod, z nichž každá má 5-13 minut, případně 26 minut.

TV film - AAD pro televizní vysílání o délce do 52 minut

ASAF - Asociace animovaného filmu

SFKMG - Státní fond kinematografie

ČT - Česká televize

VFX - Vizuální a speciální efekty / Fáze výroby filmu, kde dochází k úpravě, nebo opravě filmového obrazu po jeho nasnímání, nebo přímé vytvoření celého imaginárního záběru, nebo jeho částí¹.

MPO - Ministerstvo průmyslu a obchodu

MPSV - Ministerstvo práce a sociálních věcí

MŠMT - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

¹ Postprodukční práce, 1. díl - Základní témata, Učební texty FAMO Písek

Úvod

Během června a července 2016 se pod záštitou Asociace animovaného filmu uskutečnil průzkum současného stavu oboru animované tvorby v České republice. Jeho cílem bylo získat objektivní informace od subjektů podílejících se na animované tvorbě. Záměrem průzkumu bylo popsat, v jakém stavu se nachází současná animovaná tvorba v České republice, srovnat tento stav se zahraničím a na základě toho formulovat postoje a především pak vizi dalšího rozvoje animované tvorby u nás.

Analýza je rozdělena do dvou částí. Ta první prezentuje data a informace, které poskytli jak zástupci subjektů působících v oboru, tak samostatní tvůrci. Na základě získaných informací ze šetření popisuje srovnání české animované tvorby s produkčně vyspělými zeměmi. Druhá část formuluje návrhy, kterými by mělo, na základě výsledků šetření, dojít k rozvoji oboru animované tvorby v České republice s výhledem do roku 2020.

Šetření ukázalo, že současný stav oboru animace ve srovnání s ostatními zeměmi EU, zejména těch na západ od našich hranic, zaostává – zvláště tvorba obsahu pro TV, ale i úroveň celovečerních filmů.

Nelze předpokládat, že se stav oboru animované tvorby zlepší za situace, kdy neexistuje spolupráce subjektů působících v oboru s veřejnými institucemi. V zahraničí existují a dále vznikají podpůrné struktury na bázi průmyslových clusterů a společných platforem producentů, výrobců, distributorů, asociací, vzdělávacích institucí (škol a školicích středisek) s orgány státní správy a veřejnoprávními institucemi, které společně vytváří prostor pro inovace, vznik nových pracovních míst a hledání příležitostí pro využití animované tvorby zejména v návaznosti na nové možnosti internetu (Digitální Evropa).

V našich podmínkách je zřejmé, že existuje handicap spolupráce privátního a veřejného sektoru, zejména se Státním fondem kinematografie a Českou televizí, ale také MPO, MŠMT, MPSV a Úřadem vlády jako nositelem a garantem tzv. Národní inovační strategie (neboli RIS3), zahrnující podporu kreativních průmyslů, do kterých animovaná tvorba spadá. Současný nekoordinovaný stav vede k diskriminaci celého sektoru, podnikatelského prostředí a jednotlivých subjektů působících v oboru animace vůči jiným podnikatelským sektorům.

Je přáním tvůrců předkládané studie, aby výsledky pomohly k cílenému a koordinovanému rozvoji oboru animace za přispění subjektů soukromé a veřejné sféry.

Metodologie průzkumu

Metodologie průzkumu vycházela ze znalosti animované tvorby v České republice jak z pohledu aktérů podílejících se na výrobě, tak technologie výroby animovaných děl. Více než množství oslovených, tedy velikost vzorku, bylo důležité zajištění dobré reprezentace subjekty, které se podílí na vzniku animovaných filmů včetně vzdělávání tvůrců. Z toho důvodu byla do vzorku vybrána animační studia a producenti, jejichž role a vliv na vývoj české animace jsou klíčové, dále samostatní tvůrci pracující v animaci a školy, které animační tvorbu nebo přídružený obor vyučují.

Průzkum proto reprezentuje pohled čtyř typů subjektů, od kterých bylo sesbíráno celkem 86 dotazníků. Výzkumu se zúčastnily následující subjekty:

- Z 12 oslovených animačních studií se zúčastnilo 9. Zúčastněná studia se v průměru na animační scéně pohybují 14 let.
- Ze 17 oslovených producentů se zúčastnilo 13, přičemž zúčastnění producenti v průměru působí na české animační scéně 16 let.
- Z 7 oslovených škol s výukou animované tvorby se výzkumu zúčastnilo všech 7, z nichž 5 bylo vysokých uměleckých a dvě byly vyšší odborné.
- Z oslovených 132 tvůrců se jich průzkumu zúčastnilo 56, přičemž jejich průměrná doba fungování v oboru byla déle než 10 let.

Závěrečná analýza byla zpracována na základě informací získaných od čtyř různých typů subjektů, které se liší pozicí na animačním trhu i rolí, kterou na něm hrají. V nejdůležitějších oblastech docházelo mezi těmito čtyřmi typy subjektů ke shodě, a tato zjištění jsou představena v analýze.

Údaje byly sesbírány metodou online dotazníků s využitím profesionálního nástroje *Click4Survey*, zaměřující se na výzkumy v českém prostředí. Celkově byly vytvořeny čtyři varianty dotazníků tak, aby byly tzv. „šité na míru“ všem čtyřem typům subjektů. Otázky byly organizovány do tematických bloků, přičemž určité bloky otázek zůstávaly pro všechny respondenty totožné a jiné bloky byly specifické jen pro určitý typ respondentů. Získaná data pak byla zpracována a analyzována ve statistickém programu SPSS a Excelu.

Zapojení producenti:

Michal Podhradský - Animation People, Marek Toušek - Bohemian Multimedia, Martin Hovorka - Eallin, Jan Švarc - Kluci vespolek, Martin Vandas - Maur film, Martin Kotík - Rolling Pictures, Aurel Klimt - Studio Zvon, Petr Babinec - Kouzelná animace, Ondřej Trojan - Total Help Art, Miloslav Šmídmajer - Bio Illusion, Vratislav Šlajer - Bionaut, Tomáš Rychetský - Anifilm, Vladimír Lhoták - Fresh Film Production

Zapojená animační studia:

Anima, Animation People, Bohemian Multimedia, Eallin, Kluci vespolek, Studio Zvon, Kouzelná animace, Kredenc, Alkay

Zapojené školy:

VOŠG Jihlava, VOŠ Václava Hollara Praha, Ostravská univerzita, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně - ateliér Animovaná tvorba a obor VFX (samostatně), Filmová akademie M. Ondříčka, FAMU - Katedra animované tvorby, Západočeská univerzita v Plzni

V publikaci lze najít také informace z jiných zdrojů, například od European Audiovisual Observatory, České televize, SFKMG, Unie filmových distributorů, které rozšiřují nebo doplňují naše zjištění.

Vymezení oboru animace

Činnosti dle klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE):

59.11 / Produkce filmů, videozáznamů a televizních programů

59.12 / Postprodukce filmů, videozáznamů a televizních programů

59.13 / Distribuce filmů, videozáznamů a televizních programů

59.14 / Promítání filmů

77.22 / Pronájem videokazet a disků

47.63 / Maloobchod s audio- a videozáznamy (část)

Národní soustava kvalifikací

V rámci Národní soustavy kvalifikací byly v letech 2013 a 2014 vytvořeny kvalifikační standardy vybraných pracovních pozic v animaci:

- Producent audiovizuálního animovaného díla
- Produkční audiovizuálního animovaného díla
- Animátor charakterové kreslené animace
- 3D charakterový animátor
- Počítačový 3D grafik
- Výrobce digitálních loutek

Odborným garantem kvalifikací je Ministerstvo kultury.

Shrnutí poznatků z průzkumu

1/ Je zřejmé, že jak v tuzemsku, tak na zahraničním trhu existuje potenciál a zájem o animovaná audiovizuální díla, zejména o celovečerní filmy a seriály pro televizní a internetové vysílání. Vzrůstající poptávka odpovídá globálním trendům v distribuci digitálního obsahu. Animované celovečerní filmy a seriály jsou finančně náročné projekty, na jejichž vzniku se na rozvinutých trzích podílí desítky až stovky tvůrců a specialistů i několik let, a z toho důvodu představují základ fungujícího animačního průmyslu.

2/ Animovaná tvorba v České republice z pohledu zaměstnanosti a ekonomického výkonu stagnuje. Bez otevření se zahraničí a spolupráce s ním se v dlouhodobém horizontu nelze obejít - ať již formou účasti na mezinárodních koprodukcích, nebo poskytováním outsourcingových služeb.

Animované filmy a seriály vyrobené v ČR se vzhledem k velikosti tuzemského trhu musí orientovat na export, tedy oslovení zahraničního diváka, což se v současné době neděje.

Jestliže v minulosti byla česká animace ve světě známá, v současné době se obrazně řečeno nezúčastňujeme ani kvalifikace pro ligu mistrů. Nikdo se již neptá na minulost, všichni žijí přítomností a budoucností. Z pohledu evropského trhu animace představuje Česká republika nezajímavého hráče, a to jak z pohledu velikosti trhu, tak zejména z důvodu naprosté produkční pasivity. Zatímco v Evropě vzniká ročně několik stovek minut animace pro televizní vysílání a kina, a to zejména díky koprodukcím, Česká republika se do takovéto spolupráce prakticky vůbec nezapojuje a převažuje snaha produkovat animaci pouze pro tuzemský trh s nezajímavými rozpočty a tomu odpovídající stopáží pár desítek minut ročně.

3/ Vyrobené celovečerní filmy v ČR nejsou dostatečně konkurenceschopné ve srovnání se zahraniční produkcí, soudě podle celkově nízké souhrnné návštěvnosti a pronikání na světové trhy. Jde o kombinaci následujících důvodů:

a/ Nízké ambice a zkušenosti tuzemských producentů, kteří nevyrábí filmy s cílem oslovit „světového“ diváka, ale pouze „udělat si svůj film“

b/ Kvalita tuzemských filmů po obsahové (tedy z hlediska příběhu) a vizuální (tedy výtvarné a technické) stránce není dostatečně konkurenceschopná

c/ Slabé obchodní dovednosti tuzemských producentů

d/ Finanční podhodnocení výroby AAD

4/ Nízká konkurenceschopnost českých animovaných celovečerních filmů je také vyjádřena nízkou mírou zájmu ze strany soukromých investorů. **Producenti nenabízejí dostatečně atraktivní projekty, které by slibovaly návratnost vložené investice.**

5/ **Role České televize významně limituje vznik nových českých animovaných seriálů uplatnitelných v zahraničí.** Výsledkem přístupu ČT k animované tvorbě je celková stagnace české animované seriálové tvorby, kterou byla ČR v minulosti proslavena. Ve vysílání dětských televizních kanálů dostupných v ČR tak v drtivé většině převažují zahraniční seriály. Důvody současného stavu jsou tyto:

a/ Investice do seriálové tvorby je doménou zejména veřejnoprávních televizí. V produkčně rozvinutých trzích EU se finančně podílejí na vzniku AAD až do výše 25 %. ČT však nemá, na rozdíl od hrané seriálové tvorby nebo dokumentární tvorby, nastaven systém spolupráce s nezávislými producenty. Animované seriály si Česká televize vyrábí interně sama, případně část si nechává vyrábět na zakázku. To objemově, ani v kombinaci s využitím rozsáhlého archivu, nestačí na pokrytí stále rostoucí poptávky po novém českém obsahu.

b/ Formát a počet epizod vyráběných seriálů je pro potřeby zahraničních trhů nedostatečný. ČT vyrábí tradiční večerníček o délce sedmi minut za epizodu s nízkým počtem sedmi epizod pro jednu seriálovou řadu. Oproti tomu zahraniční televizní stanice vyžadují při nasazení seriálů pokrytí alespoň půlročního vysílání, což představuje 26 dílů o délce 10-13 minut za epizodu. Tato skutečnost má do značné míry vliv na neochotu potenciálních zahraničních partnerů podílet se na financování, výrobě a distribuci českých seriálů.

6/ Světová kvalita se nedá dělat za tuzemské rozpočty. Je evidentní, ve srovnání se zahraniční produkcí, že financování vývoje a výroby AAD je v ČR značně podhodnocené. Kvůli tomu se nedaří dlouhodobě udržet specialisty ani dosahovat potřebné kvality projektů v mezinárodním srovnání. Tuzemští tvůrci disponují rozpočty, které zdaleka nedosahují evropského průměru. Obor tak není atraktivní pro vstup nových subjektů (producentů, animačních studií) ani pro mladé talenty. Přitom právě toto by mohla být cesta ke zvýšení konkurence, čímž by se zvyšoval tlak na kvalitu. Zároveň s tím by došlo ke stimulaci poptávky po tvorbě nových AAD.

7/ Podhodnocené jsou především vstupy do lidských zdrojů, neboť technické náklady a licence za software jsou s rozpočty v zahraničí srovnatelné. Vzhledem k tomu, že animovaná tvorba stojí primárně na řemeslné práci a kreativitě tvůrců, nedocení lidských zdrojů v rozpočtech je jedním z hlavních faktorů nízké konkurenceschopnosti AAD vyrobených v ČR.

8/ Jediným veřejnoprávním subjektem, který pravidelně finančně podporuje vznik animovaných celovečerních a krátkých filmů, je Státní fond kinematografie (SFKMG). Zákon o audiovizí neumožňuje SFKMG podporovat televizní tvorbu. Celkový objem podpory na animovanou tvorbu však není pro obor dostatečně stimulující.

9/ Problémem zůstává často nedostatečná připravenost a kvalita předkládaných projektů k podpoře SFKMG. Nepříliš lichotivý výsledek podpořených filmů je zřejmý z tabulky na str. 20. Většina filmů v ní uvedených byla finančně podpořena SFKMG. Tyto filmy mají celkově velmi nízkou návštěvnost i malý počet zahraničních trhů, na které byly distribuovány.

10/ Výsledky podpořených filmů na trhu souvisí i s nastaveným systémem hodnocení, který podle producentů a animačních studií není v současné době optimálně nastaven. Úprava kritérií pro hodnocení a výběr projektů musí odpovídat konkrétním a měřitelným cílům Dlouhodobé koncepce podpory kinematografie. Dlouhodobá koncepce podpory kinematografie byla vydána více než dva roky po vzniku SFKMG. Neobsahuje konkrétní a měřitelné cíle nebo indikátory pro vyhodnocení jejího naplňování, a není tak zřejmé, čeho chce SFKMG v oblasti podpory kinematografie v daném období dosáhnout².

11/ Česká animační studia nejsou připravena z pohledu tvůrčích kapacit i zkušeností s velkými projekty nabídnout zahraničním partnerům výrobní servisní služby v požadované kvalitě vyspělých trhů. Přestože existuje možnost využít pro tento typ služeb investičních pobídek SFKMG, obdobně jako jsou ve velkém využívány pro hrané filmy, za stávající situace zůstává tato příležitost nevyužita.

12/ Mezi hlavní faktory současného neutěšeného stavu patří zejména nedostatek zkušených tvůrců a specialistů podílejících se na produkci AAD, což souvisí mimo jiné i s již zmíněnou celkovou podfinancovaností vývoje a výroby projektů. Na produkci se šetří, což má dopad na nízké finanční ohodnocení pracovníků a celkově se odráží v nízkém objemu i kvalitě produkce.

² Kontrolní závěr z kontrolní akce 15/28, Národní kontrolní úřad, usnesení č. 9/VIII/2016

- 13/** Zastaralý vzdělávací systém se neadaptoval na nové trendy v animaci. Školy produkují každým rokem relativně velké množství absolventů, ti však podle subjektů působících v oboru nejsou dostatečně připraveni na studiovou praxi. Chybí systematické profesní doškolení absolventů i profesionálů v chybějících řemeslech potřebných napříč produkčním procesem vzniku animovaných projektů. Současné zajištění praxe absolventů formou stáží v produkčních a animačních studiích je z pohledu celkového rozvoje oboru animované tvorby nedostatečné. Jde o časově a finančně náročnou aktivitu bez garance, že jsou stážisté nakonec uplatnitelní a zaměstnatelní v daném studiu. Celkový počet stážistů, kteří projdou zaškolením ze strany studií, je z pohledu potřeby celého oboru zanedbatelný.
- 14/** Přestože drtivá většina škol se zaměřením na animovanou tvorbu se specializuje na vývoj příběhu, situace na trhu tuto skutečnost neodráží. Tuzemský trh generuje nízký počet nových a zajímavých originálních projektů, které by stimulovaly poptávku a měly ambice prosadit se v zahraničí.
- 15/** Zcela zásadní se jeví potřeba vyvolat poptávku, resp. zájem o animované projekty u soukromých investorů. Primárně totiž nemůže jít pouze o financování z dotací, které jsou velmi omezené. Zájem privátních zdrojů jde ruku v ruce se zvyšováním konkurenceschopnosti oboru. To vyžaduje zejména kvalitu a odbornost firem a tvůrců, kteří se dokáží uplatnit na trhu, zejména zahraničním.

Potenciál a specifikum animované tvorby

Potenciál a specifikum animované tvorby

Animace jako součást kreativních průmyslů představuje umělecký nástroj ke sdílení příběhů, ať se jedná o komedii, drama, nebo dokument. Pro animaci platí, že výroba trvá nadprůměrně dlouho oproti hranému či dokumentárnímu filmu a jde o finančně náročnou investici. Není nic výjimečného, když počáteční vývoj AAD trvá více než tři roky. Nad to pracovní týmy podílející se na vzniku ADD jsou větší a vlastní výroba zabere mnohem více času, než u neanimovaných filmů. Není proto žádným překvapením, že kolikrát trvá více než dekádu, než se vynaložené prostředky na investici vrátí.

Rychlý technologický pokrok ve výrobě a distribuci zpřístupnil animované filmy masám a ve světovém měřítku je animační průmysl jedním z nejrychleji rostoucích odvětví. Poptávka po animaci se rozšířila se zvýšením vysílacího času u kabelové a satelitní TV spolu s rostoucí popularitou internetu. V minulosti byly animované seriály zaměřeny na děti ve věku kolem devíti let. V posledních letech však televizní stanice vyrábí animovaný obsah pro mládež, dospělé i celé rodiny.

Animované filmy se velice dobře uplatňují na mezinárodním trhu. Současný boom popularity tzv. rodinných filmů a dětských seriálů je toho dokladem. Jen v Evropě se průměrně vyrobí 50 filmů za rok. Na evropském trhu celkově působí 301 dětských televizních programů, z nichž je 217 původem amerických. Internet přináší rozšíření možností distribuce animovaného obsahu. Výhoda animovaného filmu tkví v tom, že se na zahraničních trzích prodává mnohem snadněji než jiná audiovizuální díla. Jedním z důvodů je skutečnost, že animované filmy nejsou omezeny obsazením herců, kteří jsou často neznámí pro zahraničního diváka. Obecněji řečeno, animace se stále více používá ve videohrách a filmy jsou také stále více závislé na animaci a počítačové grafice a speciálních efektech.

Animovaná tvorba představuje významné ekonomické výkony a nabízí zaměstnanost zejména mladým tvůrcům a profesionálům. Skrývá zajímavý potenciál jak ekonomický, tak kulturní. Proto se animaci v zahraničí věnuje velká pozornost a klade se důraz na její rozvoj.

Proces tvorby animovaného audiovizuálního díla

Animované audiovizuální dílo je výsledkem duševní práce poměrně velkého kolektivu tvůrců a pracovníků. Zahrnuje v sobě dvě složky. První je kreativní – musí se od základu vymyslet, přičemž tvůrčí práce vyžaduje kromě talentu také vzdělání a zkušenosti v oboru. Druhá složka je technologická. Dílo vzniká za pomoci různých technik a technologických postupů.

