

Život filmu v éře velkých amerických VOD hráčů

U příležitosti 21. Mezinárodního festivalu dokumentárních filmů Ji.hlava se odehrála panelová diskuze reflektující spor mezi festivalem v Cannes a Netflixem, jenž podtrhl rozdíly mezi Evropou a Amerikou. Jak řekl ředitel jihlavského festivalu Marek Hovorka: „Na jedné straně stojí ambiciózní online služba opírající se o investice ve výši 20 miliard dolarů, na straně druhé je cinefilní Francie, která roky učila lidi chodit na filmy do kina a která má nesporně nejsostikovanější filmovou výchovu na veřejných školách. To však nejsou jediné rozdíly: zatímco Netflix vzešel z celostátní půjčovny DVD, Evropa je domovem stovek filmových festivalů, které umožňují sdílet různorodé typy filmů mezi různými zeměmi kontinentu.“ Rozhovor filmových profesionálů o tom, jaká síla převládne v boji o moc nad evropským filmem, kinematografií a filmovými festivaly, vedla Diana Tabakov, vedoucí akvizic mezinárodní VOD platformy Doc Alliance Films (Dafilms.com).

Katie, třináct let působíte jako „festivalový stratég“, založila jste Festival Formula, poradenskou společnost, která pomáhá filmovým tvůrcům vybrat nejvhodnější festivaly z celosvětového okruhu, pomáhá jim také hlídat rozpočet a nakládat s právy na jejich filmy.

Katie McCullough: Je to velmi specifická služba na míru, ale role, kterou hrajeme, je velmi důležitá a posíláme mnoho filmařů v různých stádiích jejich kariéry na spoustu festivalů po celém světě. Sídíme ve Velké Británii, ale máme mezinárodní klientelu z celého světa.

Søren, dvě dekády pracujete pro dokumentární oddělení Dánského filmového institutu. Institut je státním orgánem pod dánským ministerstvem kultury a podporuje jak dokumenty, tak celovečerní i krátkometrážní fikční filmy a pravidelně promítá ve vlastním kodaňském kině.

Søren Taro: Ano, moje role ve filmovém institutu je přimět commissioning editory, aby analyzovali rozpočty a finanční plány, které dostáváme v přihláškách na podporu vývoje i výroby filmu. A myslím, že došlo k velkému posunu v tom, jak dokumentární byznys celých těch 20 let spolupracuje.

Karime, v této debatě reprezentujete filmové producenty. Jihlavské publikum může znát film I AM THE PEOPLE, který tu měl premiéru před dvěma lety.

Karim Aitouna: Ano, jsem producentem z Maroka, ale pracuji ve Francii. Vedu společnost Haut Les Mains Production sídlící v Lyonu, která pro-

dukuje dokumenty i fikční filmy, celovečerní i krátké. Většinu svých filmů také sami distribuujeme.

Antone, vy jste projektový manažer z programu Eurimages. Zastupujete zde evropskou perspektivu financování filmu i toho, jak jsou evropské filmy koprodukovány a distribuovány.

Anton Calleja: Eurimages býval evropským koprodukčním fondem. Od loňska, kdy se změnil náš statut, jsme se rozhodli otevřít také neevropským zemím. Nejsme součástí Evropské unie, takže jsme zcela odděleni od Kreativní Evropy, máme 38 členských zemí. A podporujeme celovečerní dokumenty pro kinodistribuci. Poslední dobou podpoříme okolo čtyř až sedmi dokumentů v rámci jedné výzvy.

Role filmových festivalů v životě filmu

Pravděpodobně jste všichni zaznamenali živou diskuzi na festivalu v Cannes, kde ředitel festivalu, Thierry Frémaux, prohlásil, že v budoucnu půjde do soutěže o Zlatou palmu nominovat pouze filmy, které budou mít klasickou distribuční premiéru ve francouzských kinech.¹⁾ Také Pedro Almodóvar, tehdejší předseda poroty, si nedokáže představit, že by zvítězil snímek, který by bylo možné vidět jen na malé obrazovce. Je přitom více než příznačné, že se tato diskuze rozběhla právě ve Francii, tedy místě, odkud film vzešel. Jak se v této kontroverzi odráží prostředí filmového průmyslu, které je nyní více než kdy dříve v pohybu?

Karim Aitouna: Osobně si myslím, že to je ryze francouzský problém. Protože se stalo jednoduše to, že Netflix dnes není jen distribuční platformou, ale také producentem. Pro řadu filmařů se tak Netflix stal investorem. V příštím roce se chystá investovat do 80 filmů, jen ve Francii plánuje vyrobit tři filmy francouzských filmařů. Ve Francii je však problém s pravidlem chronologie

médií. V principu to znamená, že nesmíte uvést film na SVOD dříve jak za 36 měsíců po premiéře v kině. Národní sdružení majitelů kin a Asociace francouzských scenáristů proto volají po revizi této chronologie uvádění, aby mohli s Netflixem spolupracovat. Je jim jasné, že Netflix je nyní klíčovým producentem a distributorem. Sto milionů předplatitelů je veliké publikum. Takže ano, Netflix může představovat nebezpečí pro ty filmy, které vyžadují promítnutí na velkém plátně kina, a pro režiséry, kteří se chtějí setkat s publikem. O filmech je nepochybně třeba diskutovat, nicméně mnozí filmaři, dokonce tak velcí jako například Scorsese, jehož další projekt, *THE IRISH MAN*, bude financován Netflixem, chtějí především natočit svůj film a neřeší, jak a kde jej lidé uvidí. S Netflixem jde o peníze. A tento velký hráč může změnit i francouzskou legislativu.

*Jak režiséři, tak filmy začínaly svou kariéru v evropském kontextu po dlouhou dobu na filmových festivalech. Karime, jeden z vašich filmů, *THE NIGHT AND THE KID*, měl premiéru v sekci Forum na Berlinále, film *CONTRO FIGURA* na benátském filmovém festivalu, *I AM THE PEOPLE* na festivalu v Jihlavě a pak byl vybrán canneským filmovým festivalem (do sekce ACID). Mohl byste nám říct, co přesně pro vás premiéry na těchto festivalech