Obchodně se AAD může uplatnit především v televizním vysílání, kinech, VOD (internet). V některých případech může být součástí i jiného audiovizuálního díla, jako jsou třeba videohry. Jak se AAD podaří vyrobit, závisí na dostupných technologiích a inovacích. Neodmyslitelný a rozhodující podíl ale tvoří dostatečné množství vzdělaných, zaškolených a kreativně erudovaných pracovníků.

Vývoj AAD

Animované audiovizuální dílo nejprve projde vývojem. Z celkových nákladů na dílo tato počáteční fáze spotřebuje asi 10 %. Ovšem kreativitou se na něm podílí asi z 85 %. Právě v tuto chvíli vzniká Intellectual Property (IP), duševní vlastnictví, vázané na konkrétní dílo. S duševním vlastnictvím lze dále obchodovat, a tak díky IP producent různými způsoby získává finanční prostředky na realizaci díla.

V rámci vývoje (developmentu) producent musí úvodem:

- najít předlohu, tedy nějaké původní dílo, ze kterého chce vycházet
- najít a vést autory, kteří toto dílo převedou do díla vhodného pro animaci
- nebo vytvořit vlastní původní dílo
- převést dílo do takové podoby, aby na něm mohli v následujících krocích pracovat další tvůrci (scénář, výtvarné předlohy, testy animace, technologické testy...)

Součástí tohoto procesu je vytvoření postav příběhů, jejich charakterů a základního dějového schématu. Výtvarník vytvoří design postav a prostředí. Animační testy design postav vyladí a ukážou cestu, jakým způsobem se bude technologicky AAD realizovat a kolik bude realizace stát. Dále se vytvoří storyboard (rozzáběrovaný scénář). Jednotlivé procesy vývoje AAD se divácky testují. Nežrádka se stane, že jednotlivé fáze se několikrát opakují, dokud není dosaženo požadovaného výsledku.

Finálním výstupem je soubor materiálů, které dávají jasnou představu o budoucím díle, ale zejména obsahují všechny instrukce, podle kterých je možné AAD realizovat (literární scénáře, výtvarné řešení, storyboards, animační testy, pilot atd.).

Vývoj je vysoce riziková investice, neboť uplatnit se může jenom jedinečné řešení s obchodovatelným potenciálem.

Výroba AAD

Po završení fáze vývoje následuje samotná výroba AAD. Z finančního hlediska je to fáze neobjemnější – z rozpočtu spotřebuje 90 % finančních prostředků. Z celkové kreativní práce pak jen 15 %. Proto se před jejím započítáním musí oslovit subjekty, které mohou poskytnout finanční prostředky. Na mysli máme dotace, koprodukcí či předprodej práv televizím a jiným distributorům. V této fázi vzniklé IP dostává konkrétní reálnou podobu, která se může přímo prodávat. Jinými slovy – na toto vyrobené dílo se poskytne licence k užití.

Často se stává, že ne každé dílo, které projde vývojem, se dostane do fáze realizace. Je to zákonité, protože producent chce realizovat pouze to dílo, které může být komerčně úspěšné. Je lepší ztratit investici 10 % než investici 100 %.

V praxi to vypadá tak, že producent vlastní práva k dílu obchází jednotlivé investory (televize, fondy, další producenty) a za podíl na distribuci díla získává části finančních prostředků na jeho realizaci. V rámci tohoto procesu využívá i podpůrné nástroje na podporu kreativních průmyslů: pobídky, lokální podpory daného odvětví apod.

Jakmile jsou potřebné peníze pohromadě, začne se dílo vyrábět podle parametrů, které se určily během vývoje. Zejména se dotvoří animatik a podle něho se pak animují jednotlivé záběry. Z technického hlediska příliš nezáleží na tom, jaká výrobní technika (jestli loutka, 2D či 3D) se použije. Produkční rozdíly nejsou tak zásadní – ve všech případech je nutná spolupráce mnoha vysoce vzdělaných odborníků – režiséra, animátorů, designérů apod.



Produkce animovaných filmů v Evropě

Celovečerní filmy

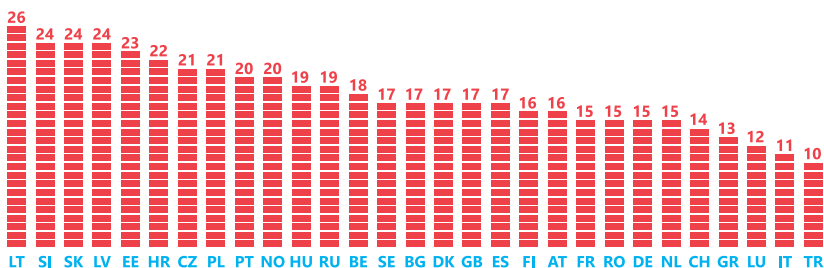
Mezi roky 2010-2014 se v Evropě vyrobilo 250 animovaných celovečerních filmů, přičemž o celou jejich polovinu se postaraly čtyři země – Francie, Španělsko, Velká Británie a Švédsko. Další země, které nejsou z pohledu objemu produkce tak velké, například Belgie nebo Lucembursko, se podílely na vzniku filmů alespoň jako menšinoví koproducenti.

Evropští tvůrci animovaných filmů mají vysokou pravděpodobnost, že se svými výtvary výrazně uspějí v zahraničí. Pouze 36,3 % tržeb evropské animované filmy vydělaly v zemích svého původu. To je výrazný rozdíl ve srovnání s ostatní filmovou tvorbou, kde zisky v zemi původu tvoří 50 % celkových tržeb filmu.

Návštěvnost animovaných filmů v české kinodistribuci činí 21 % z celkové návštěvnosti kin, což ukazuje na jejich značnou oblíbenost. Ze sledovaných evropských zemí zaujímá česká kinodistribuce animovaných filmů sedmou příčku. V Evropě jsou animované filmy nejoblíbenější mezi Litevci. Z celkového množství filmů v kinech jdou na animovaný film ve 26 % případů. Následují shodně Slováci a Lotyšové s 24 % návštěvností animovaných filmů ve srovnání se všemi dostupnými promítanými filmy. Na opačném konci žebříčku se pohybují Lucemburčané s 12 %, Italové s 11 % a Turci s 10 %.

Z této průměrné návštěvnosti celovečerních filmů v kinech a z vysokého průměrného množství zemí, ve kterých se filmy uvádí, vyplývá, že evropská animace si vede lépe a dosahuje lepšího distribučního dosahu než neanimované filmy.

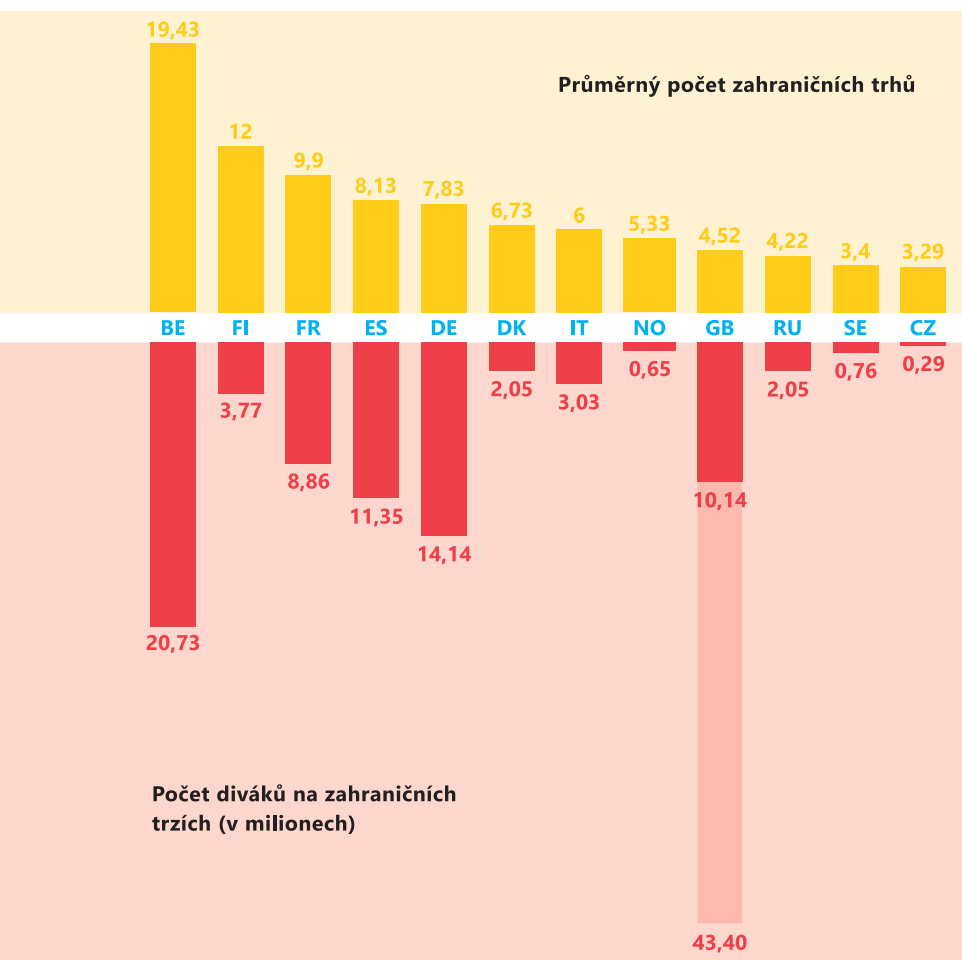
Evropské trhy podle podílu návštěvnosti animovaných filmů (v %); 2010-2014



Zdroj: Rentrax, OBS Lumiere

Co jsme o úspěchu na zahraničních trzích uvedli u evropských tvůrců animovaných filmů, neplatí v případě české tvorby. U nás vyrobený animovaný celovečerní film se dostane v průměru na tři zahraniční trhy. To je nejméně z celé Evropy. Pro srovnání - nejúspěšnější Belgičané dokážou své celovečerní filmy dostat v průměru do 19 zemí. Je to dáno mimo jiné i tím, že se Belgičané podílejí na velkém množství celovečerních filmů v pozici minoritních koproducentů.

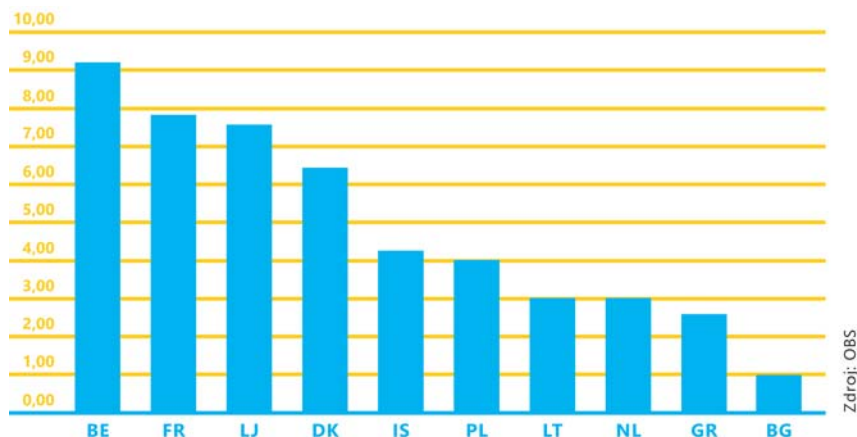
Průměrný počet zahraničních trhů, na které byly uvedeny celovečerní animované filmy podle země původu (a počet diváků na těchto trzích); 2010-2014



Zdroj: OBS Lumiere

Za to, že se česká animovaná díla tak obtížně prosazují v zahraničí, může mj. objem financí, se kterým si jejich tvůrci musí vystačit. V produkčně rozvinutých zemích jsou rozpočty celovečerních animovaných filmů oproti tuzemsku až devítinásobné. Údaj o ČR není ve studii European Audiovisual Observatory uveden.

Průměrný rozpočet celovečerních animovaných filmů (v mil. EUR)



Seriálová tvorba

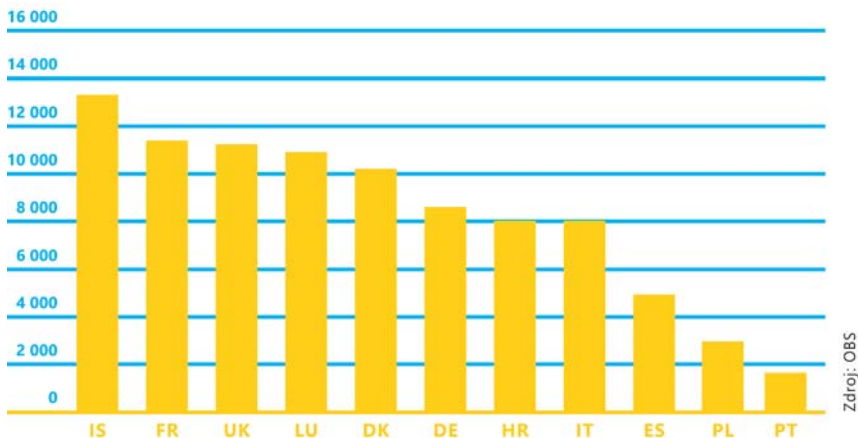
Podle průzkumu Evropské audiovizuální observatoře Mapping the Animation Industry in Europe³ se v roce 2014 ve Velké Británii vyrobilo 1446 hodin animovaných seriálů, což výrazně předčí druhou Francii s 260 hodinami původního animovaného obsahu. Italská televizní stanice RAI koprodukuje 12 seriálů za rok, což je v zásadě celkové množství animace ročně vyrobené v Itálii. Ve Španělsku se dle údajů z roku 2011 ročně vyrobí pět seriálů. Podle tamních producentů není žádná španělská televizní společnost v současné době schopna produkovat TV seriál jako majoritní producent. Zhruba 6-7 seriálů ročně je tak produkováno v minoritní koprodukci (nebo formou poskytování služeb). Německo vyprodukovalo průměrně 50 hodin animace pro televizní vysílání v letech 2008-2009.

Mezi rozpočty v Evropě a u nás panuje naprostý nepoměr. U osmdesáti procent evropských seriálů se podle statistiky Asociace evropského animovaného filmu (Cartoon)⁴ cena za minutu pohybuje v rozmezí od 5 do 15 tisíc eur. V přepočtu na české koruny to dělá přibližně 135 až 450 tisíc Kč. Naším producentům však musí stačit 70-140 tisíc korun. Údaj o ČR není ve studii European Audiovisual Observatory uveden. Údaje o rozpočtech českých producentů a animačních studií jsou ke srovnání na straně 28, 36 a 37.

³ Mapping the Animation Industry in Europe; European Audiovisual Observatory, 2015

⁴ Mapping the Animation Industry in Europe; European Audiovisual Observatory, 2015

Průměrné náklady na minutu televizní animace (v EUR)



V následující tabulce jsou orientační údaje o vybraných seriálech, které vycházejí z aktuální programové nabídky televizních stanic ČT Děčko a JimJam. Jde o mezinárodně obchodovatelná AAD, která si svého dětského diváka nachází po celém světě a na jejichž vývoji a výrobě se podílí desítky až stovky tvůrců a specialistů. Dle velikosti týmů podílejících se na výrobě vybraných zahraničních seriálů je zřejmé, že seriálová tvorba zajišťuje významnou část zaměstnanosti tvůrců a specialistů v oboru. Uvedené velikosti týmů jsou orientační a vycházejí z počtu umělců a specialistů v titulkové listině. Údaje o počtu epizod vycházejí z propagačních materiálů o těchto seriálech dostupných na internetu.

Velikost produkčních týmů vybraných zahraničních seriálů dostupných v české TV distribuci

Titul	Produkce	Velikost týmu	Technika animace	Formát
Ruff Ruff Tweet and Dave	USA	93	3D	54 epizod x 15min
Garfieldova show	Francie, USA	175	3D	107 epizod x 22min
Kamarád Timmy	UK	62	Stop motion (loutkový)	82 epizod x 10min
Kit a Kate	Rusko	28	Kreslený 2D	32 epizod x 5min
Chirp	Kanada	91	Kreslený 2D	52 epizod x 11min

Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Produkce animovaných filmů v ČR

Velikost trhu v ČR

Celovečerní filmy

Výše jsme uvedli, že v animované tvorbě se skrývá ekonomický a kulturní potenciál. Česká republika ale v tomto ohledu poněkud zaostává. To je škoda - rozhodně nelze říct, že by Češi o animované filmy neměli zájem. Podle údajů Unie filmových distributorů (UFD) v roce 2015 přišlo do kina na animované celovečerní filmy 2 708 915 diváků. To znamená tržby ve výši 354 021 870 Kč. Mluvíme o filmech, které se pravidelně umístily mezi dvaceti nejlepšími filmy v daném měsíci. V žebříčku nejúspěšnějších padesáti filmů za rok 2015 se umístilo 10 animovaných celovečerních filmů, přičemž pět z nich bylo mezi deseti nejlepšími. Bohužel mezi nimi nenajdeme žádný film, který by se alespoň zčásti vyrobil v České republice.

Absolutně nejúspěšnějším animovaným filmem u českých návštěvníků kin v roce 2015 se stal film *Mimoni*, který od června do prosince zhlédlo 785 355 diváků a utržil 105 921 930 Kč. Následuje *Jurský svět*, který s 331 443 diváky od července do října dosáhl příjmů 50 303 687 Kč, a *Hotel Transylvánie 2* - tomu se díky 330 912 divákům od října do prosince podařilo utržit 43 491 075 Kč. Všechny tyto tři nejúspěšnější filmy pocházejí z americké produkce.

Titul	Tržby celkem	Diváci celkem	Měsíc v kinodistribuci	Země
Mimoni	105 921 930	785 355	červen - prosinec	US
Jurský svět	50 303 687	331 443	červenec - říjen	US
Hotel Transylvania 2	43 491 075	330 912	říjen - prosinec	US
V hlavě	35 815 035	278 054	červenec - prosinec	US
SpongeBob ve filmu: Houba na suchu	32 601 846	248 533	únor - červen	US
Tučnáci z Madagaskaru 2	31 096 796	257 428	leden - únor	US
Paddington	18 759 690	166 003	leden - červen	UK
Ovečka Shaun ve filmu	12 738 650	119 697	duben - červenec	UK
Hodný dinosaurus	9 371 817	78 977	prosinec	US
Asterix: Sídlíště bohů	7 813 060	64 317	únor - červen	FR
Snoopy a Charlie Brown. Peanuts ve filmu	5 484 088	43 385	prosinec	US
Malý dráček	585 269	4 448	srpen	GER
Celkem	354 021 780	2 708 915		

Pokud se podíváme na divácky nejúspěšnější české (alespoň částečně) animované celovečerní filmy v letech 2010-2014, pomyslnou zlatou medaili by podle European Audiovisual Observatory získal snímek z roku 2010 *Kuky se vrací*. V kinech ho vidělo 366 643 diváků. Následuje film *Čtyřlístek ve službách krále* z roku 2013, který vidělo 285 196 návštěvníků kin, a *Saxána a lexikon kouzel*, natočená v roce 2010, s 248 072 diváky. Do první desítky se dostaly ještě například filmy *Pat a Mat* (2014), *Kovář z Podlesí* (2013) a *Autopohádky* (2011). K uvedenému přehledu je nutné poznamenat, že vybrané filmy jako *Kuky se vrací*, *Saxána a lexikon kouzel* či *Kovář z Podlesí* jsou buď loutkové, animované jen zčásti, nebo jsou v nich použity ve velké míře vizuální efekty (VFX).

TOP 10 animovaných celovečerních filmů podle návštěvnosti v letech 2010-2014:

	Film	Trhy*	Návštěvnost	Rok výroby
1	Kuky se vrací	4	366 643	2010
2	Čtyřlístek ve službách krále	2	285 196	2013
3	Saxána a lexikon kouzel	3	248 072	2010
4	Alois Nebel	9	160 692	2011
5	Kozí příběh se sýrem	2	156 307	2012
6	Na půdě aneb Kdo má dneska narozeniny	9	68 667	2009
7	Fimfárum – Do třetice všeho dobrého	1	62 462	2010
8	Pat a Mat	2	59 172	2014
9	Kovář z Podlesí	2	55 773	2013
10	Autopohádky	2	32 365	2011
			1 495 349	

* Počet zahraničních trhů, na kterých byl film uveden do distribuce

Zdroj: European Audiovisual Observatory, 2015

Seriálová tvorba

Seriálová výroba pro televizní a internetové vysílání je silně závislá na přístupu televizních vysílatelů, kteří na trhu stále hrají zásadní roli.

Česká republika je zemí v historii proslavenou televizními seriály pro děti. V tomto ohledu nám asi nejvíce ujel vlak, seriály produkované v koprodukcí s ČT ztratily často schopnost být v zahraničí konkurenceschopnými, neboť se vyrábějí v příliš malém objemu, přesněji mají málo epizod a špatně zařaditelnou stopáž do televizního programu tak, jak je běžné v zahraničí. Produkce animace ze strany ČT nemá vzrůstající tendenci navzdory tomu, že od 31. srpna 2013 vysílá televizní stanice ČT :D určena dětským divákům. Spolupráce s nezávislými producenty formou tzv. koprodukce na tvorbě seriálů, až na jedinou výjimku z roku 2015, neexistuje. O něco lépe jsou na tom celovečerní a krátké filmy. Nutno podotknout, že forma koprodukční spolupráce probíhá ve většině případů formou tzv. vlastní koprodukce a nebo podpory distribuce.

Přehled animovaných pořadů vyrobených Českou televizí v letech 2010-2015:

Zakázková výroba	2010	2011	2012	2013	2014	2015
počet seriálů	7	4	3	3	0	2
počet epizod	89	68	45	26	0	70
průměr min / epizoda	6	4	4,4	5,69	0	7,50
počet minut	523	286	198	148	0	90
počet hodin	8:43	4:46	3:18	2:28	0	1:30
Vlastní výroba						
počet seriálů	1	4	3	3	1	2
počet epizod	5	23	33	18	13	12
průměr min / epizoda	3	7,26	7,79	5,5	7,00	7,50
počet minut	15	167	257	99	91	90
počet hodin	0:15	2:47	4:17	1:39	1:31	1:30
Koprodukce						
Celovečerní film	1	2	2	1	1	2
Krátký film	2	-	-	-	-	3
Seriál	-	-	-	-	-	1

Zdroj: Česká televize, 2016

V České republice se prostřednictvím dětských televizních kanálů vysílají především zahraniční seriály, zejména americké. Programová nabídka dětského kanálu ČT :D tento trend potvrzuje, neboť v drtivé většině vysílá pouze animované seriály zahraniční provenience. Jejich nákup je samozřejmě výrazně levnější než investice do nového originálního obsahu. Vyrábí se tradičně pouze Večerníčky. Vzhledem k tomu, že originální tuzemská seriálová tvorba je minimální, o to větší prostor k uspokojení poptávky po dětském obsahu je dán zahraničním titulům. Současné české děti se tak učí kulturní a filmovou řeč převážně prostřednictvím hrdinů ze zahraničí.

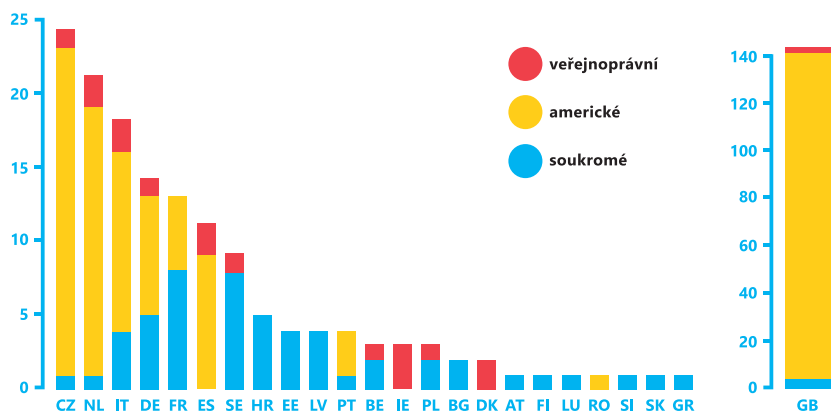
Díky povinným investicím, které určuje buď zákon, nebo naplňování poslání poskytovatele veřejné služby, jsou veřejnoprávní televizní stanice v Evropě největšími investory animovaných seriálů. Mají tak postavení podílníků vzniklých projektů společně s producenty a distributory⁵ s podílem na návratnosti vložené investice z prodejů samotného AAD. Avšak ČT v oblasti dětské animované seriálové tvorby nemá nastaven systém spolupráce s nezávislými producenty, obdobně jako tomu je u hrané seriálové či u dokumentární tvorby. Tomu odpovídá současný stav nízké produkce a malé nabídky nových tuzemských seriálů. Neexistence konkurence mezi nezávislými producenty, kteří prakticky nemají možnost otevřeně přicházet do ČT s novými náměty, má dopad i na celkovou kvalitu vzniklých AAD.

Problémem do jisté míry zůstává i formát seriálů v produkci ČT, které nejsou srovnatelné se zahraniční produkcí zejména celkovým počtem vyrobených epizod. V produkčně vyspělých zemích se běžně počítá s takovým množstvím epizod, které pokryje půlroční i roční programové nasazení ve vysílání, tedy 26 epizod a 52 epizod. Délka epizody může být od pěti minut - takto krátká díla se používají i pro internetové vysílání. V plnohodnotném vysílání se uplatní epizody s délkou 10-13 minut nebo i díla 26minutová. Celkově vyrobený objem animace je tak značný. Naproti tomu v ČR vznikají převážně večerníčky o formátu 7 x 7 (sedm epizod po sedmi minutách) a kratší formáty o délce 3-4 minut za epizodu o celkovém počtu 10-13 epizod. Tyto seriály si ČT produkuje sama nebo částečně na zakázku. Jiné formáty TV seriálů se v tuzemsku nevyrábějí.

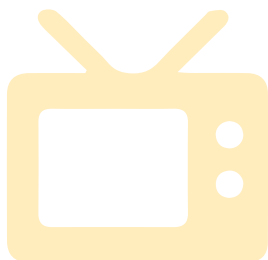
ČT tak produkuje formát animovaných seriálů, které nejsou zajímavé z pohledu potenciálních zahraničních partnerů (koproducentů), kteří by se mohli podílet na financování, na výrobě či následné podpoře distribuce AAD. Svou uzavřenou politikou tak ČT dále přispívá k prohlubování rozdílů v moderní animované tvorbě v ČR a na rozvinutých trzích EU. Přitom bez otevření se světu česká animace není schopna dalšího rozvoje.

⁵ Mapping the Animation Industry in Europe, s. 3. The key role of public funding, s. 107. European Audiovisual Observatory, 2015.

Počty dětských televizních kanálů v rámci EU podle země původu, 2015:



Zdroj: OBS Mavise



Hodnocení aktuální situace v oboru animované tvorby

Hodnocení producentů

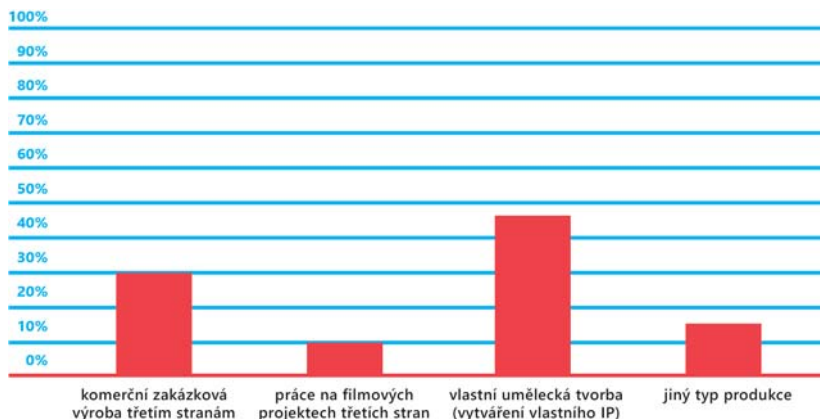
Producent animovaného audiovizuálního díla má konečnou odpovědnost za všechny aspekty výroby a distribuce animovaného audiovizuálního díla. Úkolem producenta je vedení složitého výrobního procesu vzniku AAD, který zahrnuje zajištění financování, vypořádání právních aspektů, organizaci výrobového týmu a vztahů s dodavateli podílejícími se na výrobě a distribuci.

Výběrový soubor 13 producentů, kteří se zúčastnili průzkumu, působí na trhu v průměru 16 let, přičemž nejstarší zúčastněná produkční společnost zde působí od roku 1990 a nejmladší naopak od roku 2012. Skutečnost, že se zúčastnění na scéně pohybují poměrně dlouho, indikuje dvě skutečnosti. Za prvé obor animace je spíše stabilní a nepříliš dynamický, působí zde především producenti s dlouholetými zkušenostmi a není výraznější přísun nových subjektů - producentů. Za druhé díky dlouholetému působení na české animační scéně mají respondenti v dané oblasti dost zkušeností a relativně přehled, což je důležité vzhledem k vypovídací hodnotě průzkumu.

Zaměření aktivit

Producenti se vedle vytváření vlastních animovaných projektů věnují, resp. s ohledem na současný stav a příležitosti v oboru musí věnovat, i komerční či zakázkové tvorbě.

Producent: průměrný podíl aktivit v jednotlivých oblastech audiovizuální tvorby

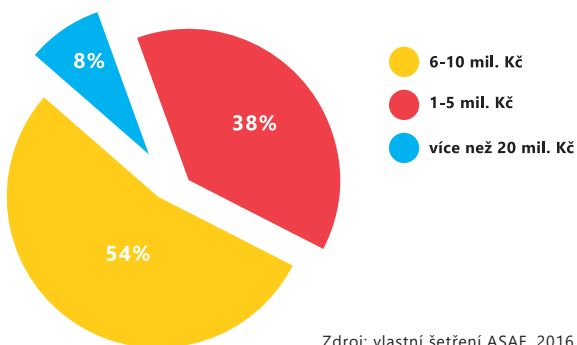


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Ekonomická výkonnost

Více než polovina producentů uvedla, že jejich průměrný roční obrat činí 6-10 milionů korun. Drobných producentů s obratem od jednoho do pěti milionů korun je 38 %, zatímco velkých podniků s více než dvacetimilionovým obratem je pouhých 8 %. Údaje korespondují s tím, že v oboru nevznikají velké projekty jako celovečerní film a seriály, ale většinou krátké filmy bez ekonomického potenciálu.

Producent: průměrný roční obrat z projektů animované tvorby za posledních pět let



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Zaměstnanost

Producenti mají zpravidla malý počet zaměstnanců, neboť většinu činností nakupují od externích dodavatelů (outsourcing). Pokud někdy potřebují udělat větší objem práce, než co zvládnou vlastními silami, najmou si externisty. Tím klíčovým faktorem, který určuje, kolik lidí bude pracovat na hlavní pracovní poměr, je typ projektu. U producentů záleží na tom, na kolika projektech pracují. Na jeden projekt případnou průměrně tři zaměstnanci na HPP a šest externistů.

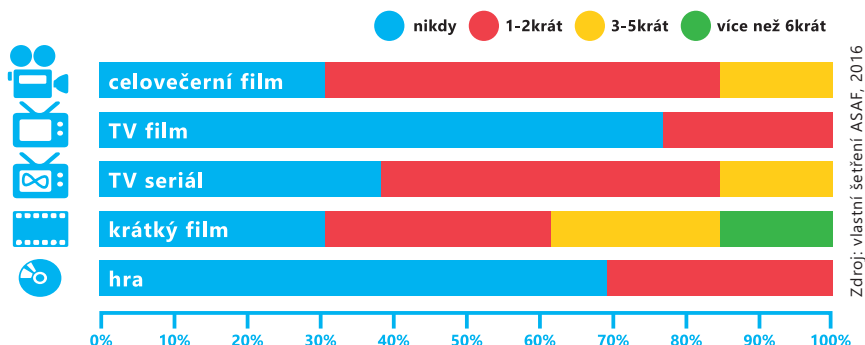
Vývoj a výroba animovaných audiovizuálních děl

V české tvorbě se nejvíce pozornosti věnuje krátkému filmu. Za posledních pět let ho vyvíjelo devět z oslovených producentů. Polovina z nich vytvořila v minulých pěti letech jeden až tři krátké filmy. Třetina producentů má na kontě 3-5 takových počínů a téměř čtvrtina z nich dokonce více než šest.

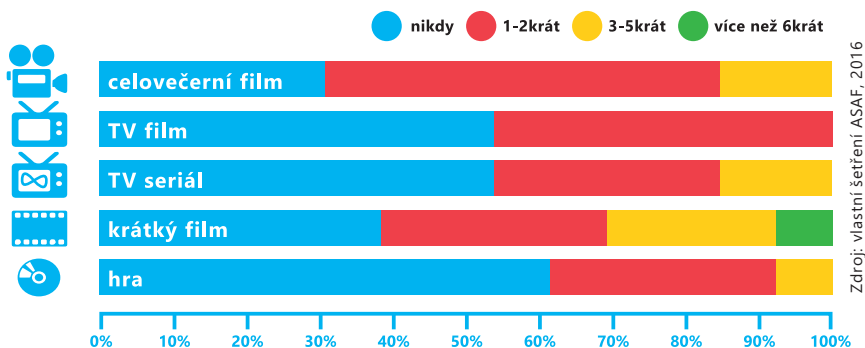
Hned za krátkými filmy jsou celovečerní filmy. Do jejich vývoje se za posledních pět let zapojilo rovněž devět producentů. Oproti krátkým filmům je tu ale rozdíl v jejich četnosti. Více než tři čtvrtiny oslovených producentů vyvinulo jedno nebo dvě díla, čtvrtina producentů se pohybuje v rozmezí 3-5 filmů. Více jich žádný producent za posledních pět let nestihl.

U celovečerních a krátkých filmů by šlo říct, že co kdo vyvinul, to také vyrobil. Statistiky u jejich výroby jsou stejné jako u vývoje. Naopak s vývojem a výrobou seriálů pro televizní vysílání nemá zkušenost více než polovina oslovených producentů.

Producent: vývoj animovaných projektů / četnosti projektů a počty studií v jednotlivých kategoriích



Producent: výroba animovaných projektů / četnosti projektů a počty studií v jednotlivých kategoriích

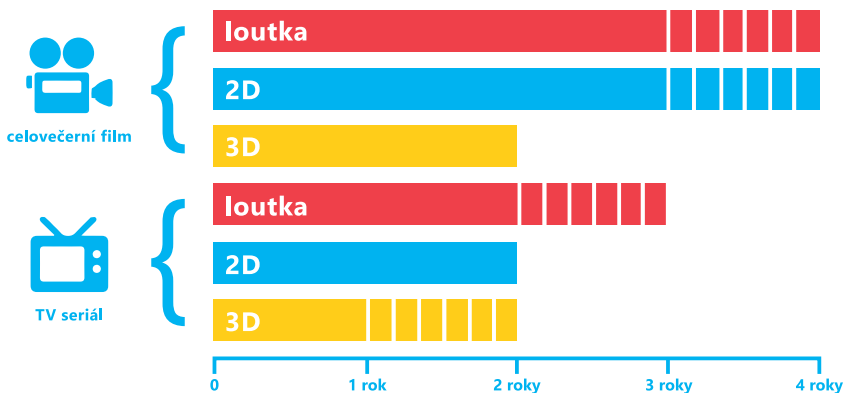


Pokud se producent rozhodne vytvořit celovečerní animovaný film, musí počítat s tím, že jen samotný vývoj zabere zhruba tři roky. O rok si tuto dobu může zkrátit tehdy, pokud použije 3D animaci. Využije-li 2D animaci nebo loutky, průměrná doba vývoje se naopak prodlouží až na čtyři roky.

Po dokončení vývoje se přikročí k výrobě, která trvá tři až čtyři roky. Celkově tak producent na animovaném celovečerním filmu stráví mezi šesti a sedmi lety.

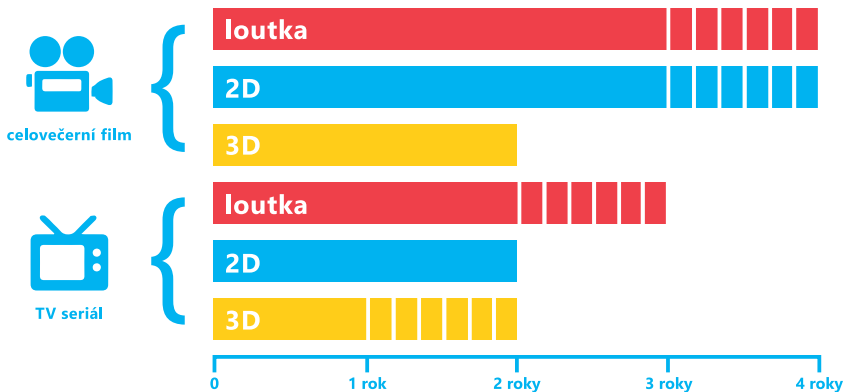
O něco rychleji se tvoří televizní seriály. Jak vývoj, tak výroba trvají asi o rok méně než v případě celovečerních filmů. A při použití techniky 3D animace, seriál může být zrealizovaný za dva roky.

Producent: průměrná délka vývoje (orientační údaj)



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Producent: průměrná délka výroby (orientační údaj)



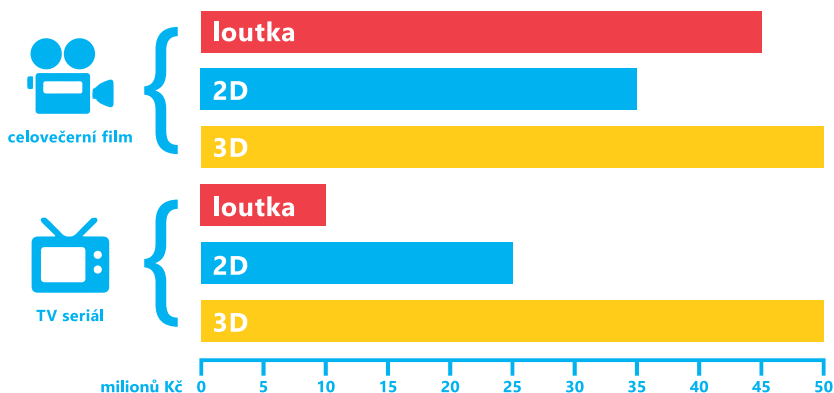
Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Na celovečerní film producent vynaloží průměrně 40 milionů korun. O deset milionů méně to může být tehdy, využije-li 2D animaci. Pokud ale bude chtít použít 3D animaci, mohou se náklady v průměru vyšplhat až na 60 milionů.

Markantnější rozdíly uvidíme ve vzniku televizních seriálů. Loutkový seriál v průměru stojí 10 milionů korun. Technika 2D animace si v případě televizního seriálu vyžádá průměrně 25 milionů korun a seriál vyrobený za pomoci 3D animace přijde přibližně na 50 milionů korun.

Údaje o rozpočtech jsou pouze orientační s ohledem na velikost výběrového souboru, který nezahrnuje všechny animační techniky rovnoměrně. Hodnoty zahrnují nejen realizační rozpočty za již vyrobené projekty, ale také vystihují představu producentů o svých plánovaných rozpočtech. To platí zejména u seriálů, neboť oslovení producenti měli možnost zadat údaje pro různé formáty seriálů, které se v ČR ani neprodukují, viz popsaná role ČT na straně 21-22. Pro úplnost je nutné uvést, že rozpočty různých projektů využívajících tutéž techniku se mohou výrazně lišit s ohledem na specifikaci zadání a rozsah.

Producent: průměrný výrobní rozpočet (včetně vývoje) dle typu AAD a zvolené techniky



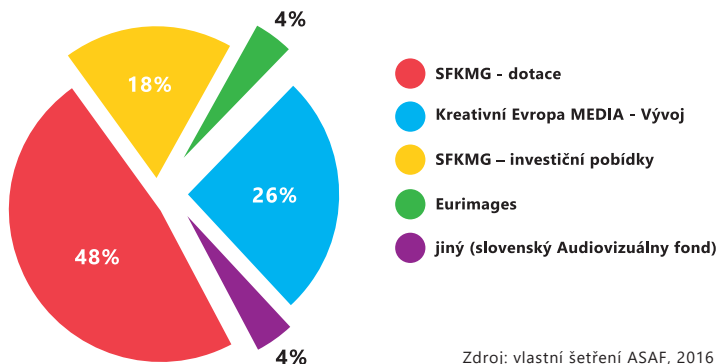
Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Veřejná podpora

Producenti nejčastěji v uplynulých pěti letech žádali finanční podporu na vývoj a výrobu svých projektů ze SFKMG. Druhou nejčastější variantou byla žádost o podporu na vývoj u programu Kreativní Evropa MEDIA a třetí největší podíl můžeme nalézt u investičních pobídek SFKMG. Ve výzvě TV Programy Kreativní Evropa MEDIA nebyla v uplynulých jedenácti letech z České republiky žádná žádost úspěšná. Dokládá to stagnaci v seriálové tvorbě a spolupráci producentů s ČT, neboť podmínkou pro podání žádosti v tomto programu je vytvořené partnerství producenta s minimálně třemi televizními stanicemi ze třech různých členských zemí

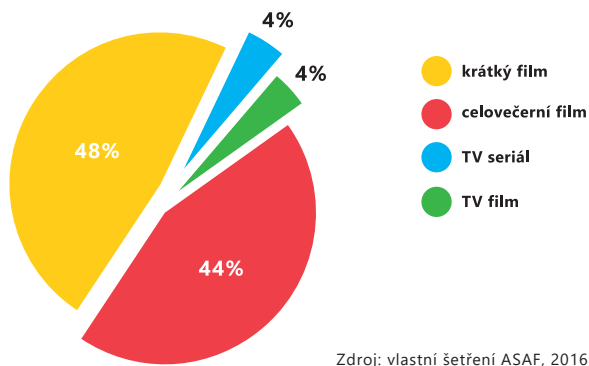
MEDIA (může mít podobu koprodukce nebo předprodeje práv, v obou případech s omezenou dobou výhradní licence k vysílání). Ze zkušenosti producentů vyplývá, že bez spolupráce s ČT je prakticky nemožné získat partnerství s televizními stanicemi v zahraničí.

Producent: využití národních a evropských programů na podporu vývoje a výroby AAD



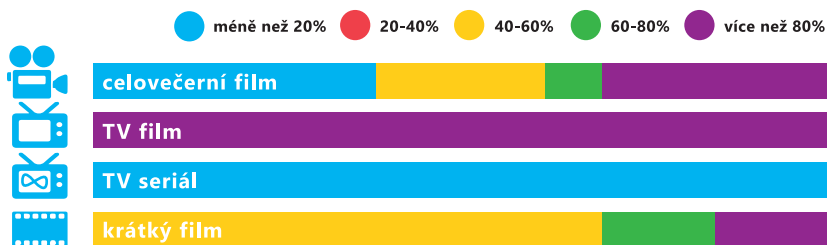
Nejčastěji bylo o veřejnou podporu žádáno na celovečerní a krátký film, celkem 23 žádostí, dohromady 92 % ze všech deklarovaných žádostí.

Producent: žádosti o veřejnou podporu dle typu projektu



Největší úspěšnost žádostí byla shledána u krátkých filmů, kde neklesla pod 50 % a zpravidla byla vyšší. Naopak u celovečerního filmu byla úspěšnost žádostí nižší a v průměru se pohybovala v rozmezí 40-60 %.

Producent: úspěšnost žádostí o veřejnou podporu



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Bariéry růstu

Mezi vnímané problémy patří celkové podhodnocování rozpočtů na projekty. Svou roli v tomto ohledu hraje také logický nezájem soukromých investorů.

Jediná veřejná instituce, která finančně podporuje vývoj a výrobu animovaných filmů, je SFKMG a producenti ho vnímají veskrze pozitivně. Jak vyjádřil jeden z producentů: „Animovaná tvorba je pořád ještě popelkou a její financování v plenkách. Vstřícný krok udělal Fond, že ji financuje samostatně a nespojuje ji s hranými filmy.“ Přesto jednou z vnímaných bariér je producenty uváděno i nastavení systému podpory projektů, které by mohlo být lepší. V komentářích producenti např. uvedli chybějící popis způsobu hodnocení projektů u zveřejněných výzev, nízký počet výzev během roku a potřebu významně finančně podpořit především vývoj projektů. Kritizována byla také podmínka SFKMG na předložení animatiku/očasovaného storyboardu u projektů, u kterých se žádá o podporu výroby. V neposlední řadě je negativně hodnocen i váhavý přístup SFKMG k systematické podpoře profesního vzdělávání, především v oblasti rozvoje nových, velmi žádaných kvalifikací, jako jsou dovednosti a zkušenosti v oblasti vývoje a výroby ve 3D.

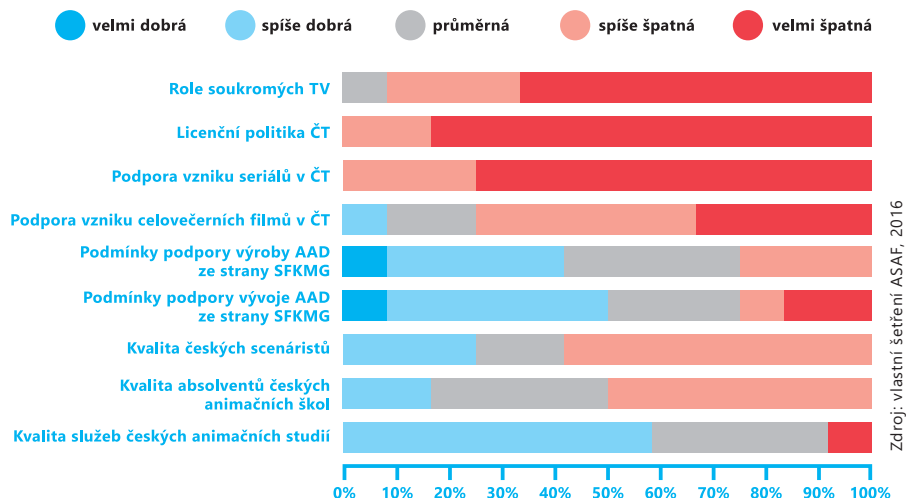
Velmi negativního hodnocení se dočkala ČT, a to zejména v oblasti licenční politiky a podpory seriálové tvorby obecně. Situaci shrnuje vyjádření jednoho z oslovených producentů: „Na jedné straně ČT klade důraz na kreativní volnost tvůrců a kvalitu scénáře, na straně druhé ale finanční ohodnocení tvůrců je neadekvátní a nemůže zaručit kvalitu výstupů. Neochota pouštět se do zahraničních koprodukcí a taky nekompatibilita vyráběných pořadů se zahraničními formáty bohužel zamezuje situaci jakkoliv zlepšit. Pouhým nákupem zahraničních programů bez adekvátní nabídky projektu z české strany se situace pro lokální tvůrce nezmění.“ Přístup ostatních, soukromých televizí se však také u producentů nesetkává s pozitivními ohlasy.

Za zásadní problém producenti považují nedostatek kvalifikovaných tvůrců, kteří by měli zkušenosti se současnými trendy a způsoby produkce. Absence odborníků má přímý dopad na výslednou kvalitu projektů.

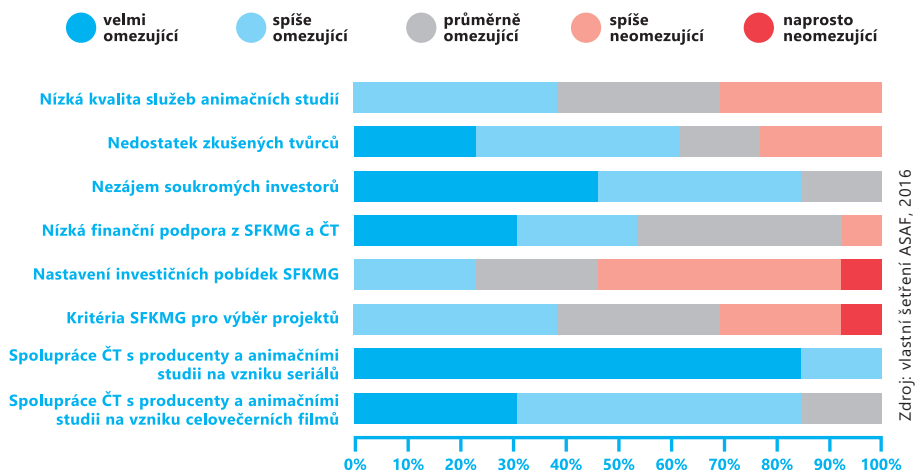
Za hlavní příčiny současného stavu se považují:

- vzdělávací systém, který je hodnocen jako zastaralý a neefektivní
- všeobecně nízká poptávka po animačních projektech
- malý zájem televizních společností, zejména ČT, hrát aktivnější roli
- nedostatečné/podhodnocené financování projektů animované tvorby ze strany České televize a SFKMG

Producent: hodnocení situace v oboru animace



Producent: vnímané bariéry růstu podnikání v oboru animace



Mezinárodní spolupráce

Producenti, kteří mají zkušenosti se zahraniční koprodukcí, oceňují zejména zkušenost s kvalitnějšími produkčními návyky a standardy, získání nových tvůrčích pohledů, seznámení se s novými technologiemi, navázání nových kontaktů a kulturní obohacení tvorby. V neposlední řadě pozitivně hodnotí možnost realizace jinak nefinancovatelných projektů a podporu mezinárodní distribuce.

Pro úplnost je potřeba uvést, že respondenti neodpovídali na to, jakou konkrétní podobu mezinárodní spolupráce měla a jakým způsobem probíhala. Nevíme tedy, jak významnou roli z pohledu financování a kreativních vstupů čeští producenti na projektech měli. Vzhledem k popisované situaci vyplývá, že co do účasti českých subjektů se jedná o spolupráci na projektech menších rozměrů.

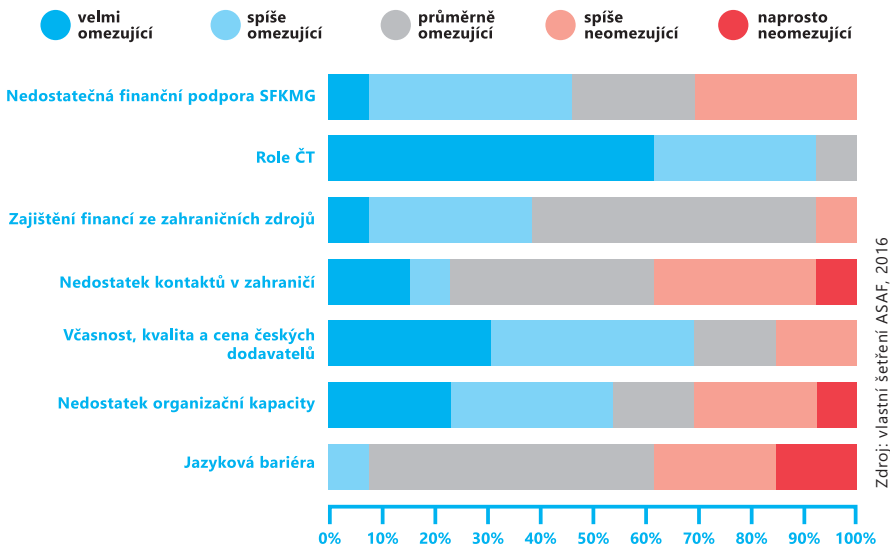
Ve větší mezinárodní spolupráci v seriálové tvorbě producentům překáží neexistující systém spolupráce ČT s nezávislými producenty v oblasti animované seriálové tvorby. Uzavřenost ČT vůči koprodukcím s nezávislými producenty v oblasti dětské animované tvorby znemožňuje jakékoliv otevření se příležitostem plynoucí nejen z mezinárodní spolupráce ke vzniku nových ambiciózních projektů. Až na jednoho producenta, který v tomto ohledu zaujímá neutrální postoj, se v kritice všichni shodnou. Nespokojenost panuje i v případě schopnosti tuzemských dodavatelů zajistit část výroby velkých projektů v daném čase, kvalitě a rozpočtu. To je také důležitý faktor podmiňující zájem zahraničních partnerů vyrobit část AAD v České republice, například s využitím investičních pobídek.

Na rozdíl od animačních studií si producenti často nevěří v organizační kapacitu - za limitující faktor v mezinárodní spolupráci ji považuje více než polovina dotázaných producentů. Producenti se také potýkají s potížemi při získávání financí ze zahraničních zdrojů, což je mimo jiné důsledek nedostatečných kontaktů a vazeb na partnery v zahraničí. Pouze jeden producent uvedl, že nevnímá komplikace se získáním financí ze zahraničních zdrojů.

Jako doporučení zní získané zkušenosti oslovených producentů. Jeden navrhuje „věnovat výběru koprodukčních partnerů zvýšenou pozornost. Vybírat si. Nespokojit se s prvním, který přijde se zájmem o spolupráci. Velmi důležité je shodnout se na společných cílech (motivech) spolupráce ještě před uzavřením jakékoliv smlouvy“.

Další producent zdůrazňuje „povědomí o reálných mezinárodních standardech v animaci a možnost poznat hloubku propasti mezi námi a okolním světem“. Dále se podle něj musí využít „příležitost pracovat se zkušenými profesionály a setkat se s různými tvůrčími i pracovními přístupy a s různými kulturními prostředími“.

Producent: limitující faktory pro účast na mezinárodní koprodukcí



Hodnocení animačních studií

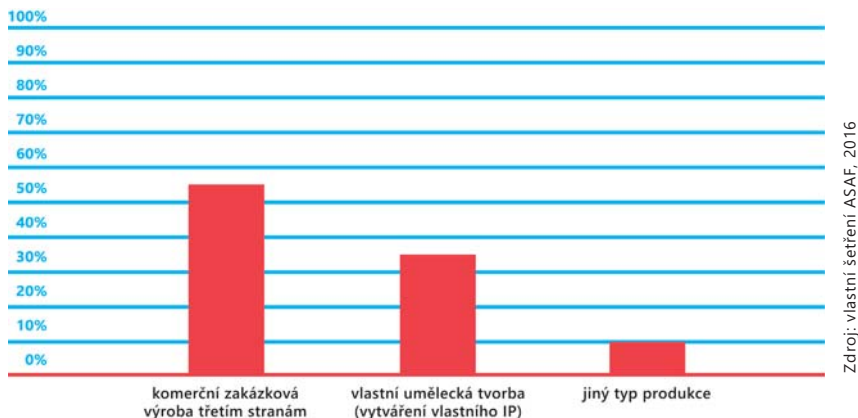
Animační studio - AAD nejdříve existuje jen ve scénáři. Díky tvůrcům, know-how a technickým prostředkům se zhmotní ve výsledek, který se dostane k divákům. To se děje v animačním studiu. Často spolupracuje s konkrétním producentem a může se podílet na fázi vývoje, ale většinou realizuje až samotnou výrobu animace, tedy obrazovou část AAD, která nezahrnuje post-produkční a dokončovací práce.

Animační studia výběrového souboru v průměru podnikají v oboru animace od roku 2002, tedy 14 let, přičemž nejstarší zúčastněné studio funguje od roku 1993 a nejmladší naopak od roku 2014. Znovu se tím potvrzuje, že obor animace není dostatečně atraktivní pro vstup nových subjektů. Výběrový vzorek animačních studií má v dané oblasti významné zkušenosti, což podporuje hodnotu průzkumu.

Zaměření aktivit

Ne všechna animační studia se věnují výhradně vlastním projektům. Převažují proto komerční zakázky, zejména reklamy.

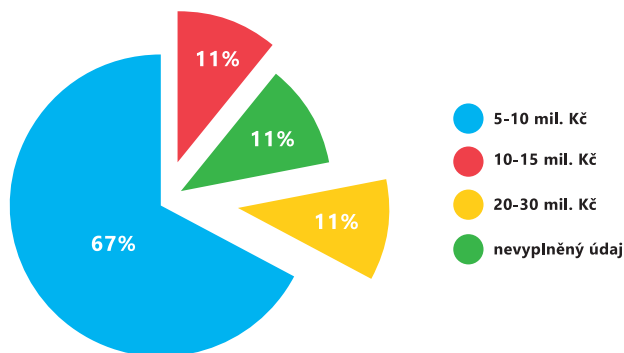
Animační studio: průměrný podíl aktivit v jednotlivých oblastech



Ekonomická výkonnost

Naprostá většina animačních studií má obrat 5-10 milionů korun za rok. Větší obrat uvedla jen dvě studia, menší žádné. Pro úplnost je nutné dodat, že do obratu je zahrnuta i komerční tvorba, jako jsou reklamy. Celkově platí, že velikost obratu odpovídá velikosti projektů. Údaje o ekonomické výkonnosti odpovídají údajům o produkci v animaci obecně - vyrábí se převážně krátké filmy bez ekonomického potenciálu.

Animační studio: průměrný roční obrat v uplynulých pěti letech

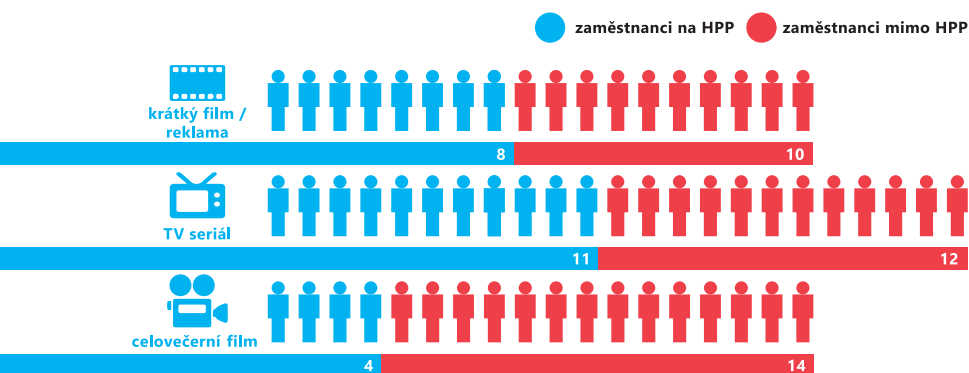


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Zaměstnanost

Pokud animační studio vyrábí krátký film nebo reklamu, potřebuje na to průměrně 8 zaměstnanců na hlavní pracovní poměr (HPP) a 10 externistů. Na seriálu se podílí 11 stálých zaměstnanců a 12 pracovníků mimo HPP a největší rozdíl mezi počtem interních zaměstnanců a externistů je u celovečerního filmu - 4 zaměstnanci na HPP a 14 externistů.

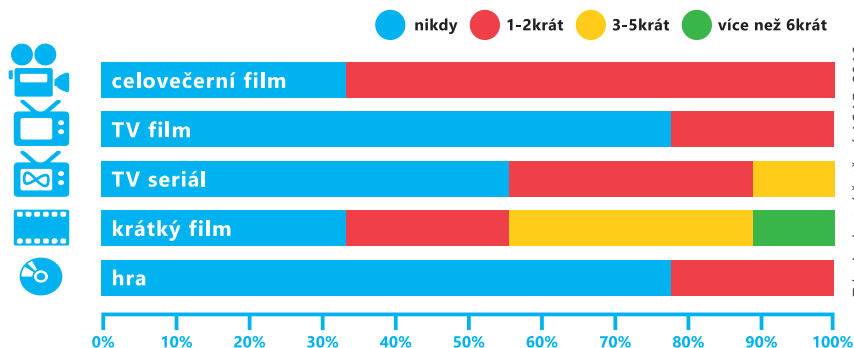
Animační studio: průměrná velikost týmů podílejících se na výrobě AAD



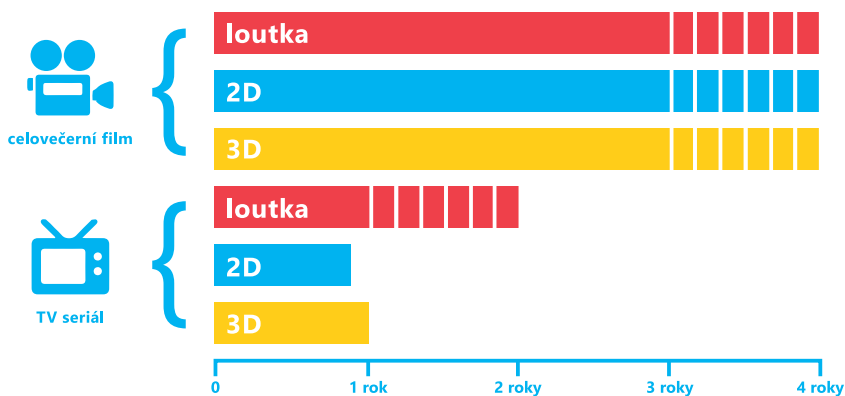
Výroba animovaných audiovizuálních děl

Co do typu projektu, výsledky průzkumu mezi animačními studii v podstatě kopírují výsledky mezi producenty. Nejvíce se dotázaná animační studia věnují krátkým filmům a v těsném závěsu za nimi jsou celovečerní filmy. Seriálům se věnovala pouze menší část oslovených studií. Vyloženě okrajovou záležitostí je výroba animace pro počítačové hry, které se z devíti dotázaných studií alespoň jednou v pětiletém sledovaném období věnovala pouze dvě.

Animační studia: vývoj a výroba animovaných projektů



Animační studio: průměrná délka výroby

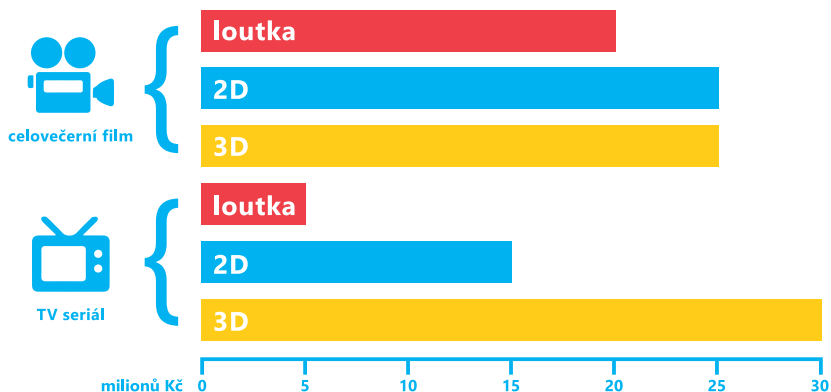


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Animační studia na celovečerní film vynaloží průměrně 23 milionu korun, na televizní seriál v průměru 16 milionů korun.

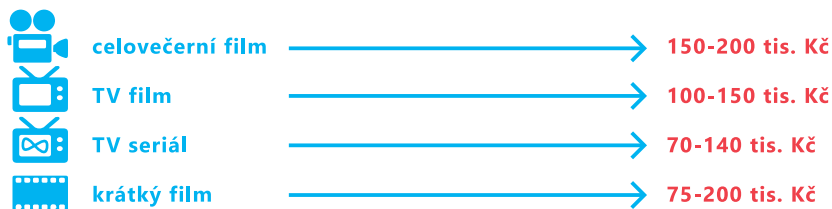
Údaje o rozpočtech jsou pouze orientační s ohledem na velikost výběrového souboru, který nezahrnuje všechny animační techniky rovnoměrně. Údaje zahrnují nejen realizační rozpočty za již vyrobené projekty, ale také vystihují představu animačních studií o svých plánovaných rozpočtech na seriály.

Animační studio: průměrný výrobní rozpočet dle typu AAD a zvolené techniky



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

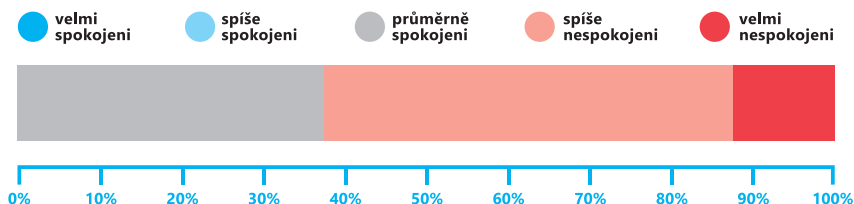
Animační studio: orientační ceny za minutu animace dle jednotlivých formátů



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Průzkum se animačních studií ptal i na to, jak jsou se svými rozpočty spokojená. Odpovědi moc nepřekvapí. Pět studií je nespokojených, z toho jedno velmi, a tři studia vyjádřila spokojenost průměrnou.

Animační studia: Spokojenost s výší rozpočtů na vývoj a výrobu



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Bariéry růstu

Podobně jako u producentů i rozvoj animačních studií omezuje nedostatek kvalitních a zkušených specialistů (pracovníků), kteří se podílejí na výrobě.

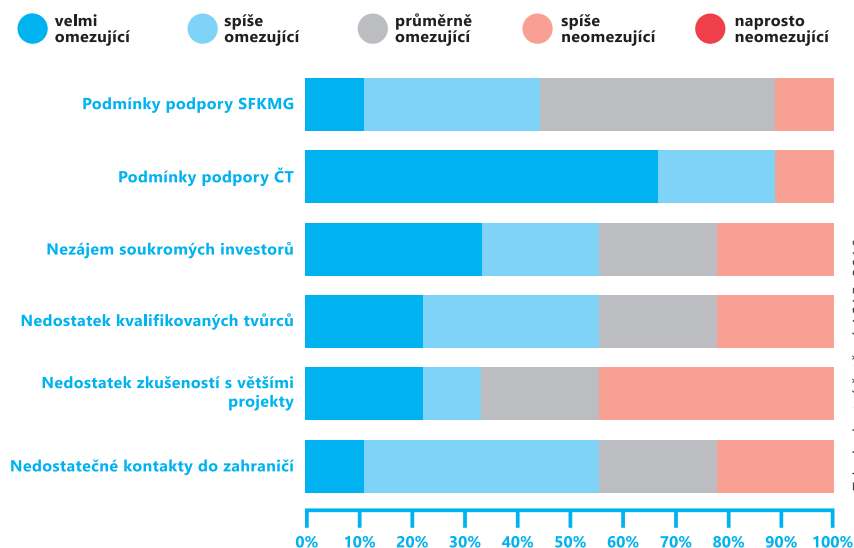
Stejně jako producenti i animační studia velmi kriticky vnímají roli České televize, ale i televizí soukromých. V negativním vnímání dostupnosti zakázek tuzemských televizních společností se všechna animační studia shodnou.

O spokojenosti nelze mluvit ani v případě finanční podpory SFKMG. Sice se najdou světlé výjimky, kterým tato podpora stačí, ale nepříznivé hodnocení naprosto převládá. A to v nastavení podmínek podpory jak vývoje, tak výroby AAD. Některá studia ve svých komentářích zmiňovala zejména zařazení výroby storyboardu/animatiku do vývoje a povinnost jej předkládat k žádosti o podporu výroby. Byla zmíněna i skutečnost, že jedna výzva za rok je nedostatečná.

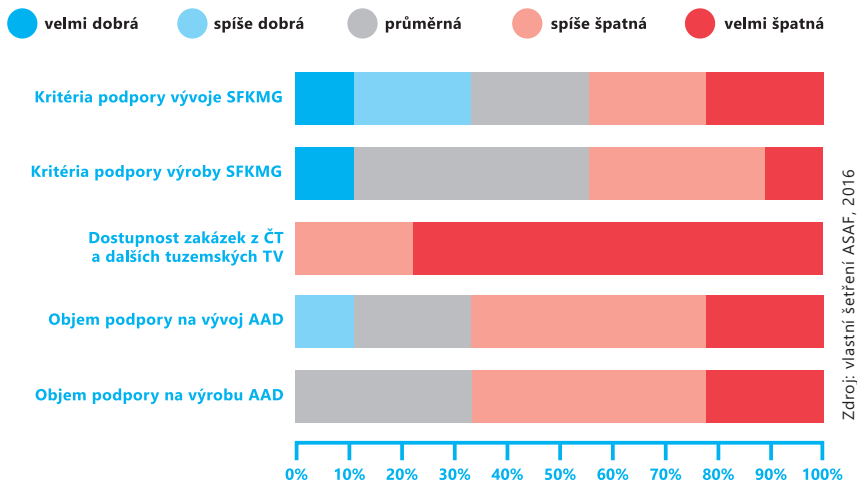
Animační studia se musí potýkat s celkovým podhodnocováním rozpočtů. Pouze jednomu jedinému studiu finance z veřejných zdrojů stačí, ale i v tomto případě se jedná pouze o vývoj projektů. V případě výroby už žádný pozitivní údaj nenacházíme. Negativně se vnímá i zájem (tedy spíše nezájem) soukromých klientů o animované celovečerní filmy a seriály.

Roli ČT výmluvně shrnuje vyjádření jednoho ze zástupců oslovených studií: „V České televizi dnes de facto existuje jediný formát animovaného seriálu, a to je Večerníček. To znamená šest epizod po sedmi minutách na jedno studio ročně. Žádný jiný formát není. To je naprosto tristní, hloupé, nedomyšlené, nedorešené, zbytečné. Česká televize by měla pořádně zamakat na vytvoření vícera druhů formátů seriálů, ať již délkou, nebo množstvím dílů. Zvláště by měla vytvářet formáty, které lze prodávat na mezinárodních trzích, tj. 26 epizod a více. Opravdu nechápu počínání České televize, protože sama tímto jednáním přichází o velké sumy peněz z prodeje do světa. Opět potřeba totální reformy.“

Animační studio: vnímané bariéry růstu



Animační studio: hodnocení nastavení veřejné podpory



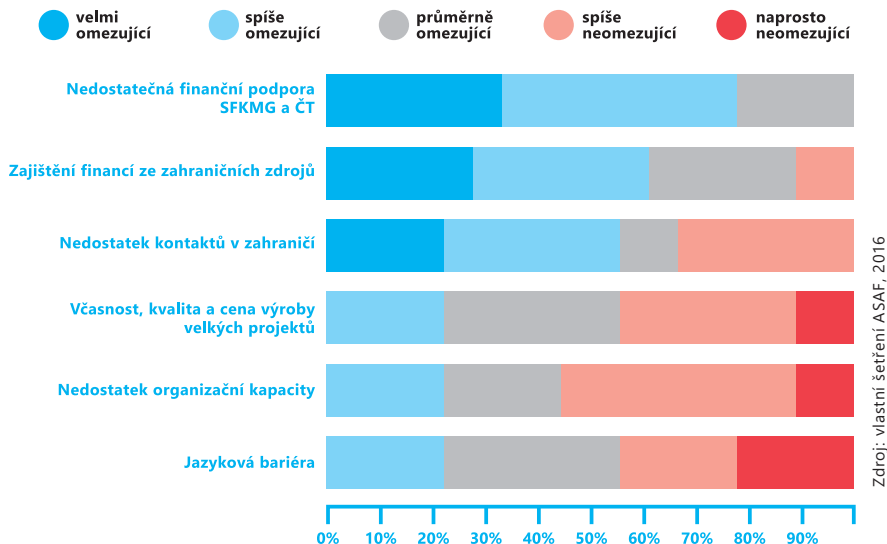
Mezinárodní spolupráce

Také animační studia se setkávají s nemalými problémy, pokud se chtějí prosadit v zahraničí. Že za největší z nich považují nedostatek prostředků na projekty (jak od České televize a od SFKMG, tak ze zahraničních zdrojů), snad už ani není potřeba uvádět. Samozřejmě to není potíž jediná. V mezinárodní spolupráci animační studia často limitují také chybějící kontakty na potenciální zahraniční partnery.

Animační studia si vesměs věří ve schopnosti zajistit část výroby velkých projektů v daném čase, kvalitě a rozpočtu. Věří také, že na to víceméně mají organizační kapacity a že se se zahraničními partnery domluví. Jazykovou bariéru jako problém uvedla pouze dvě studia.

Studia se zkušeností zahraniční spolupráce mezi přínosy zmiňují nové náhledy na způsob produkce obrazu, nové technologie, vylepšení vlastní infrastruktury pro mezinárodní komunikaci. Zkušenosti však nemají všichni jen pozitivní. Dle vyjádření jednoho z oslovených: „Byli jsme součástí mezinárodního týmu v počátku vývoje. Projekt trpěl tím, že producent (Polsko) nebyl schopen manažersky zvládnout koordinaci mezinárodního týmu včetně čtyř autorů konceptu.“

Animační studio: limitující faktory pro účast na mezinárodní koprodukcí



Lidské zdroje

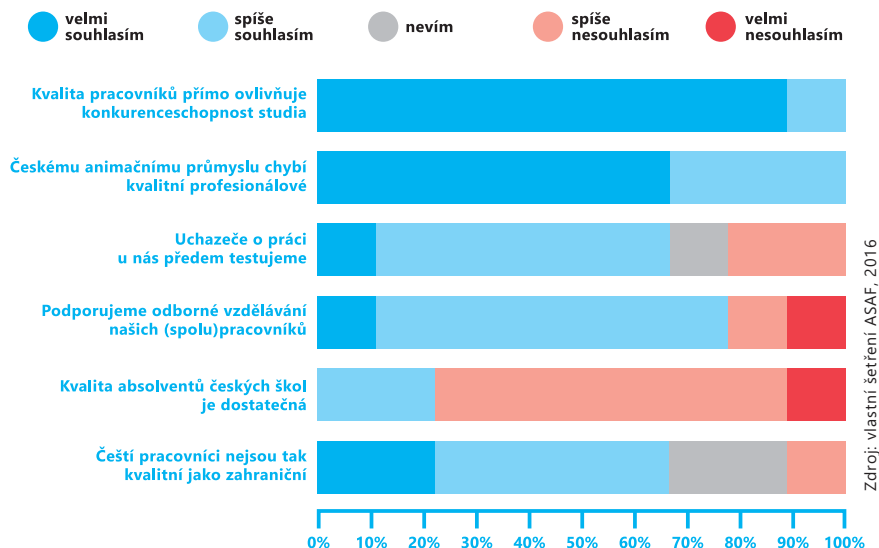
Animační studia, která v oboru představují roli zaměstnavatelů, deklarují, že právě kvalita pracovníků výrazným způsobem ovlivňuje jejich konkurenceschopnost na animační scéně. Úskalí je ale v tom, že kvalita a dostupnost lidských zdrojů není dobrá.

Studia pocítují významný nedostatek zejména v dostupnosti kvalitních tuzemských profesionálů na jednotlivých animačních pozicích. Má to dva hlavní důvody. Úroveň absolventů škol je nízká. Zároveň oproti zahraničí mají čeští pracovníci nižší příjmy.

Školy podle některých animačních studií produkují malé množství specialistů na pozicích VFX programátorů, riggerů, kompozitorů a lighterů. Podle dalších studií ve škole chybí větší podpora týmové práce v rámci školních projektů, v důsledku toho jsou studenti a absolventi zvyklí dělat velké množství malých animačních projektů ve stylu DIY (do it yourself), ale chybí jim úzká profesionální specializace.

A za druhé je otázkou, zda se studiím podaří udržet schopnější pracovníky. Pokud na ně v rozpočtu nenajdou dost peněz, pravděpodobně odejdou do zahraničí či jiného oboru, kde se dočkají vyšších platů.

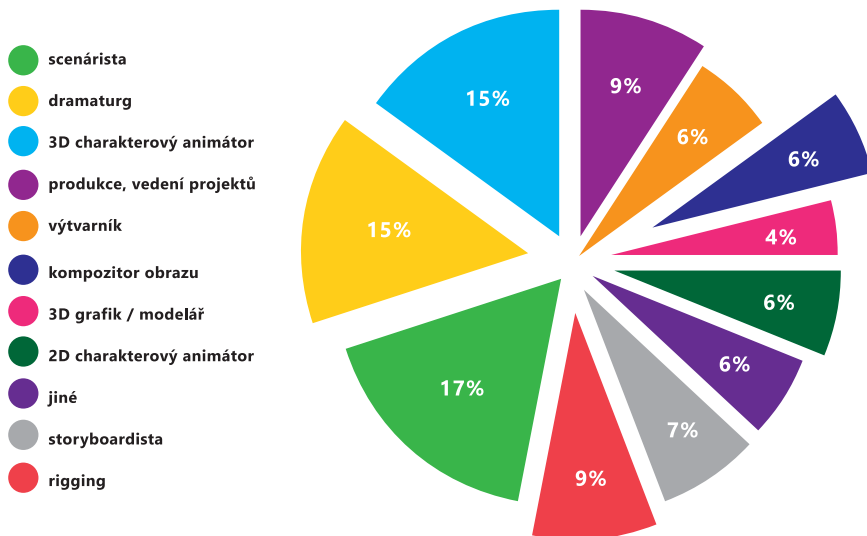
Animační studio: hodnocení lidských zdrojů



Největší nedostatek profesionálů je na trhu pocítován zejména na pozicích scenáristy, dramaturga a 3D charakterového animátora. Pro některá studia jsou také nedostatkové pozice v produkci, ve vedení projektů a schází také stavitelé digitálních loutek (riggeři). Podobné závěry ohledně nedostatku profesionálů s již zmíněnými zaměřeními potvrzuje také výzkum SFKMG z roku 2016.

V důsledku nedostatku kvalifikovaných pracovníků pro pracovní pozice v produkci AAD animační studia využívají v průměru více než 30 % pracovníků ze zahraničí. Paradoxně se nejčastěji jedná právě o animátory, dále o technické pozice spojené s 3D animací, jako riggeři a 3D modeláři.

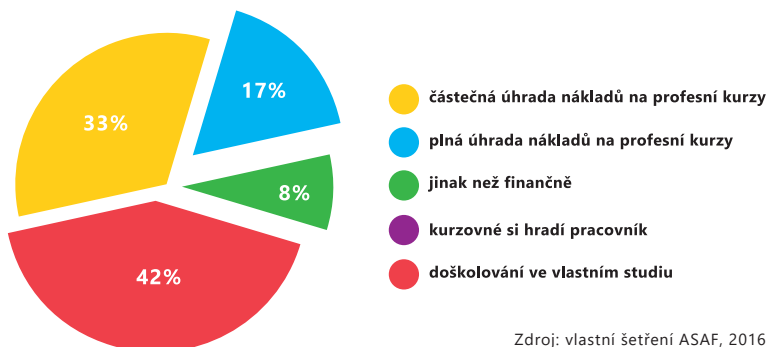
Animační studio: nedostatek specialistů (tvůrců) na odborné pozice pro výrobu AAD



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Protože si animační studia, jak už bylo zmíněno, uvědomují, jak je důležité mít kvalitní a schopné pracovníky, většina z nich uvedla, že se nějakým způsobem na doškolování svých pracovníků podílí. Nejčastěji tak doškolují přímo ve svých studiích, případně svým pracovníkům přispějí na profesní kurzy. 17 % animačních studií pak proplácí poplatky za kurz v plné výši.

Animační studio: způsoby doškolování pracovníků



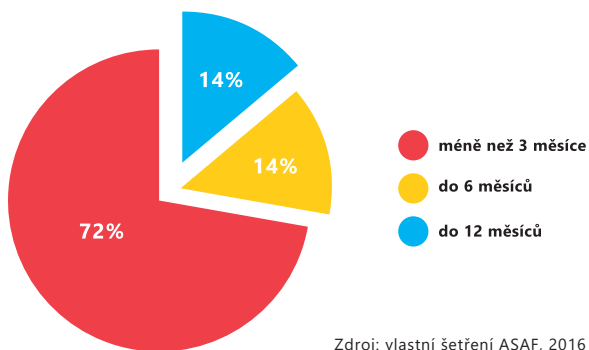
Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Ke zkvalitnění úrovně absolventů filmových škol animační studia přispívají realizací stáží. Mladým umělcům takto znalosti prohlubuje sedm z devíti dotázaných studií. Najednou se jich zúčastnili maximálně tři stážisté, kteří si v animačním studiu pobýli nejčastěji od jednoho do tří měsíců.

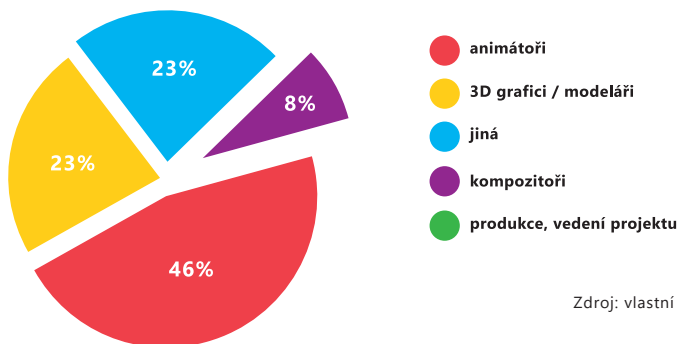
Stážisté se většinou zapojí do reálně probíhajícího projektu. Skoro polovina z nich působí jako animátoři, další necelá čtvrtina jako 3D grafici nebo modeláři. Z uvedených informací o způsobu zapojení stážistů je patrné, že studia si jejich nábořem snaží kompenzovat nedostatek kvalifikovaných pracovníků na trhu.

Přes to přese všechno je to málo, stáže by měly být delší a mělo by se jich účastnit více absolventů škol a mladých umělců. Důvody, proč tomu tak není, jsou dva: **a/** jde o časově náročný a únavný proces **b/** studia jsou limitována financemi a disponibilními pracovníky, kteří se systematicky věnují stážistům mimo své vlastní pracovní úkoly.

Animační studio: obvyklá délka stáže realizovaná v animačním studiu



Animační studio: specializace stáží v animačních studiích



Hodnocení samostatných tvůrců

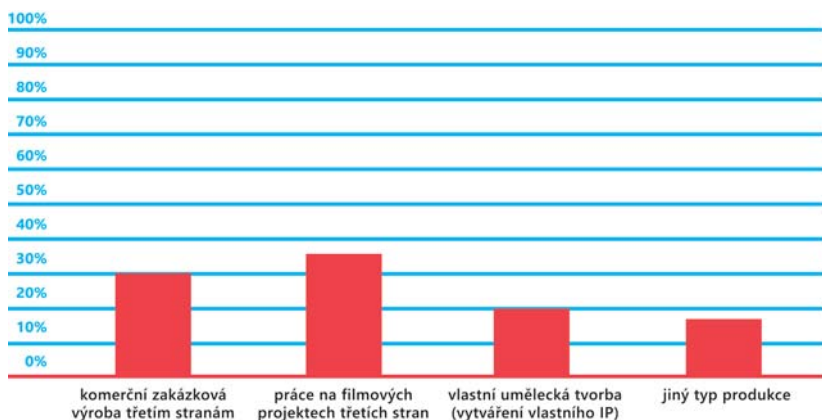
Samostatný tvůrce - každé AAD nese otisk autorských dovedností jednotlivých tvůrců (specialistů). Jedná se o scenáristy, výtvarníky, storyboardisty, 2D a 3D animátory a řadu dalších specialistů. Tito umělci pracují buď jako zaměstnanci v animačních studiích, nebo jako osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ).

Průzkumu se zúčastnilo 56 samostatných tvůrců, z nichž přibližně tři čtvrtiny jsou OSVČ a čtvrtina zaměstnanci. V průměru působí dotazovaní v oboru 16 let, přičemž polovina respondentů působí v oboru do deseti let a druhá polovina se pohybuje v rozmezí 11 až 49 let.

Zaměření pracovní činnosti

Oslovení samostatní tvůrce se nejvíce věnují komerčním a filmovým projektům. Okrajově pak vlastní umělecké tvorbě a jinému typu produkce.

Samostatní tvůrce: průměrný podíl aktivit v jednotlivých oblastech

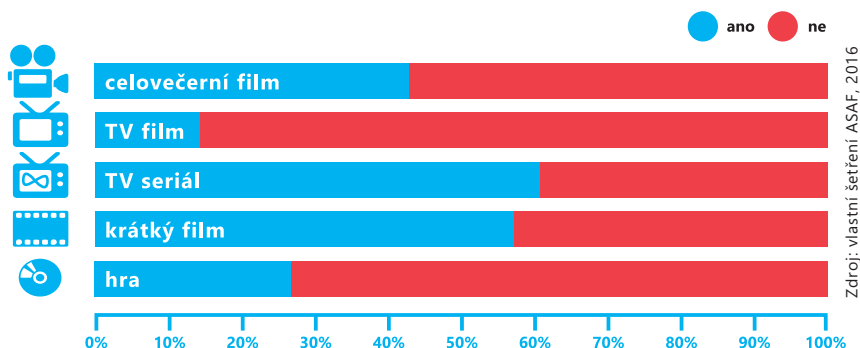


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Samostatní tvůrce jsou jednotlivci, zpravidla OSVČ či zaměstnanci, kteří se na animované tvorbě podílejí. Zmínili jsme, že výroba animovaných televizních seriálů u nás stagnuje. Ovšem ne u samostatných tvůrců. U nich jsou televizní seriály naopak tím nejčastějším, čemu se věnují. Konkrétně jich na seriálech pracuje 61 %. Důvodem pro toto zjištění je, že část těchto tvůrců pracuje přímo pro ČT. Ta nemá v oblasti dětské tvorby nastavený systém spolupráce s nezávislými producenty, obdobně jako u hraných seriálů a dokumentární tvorby, ale sama animované seriály (Večerníčky) celé nebo částečně na zakázku produkuje.

O dvě procenta méně (59 %) samostatných tvůrců se podílí na tvorbě krátkých filmů a 44 % samostatných tvůrců uvedlo, že pracovali i na celovečerním filmu. Stejně jako u producentů a animačních studií také u samostatných tvůrců jsou okrajovou záležitostí počítačové hry (věnuje se jim 28 % samostatných tvůrců) a jen minimální zájem projevují o televizní filmy, do nichž se z 56 samostatných tvůrců zapojuje 14 %.

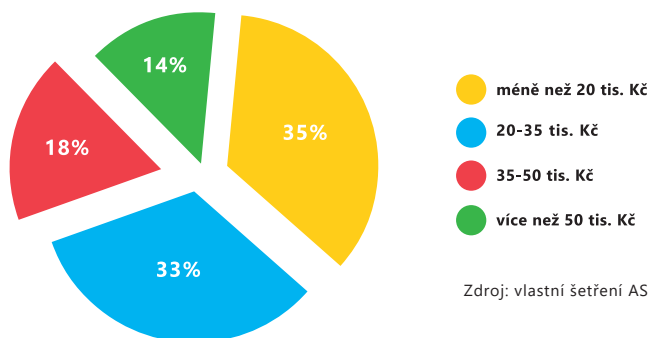
Samostatní tvůrci: účast na vývoji a výrobě dle typu AAD



Ekonomická výkonnost

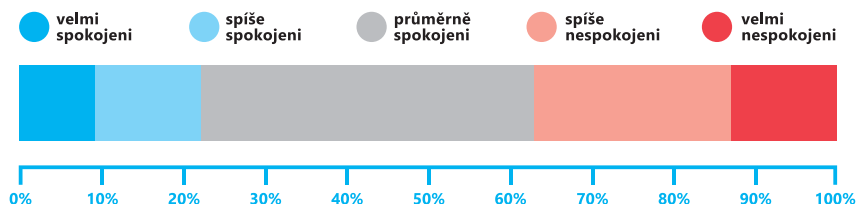
Specifický údaj o objemu peněz máme u OSVČ. Poukazuje nám jednak na objem jejich práce, jednak také dokresluje výše uvedenou míru spokojenosti s finančním ohodnocením. Více než třetina samostatných tvůrců animační tvorba vynáší méně než 20 tisíc Kč hrubého měsíčně a další třetina se pohybuje v pásmu 20-35 tisíc Kč hrubého měsíčně. Příjmy od 35 do 50 tisíc uvedlo 18 % samostatných tvůrců a nad 50 tisíc korun měsíčně má 14 % samostatně pracujících tvůrců.

Samostatní tvůrci: celkový průměrný hrubý měsíční příjem



Spokojenost tvůrců je významně spjata mimo jiné s finančním ohodnocením. Ačkoliv jde o subjektivní hodnocení, lze je považovat za relevantní, neboť má vliv na fluktuaci zaměstnanců, pracovní výkonnost a zainteresovanost na projektech. Ze všech dotázaných tvůrců a pracovníků v animačním průmyslu jich spokojenost s finančním ohodnocením vyjádřilo 22 %, z toho odpověď „velmi spokojen“ se objevila pětkrát. 41 % pracovníků se ke svým příjmům staví neutrálně, 24 % se moc nelíbí a 13 % jich není spokojeno ani trochu.

Samostatní tvůrci: spokojenost s finančním ohodnocením v rámci animovaných projektů



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

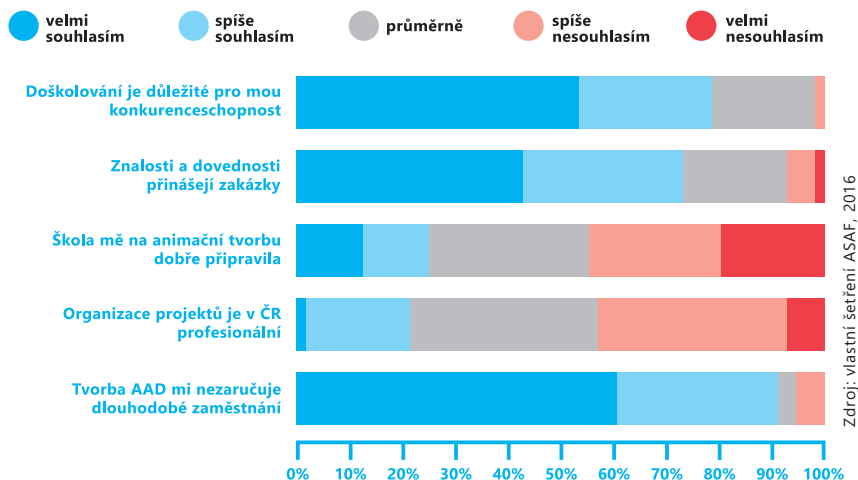
Hodnocení aktuální situace v oboru

Hlavní důraz jednotliví tvůrci, ať už pracující jako OSVČ, nebo jako zaměstnanci, kladou na zájmy, které se bezprostředně dotýkají jejich života. Na prvním místě jsou jejich sociální jistoty. A tak jako největší problém vnímají nedostatek projektů s garancí dlouhodobého zaměstnání.

Stížnosti směřují také na profesionalitu organizace projektů v tuzemských produkcích. 20 % tvůrců se sice líbí, ale 43 % jich důvod ke spokojenosti nemá, 35 % tvůrců se k profesionalitě produkcí staví neutrálně a 2 % se nevyjádřila.

V čem se tvůrci shodují s producenty a animačními studii, je to, že školy nedokážou své studenty dostatečně připravit na aktuální potřeby trhu. Je tedy nutné, aby se animační tvůrci odborně doškolovali, protože kvalita a úroveň vzdělání a dovedností přímo ovlivňuje jejich schopnost získat zakázky.

Samostatní tvůrci: hodnocení aktuální situace v oboru

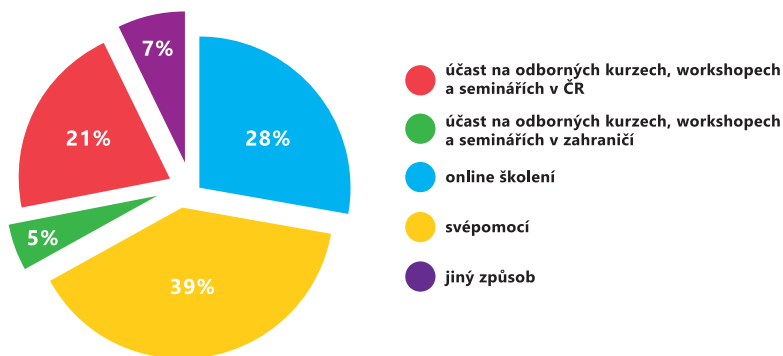


Odbornost a doškolování

České filmové školy narážejí na kritiku i samotných svých absolventů. Tedy alespoň těch, kteří se animaci věnují. Téměř polovina respondentů si totiž nemyslí, že by je škola dostatečným způsobem připravila na praxi v oboru animace. A tak se musí do vzdělávat.

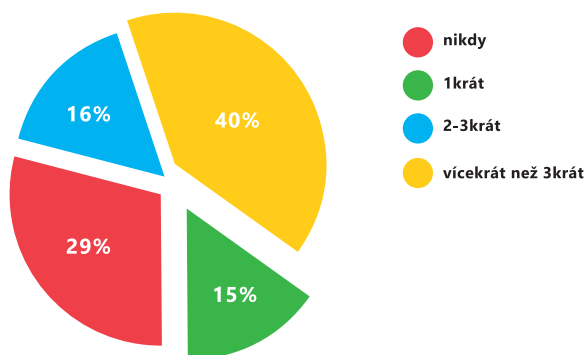
Tři čtvrtiny dotázaných souhlasí s tím, že odborné doškolování je důležitý faktor k udržení konkurenceschopnosti a že znalosti a dovednosti přímo ovlivňují šanci získat zakázky. Proto většina tvůrců deklarovala, že si nějakým způsobem své odborné vzdělání průběžně doplňuje. Nejčastěji tak dělají svépomocí nebo díky online tutoriálům. Čtvrtina si doplňuje dovednosti na odborných kurzech – pět procent z nich už někdy využilo zahraniční nabídky, 21 % samostatných tvůrců využilo naopak tuzemských služeb.

Samostatní tvůrci: formy doplňování odborných znalostí a dovedností



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Samostatní tvůrci: četnost účasti na kurzech profesního vzdělávání v posledních pěti letech

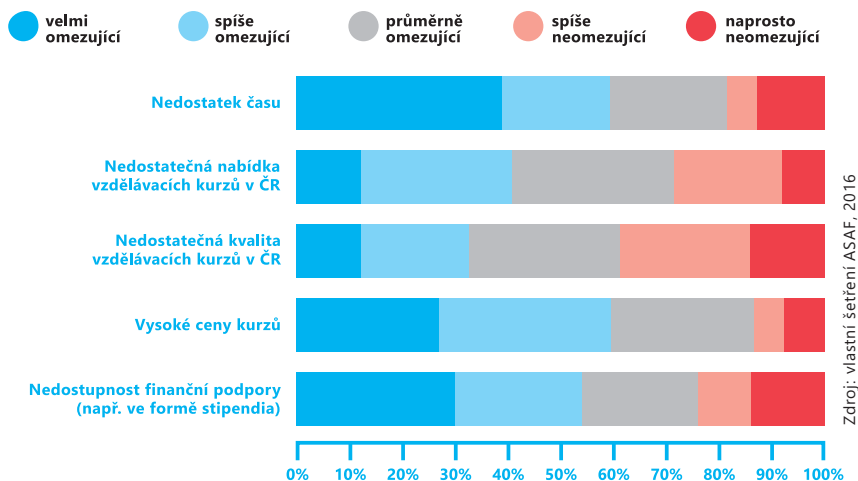


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Více než polovina samostatných tvůrců vnímá, že existují překážky, které jim brání v účasti na akcích odborného vzdělávání. Za ty největší považují čas a finance. To jde ruku v ruce s nedostupností finanční podpory těchto aktivit například ve formě stipendia.

Co se týče dostatečnosti nabídek kurzů, tu samostatní tvůrci hodnotí spíše jako průměrnou, stejně jako jejich kvalitu. Pouze šest samostatných tvůrců dalo najevo s nabídkou a kvalitou kurzů velkou nespokojenost.

Samostatní tvůrci: Limitující faktory pro účast na odborném vzdělávání

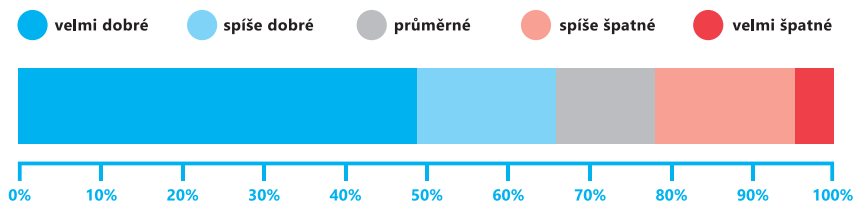


Mezinárodní zkušenosti

Alespoň jednou se nějakého zahraničního projektu zúčastnily dvě třetiny samostatných tvůrců. Naprosto jasně s tím převažují dobré zkušenosti.

Kladně tvůrci hodnotí zejména zkušenost s kvalitnějšími produkčními návyky a standardy. Pod tím si představme pracovní podmínky, kvalitu a připravenost projektů, networking atd. Příjemné bylo lepší finanční ohodnocení a také týmové pojetí práce. S tím souvisí kladná zpětná vazba - tvůrce zkrátka potěšilo, že je za práci někdo pochválil. Za přínos samostatní tvůrce považují i seznámení se s novými technologiemi a v neposlední řadě navázání nových kontaktů a kulturní obohacení tvorby.

Samostatní tvůrci: hodnocení zkušeností získaných na zahraničních projektech



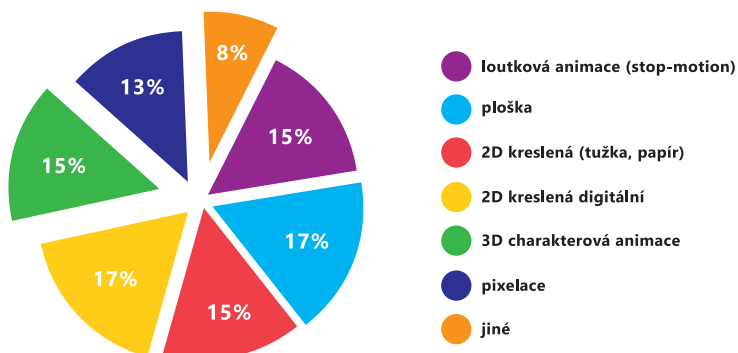
Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Školy

Průzkumu se zúčastnilo sedm vysokých a vyšších odborných škol, přičemž jedna škola vyplnila odděleně dotazník pro obor VFX a animovanou tvorbu. Všechny zúčastněné školy se v rámci poskytovaných studijních programů nebo zaměření věnují oboru animované tvorby nebo VFX.

Školy se zpravidla nezaměřují na výuku několika málo technik, ale snaží se spíše studentům nabídnout celou škálu animačních technik.

Školy: rozložení vyučovaných animačních technik



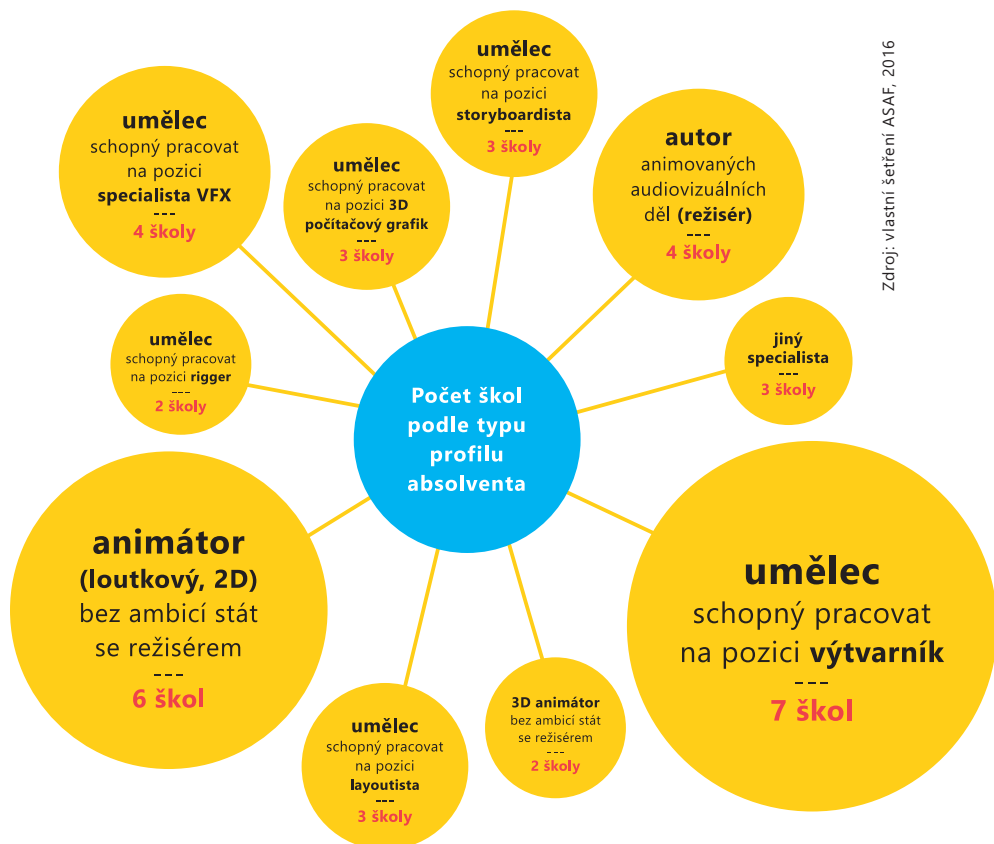
Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Specializace a zaměření absolventů

Školy se svým zaměřením nejčastěji specializují na vývoj příběhu (námět, scénář, dramaturgie), vývoj obrazového scénáře (storyboard), výtvarné práce (design postav a pozadí) a postprodukci. Zaměření výuky na postprodukční dovednosti deklarovaly úplně všechny zúčastněné školy či obory.

Zhruba polovina dotazovaných škol vyučuje také dovednosti spojené s 3D animací, s výrobou loutek a rekvizit a se svícením a kompozicí obrazu. Naopak velmi málo škol se zaměřuje na výuku programování pro animační technologie a stavbu digitálních loutek (rigging). Z jiných specializací ve výuce byly zmiňovány charakterová animace, režie, zvuk, střih, práce s hercem či pitching (prezentace projektu).

Počet škol produkujících absolventy daného zaměření



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Vývoj počtu absolventů škol

Ročně český vzdělávací systém opustí kolem 68 absolventů, kteří úspěšně dokončili studium na vyšší odborné nebo vysoké škole v oboru animace. Více než polovina z nich se může pyšnit bakalářským titulem (57 %), 16 % magisterským a vyššího odborného vzdělání dosáhlo 27 % absolventů. Celkový trend ale ukazuje, že počty absolventů s bakalářským titulem se rok od roku snižují, počet absolventů vyšších odborných škol je více méně stabilní a počet magistrů lehce roste - v průměru o dva absolventy za rok.

Z odhadu škol dále vyplývá, že průměrně v oboru animované tvorby a vizuálních efektů setrvá po skončení studia kolem **60 % absolventů**. Jde pouze o

odhad a subjektivní vyjádření škol, které jinak nemají za povinnost tento údaj vykazovat.

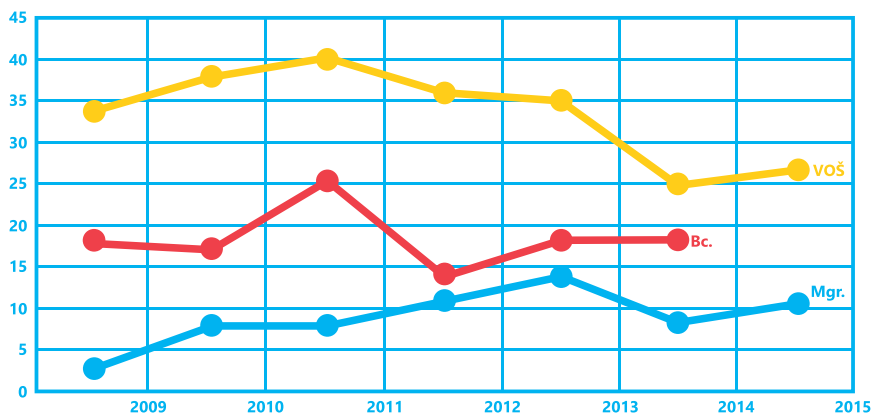
Celkový počet absolventů v oboru animace podle typu vzdělání (2009–2015)



Počet absolventů v průměru za rok = 68

Zdroj: interní materiály Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy

Vývoj počtu absolventů v oboru animace podle typu vzdělání (2009–2015)

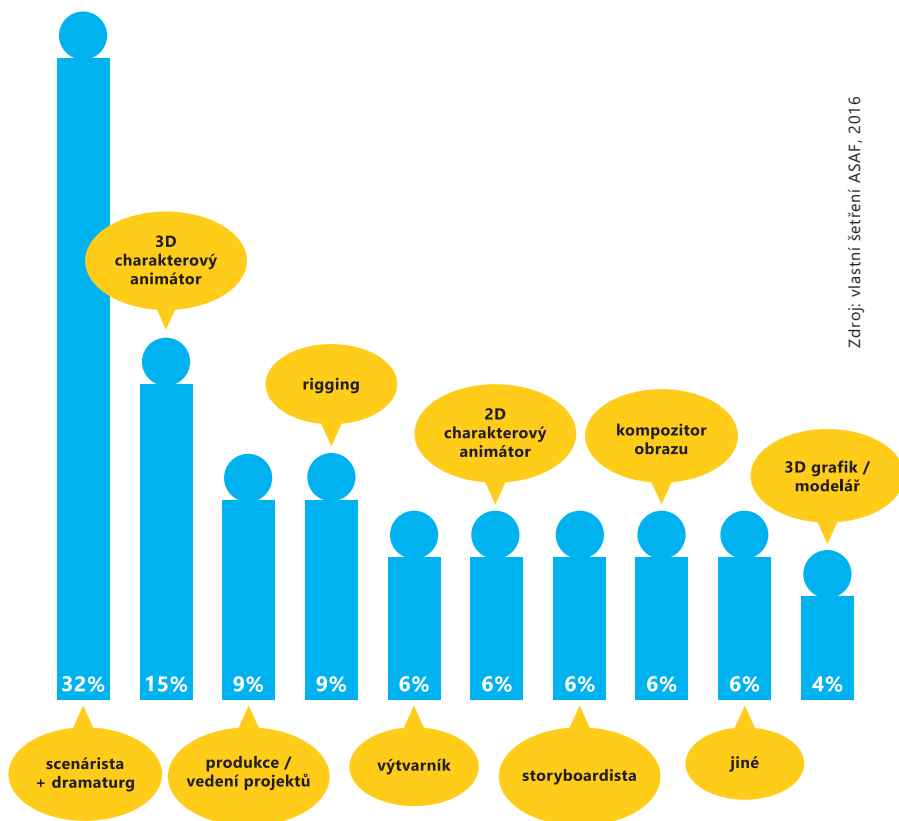


Zdroj: interní materiály Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy

Školy vs. potřeby trhu

Uvedli jsme, že jedno z nejčastějších zaměření absolventů školy je režisér a scenárista, tedy autor. Jenže se jim nedostane takových znalostí a dovedností, aby dokázali uspokojit poptávku. A tak animační studia uvádějí, že pociťují významný nedostatek autorů animovaných děl, scenáristů a režisérů. Hned za nimi nejvíce chybějí studiím 3D charakterová animátoři. Naopak ze škol vychází mnoho umělců, výtvarníků a absolventů se zaměřením na loutkovou a 2D animaci, kteří obtížně shánějí uplatnění v oboru, neboť pracovníků s jejich kvalifikací je na trhu dostatečné množství nebo není dostatečné množství projektů, na kterých by se uplatnili.

Animační studia: index potřebnosti profesionálů podle jednotlivých profesí



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Index potřebnosti reprezentuje míru nedostatku profesionálů daného zaměření, kterou studia pocítují. Tzn. čím vyšší číslo, tím více studia pocítují absenci profesionálů daného zaměření, kteří jsou připravováni ze strany škol.

Spolupráce se soukromými subjekty

Všechny dotazované školy spolupracují na realizaci praxe studentů s produkčními společnostmi, animačními studii a postprodukčními studii. Každá škola má odlišný způsob organizace spolupráce se soukromými firmami. Praxe je často volbou samotných studentů, kteří si animační studio či produkci vytipují a následně se školou řeší způsob jejího naplňování v průběhu akademického roku. V některých případech se na školu obrazejí samy firmy. Praxe není pro studenty povinná na žádné z oslovených škol.

Školy by ocenily, aby stáže byly v nějaké odpovídající formě finančně podpořeny ze strany státu. Dále navrhuji zlepšení komunikace a organizace praxe ze strany soukromých subjektů, neboť firmy oslovují školu až v momentě, kdy nutně někoho potřebují. Málokdy projevují přání se školou spolupracovat dlouhodobě.



Plány a očekávání producentů a animačních studií

Z toho, co jsme doposud uvedli, vyplývá, že aktuální situace v oboru animace není dobrá. Přesto se subjekty působící v oboru nevzdávají a plánují vyvíjet a vyrábět řadu nových projektů. Povzbudivé je, že by jich mělo být více než dosud. Kromě objemu je však nutné zapracovat především na kvalitě výsledných filmů a seriálů.

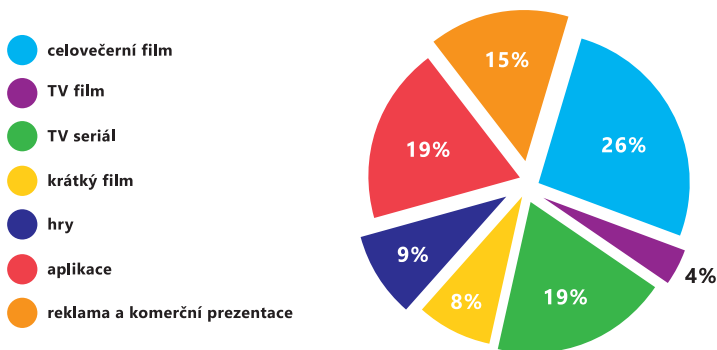
Producenti

Projekty

Producenti plánují v následujících pěti letech mírný rozvoj ve výrobě celovečerních filmů. Naopak nárůst výroby televizních seriálů neplánují – chystají se udržet trend z předešlých pěti let, a to realizaci 12 seriálů. Z toho jasně také vyplývá, že pro tvorbu seriálů neplánují nabírat nové pracovní síly.

Z přehledu plánovaných projektů oslovených producentů vyplývá pestrost zamýšlených formátů. To dosvědčuje globální trend, kdy projekty jsou vytvářené jako tzv. „cross mediální“, využívající více distribučních a propagačních forem.

Producent: plánované projekty v následujících pěti letech



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Celovečerních filmů mají oslovení producenti na svém kontě za předešlých pět let celkem třináct. V následujících pěti letech by to mělo být o dva celovečerní filmy více. Jde samozřejmě o výhledové plány.

Producent: počet projektů AAD v uplynulých a budoucích pěti letech

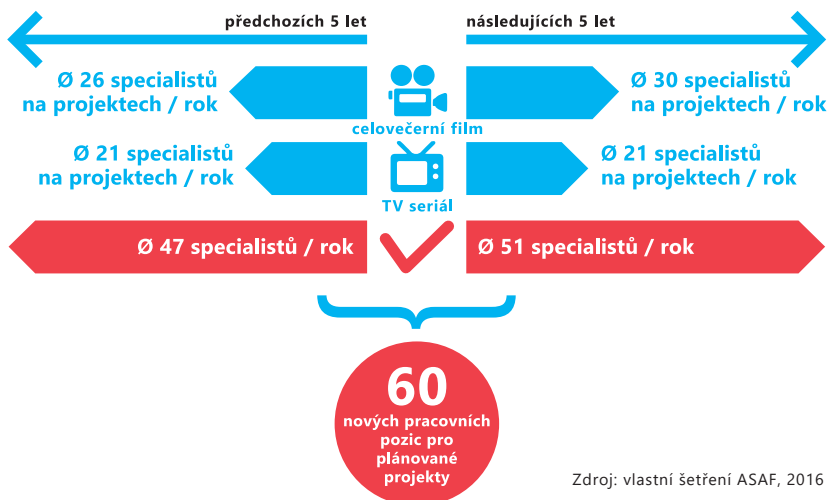


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Zaměstnanost

V uplynulých pěti letech pracovalo na projektu celovečerního filmu průměrně 26 specialistů. Na plánovaných projektech v nadcházejících pěti letech se bude průměrně podílet 30 specialistů. Plánované projekty potenciálně nabídnou až **60** nových pracovních pozic. U televizních seriálů producenti nárůst počtu specialistů neplánují.

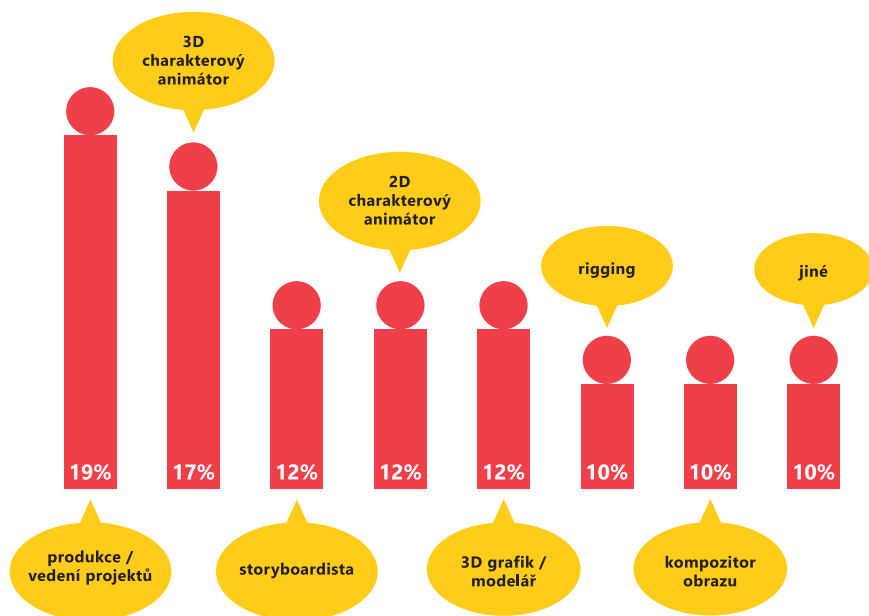
Producent: množství specialistů podílejících se na vzniku AAD v uplynulých a budoucích pěti letech



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Nejvíce pracovních příležitostí přibude v oblasti produkce a vedení projektů. Počet pracovních míst na pozici produkčních by se měl zvýšit o 19 %. Hned v závěsu je 3D charakterový animátor, kterých je potřeba o 17 % více než dnes a šanci na novou práci mají i storyboardisté, 2D charakteroví animátoři a 3D grafici a modeláři. Jejich pracovní pozice se navýší, nebo by alespoň měly, o 12 %.

Producent: rozložení specializací, na které producenti plánují v následujících pěti letech najmout pracovníky



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

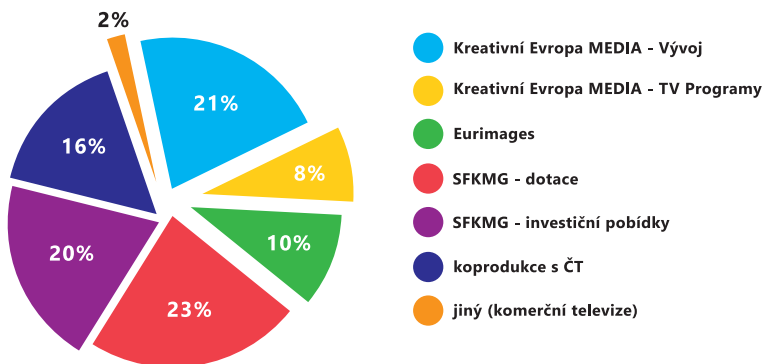
Veřejná podpora a zahraniční koprodukce

Žádosti se budou týkat především vývoje a výroby celovečerního a krátkého filmu. Nejvíce se pravděpodobně bude žádat u SFKMG (dotace a investiční podbdky) a u Kreativní Evropy MEDIA na Vývoj. Plánované jsou koprodukce s ČT.

To jsou zároveň zdroje, se kterými naši respondenti mají již zkušenosti. Ostatní zdroje (TV Programy u Kreativní Evropa MEDIA, Eurimages či komerční televize) budou využity spíše okrajově. Oproti uplynulému období se však jedná o pozitivní posun.

Jedenáct producentů plánuje realizovat projekt či projekty v zahraniční koprodukcí. Dva producenti uvedli, že tuto formu vzniku AAD zatím neplánují.

Producent: plánované žádosti o veřejné zdroje



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Animační studia

Projekty

Zatímco animační studia v minulých pěti letech vyrobila dohromady devět celovečerních filmů, v dalších pěti letech by jich mělo být jedenáct. Televizních seriálů studia vyrobila za posledních pět let sedm, v příštích pěti letech by jich mělo přibýt dvanáct. Je tak patrné, že právě na televizní seriály se bude klást důraz, čímž by česká animační scéna mohla zmírnit skluz, který má vůči zahraničí.

Animační studio: počet projektů AAD v uplynulých a budoucích pěti letech



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Protože animační studia plánují vyrábět čím dál více animovaných děl, chtějí nabrat i více pracovníků. Jenže jedna věc je chtít přijmout nové kolegy, druhá věc je schopné lidi s potřebnými dovednostmi najít. Číslo o množství pracovníků sil potřebných pro realizaci záměrů a celkově kritika animačních studií na adresu dostupnosti kvalitních specialistů znamená, že je nutné věnovat se systematickému zkvalitnění lidských zdrojů.

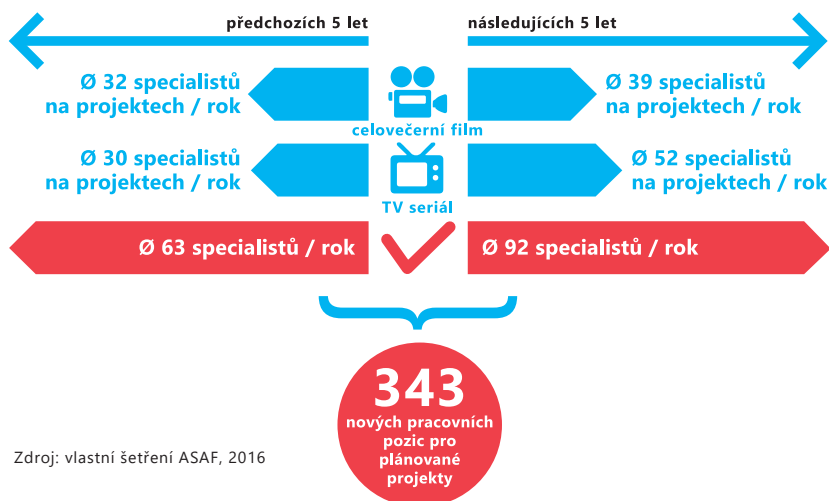
Zaměstnanost

V uplynulých pěti letech pracovalo na projektu celovečerního filmu průměrně 32 specialistů. Na plánovaných projektech v nadcházejících pěti letech se bude průměrně podílet 40 specialistů. To znamená, že by mělo být vytvořeno až 80 nových pracovních pozic.

Ještě markantnější je plánovaný nárůst v případě televizních seriálů. Minulých pět let se na jejich výrobě podílelo průměrně 31 tvůrců. Pro plánované projekty by to mělo být 53 pracovníků na projekt. Což znamená, že animační studia by v příštích letech potřebovala jen na seriály obsadit až 264 nových pracovních pozic kompetentními pracovníky.

Pracovní pozice není ekvivalentní s pracovníkem, neboť se očekává, že část pracovníků (specialistů) se bude podílet na vzniku více než jednoho projektu, které jsou plánovány v následujících pěti letech. Expertní odhad je, že zhruba třetina všech pracovníků bude pracovat na více projektech. Předpokládaný počet chybějících pracovníků na trhu v následujících pěti letech tak je zhruba 230.

Animační studio: množství specialistů podílejících se na vzniku AAD v uplynulých a budoucích pěti letech

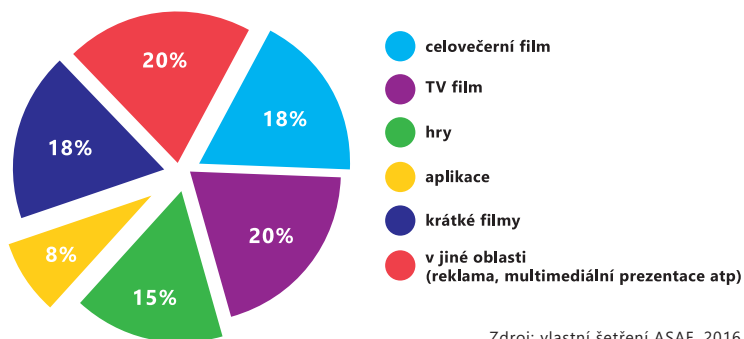


Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Samostatní tvůrci

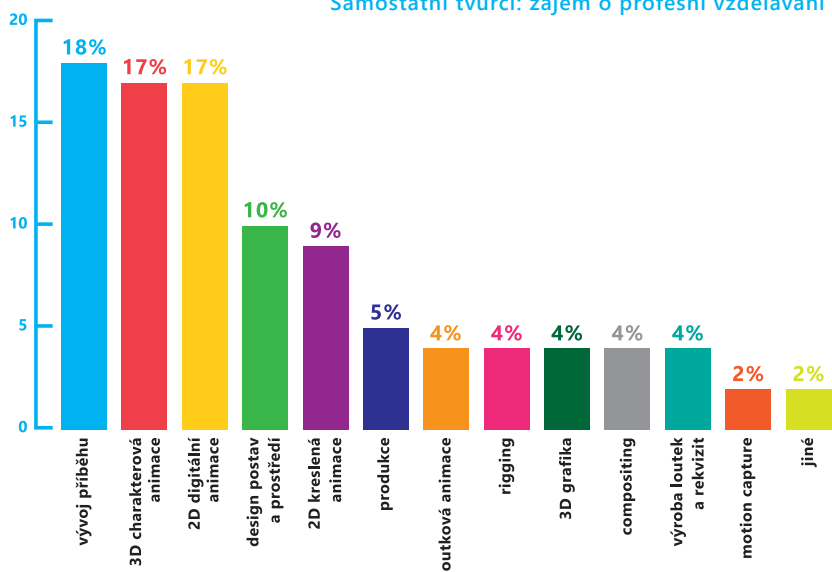
Přibližně polovina oslovených tvůrců má na následující rok zajištěnou práci na projektech animované tvorby a VFX. Jedná se o celovečerní filmy, seriály a krátké filmy. Druhá polovina tvůrců má zajištěnou práci na jiných než filmových projektech v animaci.

Samostatní tvůrci: jistota práce/zaměstnání na projektech v následujícím roce



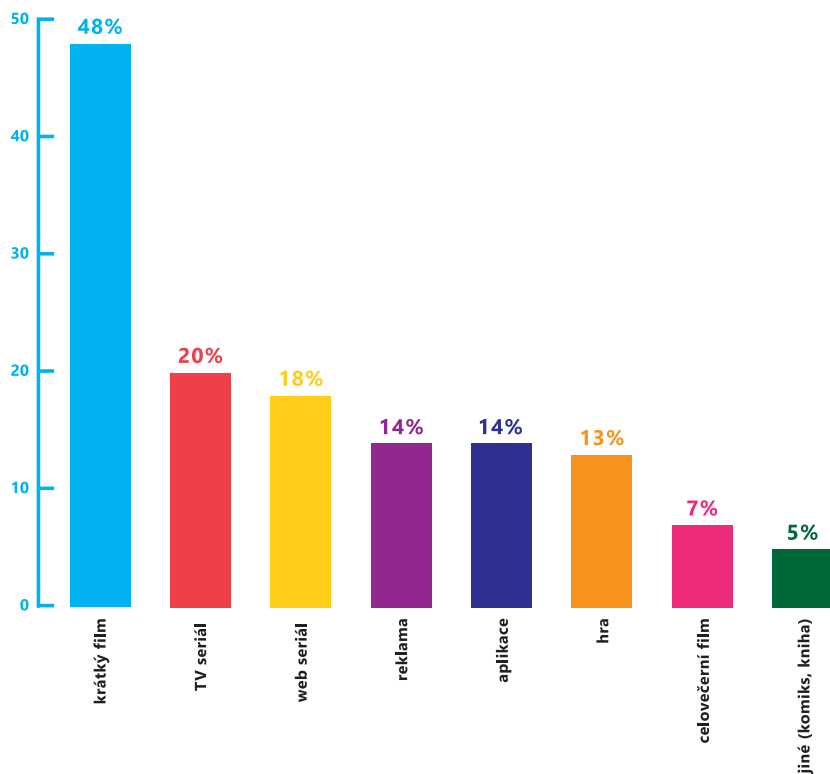
Šedesát procent respondentů uvedlo, že v budoucnu chtějí využít možnosti profesního vzdělávání. Třetina o této možnosti vůbec neuvažuje. Největší zájem je o oblast vývoje příběhu, 3D charakterovou animaci a 2D digitální animaci, naopak spíše okrajový zájem je o specializace jako je motion capture, výroba loutek a loutková animace, 3D modelování nebo výroba digitálních loutek (rigging).

Samostatní tvůrci: zájem o profesní vzdělávání



Nemalá část tvůrců se v budoucnu plánuje věnovat vlastním projektům. Zájem je o realizaci zejména krátkých filmů, které plánuje zrealizovat 27 z 34 respondentů, kteří deklarovali, že nějaký projekt už plánují. Mezi častěji udávané patří také TV seriál, web seriál, hra, aplikace a reklama. Logicky se jedná o projekty drobnějšího charakteru. Škatulkou jiné pak respondenti nejčastěji mysleli komiks a knihu.

Samostatní tvůrci: plánované projekty



Zdroj: vlastní šetření ASAF, 2016

Návrhy a doporučení na rozvoj oboru animované tvorby

Globální cíle

- 1/ Dosažení ekonomické a institucionální úrovně umožňující, aby obor animace byl vnímán a respektován v rámci ostatních oborových strategií.
- 2/ Stabilizace oboru v rámci kulturních průmyslů a s tím spojených průřezových politik, zejména rozvoje a inovace technické infrastruktury, výchovy a vzdělávání, podnikání a obchodu.
- 3/ Vytvoření podnikatelského prostředí umožňujícího oboru animace zlepšit konkurenceschopnost v rámci globalizovaného trhu.

Strategické cíle

- 1/ Zvýšení konkurenceschopnosti české animace v mezinárodním srovnání
- 2/ Zvýšení ekonomické aktivity subjektů působících v animaci
- 3/ Zvýšení zaměstnatelnosti absolventů a profesionálů působících v oboru animace

Strategické směry rozvoje oboru animace

Strategický směr 1 > Rozvoj lidských zdrojů

{ Animace je založena na řemeslném umění tvůrců, kteří disponují kompetencemi v oblasti umělecké tvorby, ovládání technologií a technologických postupů a řízení. Konkurenceschopný obor je založen na systematické přípravě a rozvoji tvůrců ve všech pozicích výrobního procesu animovaného díla.

Konkurenceschopnost české animace je v dlouhodobém horizontu založena na:

- a/ vytváření vlastních originálních animovaných projektů, o které je zájem na mezinárodním trhu.
- b/ účasti na koprodukčním vývoji a výrobě zahraničních projektů v roli minoritních producentů a na poskytování servisních služeb.

V obou případech se jeví jako zcela zásadní nutnost systematické podpory lidských zdrojů s cílem zlepšení kvality obsahu animovaných projektů, námětů a scénářů a zvýšení kvantity a kvality specialistů podílejících se na výrobě.

Rozvoj lidských zdrojů je nutné řešit na úrovni všech pracovních pozic, které se podílejí na produkčním procesu - scenáristé, dramaturgové, výtvarníci, storyboardisté a animátoři, produkční, technické a další profese.

Zlepšení je nutné v kreativních, organizačních a obchodních kompetencích, znalostech a dovednostech s ohledem na globální trendy a požadavky trhu. Z toho důvodu by se měly na vzdělávacích a doškolovacích akcích ve významné míře podílet zahraniční lektori a profesionálové.

Priority

- Zavedení systému pro podporu stáží a praktického zapracování absolventů k získání studiové praxe.
- Rozšíření nabídky profesního vzdělávání s účastí zejména zahraničních lektorů a specialistů se zkušenostmi s rozsáhlými projekty.
- Podpořit motivaci účasti absolventů a specialistů na odborném profesním vzdělávání formou dotací na kurzy a stipendií.
- Zavádění existujících kvalifikačních standardů Národní soustavy kvalifikací do praxe subjektů působících v oboru.

Strategický směr 2 > Podpora vývoje a výroby AAD

Animované filmy a seriály představují nejperspektivnější exportní artikl českého filmového průmyslu. Zároveň se jedná o finančně a časově náročné projekty v porovnání s hraným filmem. Vzhledem k tomu, že se však jedná o dlouhodobě návratnou investici, mělo by být v zájmu jak privátní, tak veřejné sféry systematicky spolupracovat na zlepšení podmínek vývoje a výroby animovaných projektů.

Jako neudržitelný se jeví současný status quo. Je potřeba přijmout aktivní politiku podporující tvorbu originálních produktů (IP) konkurenceschopných na zahraničních trzích včetně aktivní účasti na mezinárodních projektech formou koprodukcí.

Současný systém dotací veřejných institucí je stále ještě nastaven tak, že nedostatečně podporuje potřebnou změnu. Politika veřejné správy vůči animované tvorbě stále spíše odráží tradiční pohled vycházející z naplnění funkce „umění“ bez ohledu na potenciální ekonomické přínosy.

Animovaná tvorba je investičně náročná, proto je její financování zajišťováno z více zdrojů, i mezinárodních. Je zcela běžné, že na rozvinutých trzích je veřejná podpora formou dotací a jiných podpůrných instrumentů, jako je daňové zvýhodnění, často primární a iniciační. I veřejné instituce k podpoře projektů přistupují pragmaticky tím, že se snahou podpořit takové projekty, které mají šanci uspět, tedy že je u nich vysoká pravděpodobnost finanční návratnosti vložených prostředků, a to i těch veřejných. Veřejný sektor svou intervencí zároveň sleduje politiku podpory zaměstnanosti. U projektů, na jejichž vývoji se podíleli čeští producenti a animační studia, by se měla zajistit výroba s využitím českých specialistů, aby nedocházelo pouze k vývozu IP bez dopadu na zaměstnanost.

Aby se čeští producenti a studia mohli ucházet se svými projekty zejména televizní tvorby o zájem zahraničních investorů, koproducentů, televizí a distributorů, ve většině případů je požadována účast národní televize, která dává těmto projektům potřebnou kredibilitu. Zahraniční partneři tím vyžadují jistou garanci kvality, finančního krytí a podporu distribuce na českém trhu.

Systém podpory vývoje projektů musí být postaven na premise, že pouze nejlepší koncepty (náměty), které mají šanci uspět i u zahraničního publika, je účelné podpořit ve vývojové fázi a případně i během výroby. Pouze efektivně nastavená veřejná podpora může iniciovat další investice z privátních zdrojů, které jsou u finančně náročných projektů animace nezbytné.

Priority

- Postupné navyšování objemu prostředků podpory SFKMG a ČT do vývoje a výroby projektů, které mají schopnost aktivovat privátní zdroje a uspět na zahraničních trzích.
- Aktualizace nastavení systému hodnocení a výběru projektů pro udělení podpory SFKMG, které budou odpovídat strategickým cílům rozvoje české animované tvorby.
- Zavedení systému spolupráce mezi Českou televizí a nezávislými producenty v oblasti dětské animované tvorby minimálně tak, jak je to v současné době běžné v zahraničí.

- Podpora mezinárodních koprodukcí v oblasti seriálové tvorby ze strany České televize, a to zejména těch projektů, které svým formátem a rozsahem odpovídají aktuálním světovým trendům a potenciálnímu zájmu zahraničních koproducentů.
- Sdílení kapacitních možností tvůrčích a výrobních zdrojů sdružováním do výrobních clusterů, tzn. sdílením produkční kapacity, marketingových a obchodních aktivit.
- Podnítit zájem soukromých investorů podílet se na investicích do AAD.

Strategický směr 3 > Technická a technologická infrastruktura

Animace je i s použitím nových technologií řemeslná práce. Výroba animovaných děl funguje v principu jako jiná průmyslová výroba. Pro každý filmový či televizní projekt se staví výrobní linka. Způsob jejího nastavení a řízení pak rozhoduje o efektivitě výrobního procesu. Inovace ve využívání jak tradičních, tak moderních technik a technologií je základním předpokladem zvyšování kvality konkrétních projektů a celé konkurenceschopnosti oboru.

Moderní animace je v posledních deseti letech silně spjata s technologickými inovacemi ve výrobě a distribuci. Technologie vždy byla a bude nástrojem vlastní umělecké tvorby.

Záměrem podpory rozvoje technické a technologické infrastruktury je zvyšování efektivity výrobních činností. Ty mají přímý dopad na tvůrčí originalitu, ale také na pestrost, díky čemuž se vyprodukují esteticky zajímavé projekty.

Priority

- Podpora inovací technické a technologické infrastruktury ke zvyšování výrobní kapacity a efektivity výrobních procesů.
- Uplatňování technologických inovací v praxi animačních studií.
- Zlepšit přístup specialistů (OSVČ) ke sdílení službám ICT.

Strategický směr 4 >

Podpora propagace, mezinárodního obchodu a distribuce

 Nutným a logickým předpokladem obchodních aktivit je naplnění všech ostatních strategických směrů na zlepšení lidských zdrojů, technologické infrastruktury a nastavení podmínek veřejné podpory. Jedině za těchto podmínek můžeme získat zahraniční koproducenty pro tuzemské projekty nebo nabízet kreativní a výrobní kapacity, tedy minoritní koprodukcí a outsourcing.

Záměrem je stát se zajímavým partnerem pro zahraniční koproducenty. V tomto ohledu je potřeba se zaměřit na cílenou podporu takových projektů, ve kterých můžeme jako Česká republika nabídnout přidanou hodnotu založenou na vypravěčské tradici, kombinaci tradičních a moderních technik animace, na zavádění metod kreativní tvorby, producerského a manažerského řízení projektů.

Priority

- Podpora mezinárodních marketingových aktivit formou aliancí (seskupení minimálně tří malých a středních podnikatelů), jejichž výrobní program nebo služby se vzájemně doplňují.
- Prezentace nabídky služeb producentů a animačních studií v rámci veletrhů (individuální, společná expozice, oficiální účast České republiky) a katalogové prezentace klientů.
- Podpora obchodních a marketingových aktivit producentů a studií k účasti na zahraničních projektech formou koprodukcí a nabídky služeb (outsourcing).

Použité zdroje

Global Animation Industry Report 2016: Strategies Trends & Opportunities - Market is Increasingly Being Tapped by North American Film and Television Program Producers - Research and Markets

Mapping the Animation Industry in Europe, A Publication of the European Audiovisual Observatory, 2015

Focus on Animation, A Publication of the European Audiovisual Observatory, 2015



Kancelář Kreativní Evropa - MEDIA

Kancelář Kreativní Evropa Česká republika - MEDIA je národní zastoupení dílčího programu MEDIA. Cílem kanceláře je zajistit, aby všechny možnosti nabízené programem MEDIA byly využity co nejlépe ku prospěchu a rozvoji českého audiovizuálního průmyslu.

Naším úkolem je především poskytovat a aktivně šířit informace o možnostech finančních podpor nabízených v okruzích financování programu MEDIA a pomáhat všem zájemcům o tyto podpory tak, aby byli při jejich získávání co nejúspěšnější.

Co pro vás můžeme udělat?

Zajistíme a podáme vám všechny dostupné informace

- možnosti finanční podpory dílčího programu MEDIA pro váš projekt
- podmínky pro její udělení
- postup při podání žádosti o podporu
- další možnosti podpory audiovizuálních projektů v rámci EU
- dění spojené s dílčím programem MEDIA u nás i v zahraničí
- evropský film a audiovizuální trh

Poradíme a pomůžeme vám při vyplňování žádostí o finanční podporu:

- vysvětlíme nejasnosti v pokynech k žádostem
- dáme vám praktické tipy pro tvorbu strategií projektu
- zajistíme dodatečné informace potřebné ke správnému vyplnění žádosti
- poradíme s formalitami

Kromě toho:

- zprostředkujeme informace o vzdělávacích programech financovaných dílčím programem MEDIA a o dalších aktivitách na podporu filmových profesionálů
- máme veřejně přístupnou knihovnu zahraničních publikací z oboru audiovize
- vydáváme vlastní publikace a informační materiály
- ve spolupráci se vzdělávacími programy podpořenými programem Kreativní Evropa - MEDIA pořádáme semináře a workshopy v oblasti scenáristiky, nových technologií nebo animace určené českým filmovým profesionálům

Kontakt

Kancelář Kreativní Evropa - MEDIA, Národní 28, 110 00 Praha 1
+420 221 105 210 / media@kreativnievropa.cz / www.mediadesckz.eu /
facebook.com/kreativnievropa / twitter.com/kreativnievropa /
instagram.com/kreativnievropacz

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. Mezioborová část nabídne také prostředky na vypracování studií a podpoří lepší sběr dat s cílem zdokonalit argumenty pro strategická opatření nebo prostředky na podporu pilotních projektů spolupráce mezi audiovizuálním a dalšími kulturními a kreativními odvětvími.

Celkový rozpočet programu Kreativní Evropa na období let 2014-2020 je 1,46 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).

Cíle a priority programu

- rozvoj evropské kulturní a jazykové rozmanitosti
- posilování schopnosti kulturních a kreativních odvětví pracovat mezinárodně
- zlepšení přístupu kreativních a kulturních odvětví k financování
- podpora využívání digitálních technologií
- práce s publikem
- rozvoj mezioborové a mezinárodní spolupráce
- sběr dat o kulturních a kreativních odvětvích

Z prostředků programu jsou podporovány i další iniciativy:

- Titul Evropské hlavní město kultury
- Označení Evropské dědictví
- Cena EU za péči o kulturní dědictví/Cena Europa Nostra
- Cena EU za architekturu/Cena Miese van der Rohe
- Cena EBBA (European Border Breakers Awards)
- Cena EU za literaturu



ASAF

Asociace animovaného filmu

www.asaf.cz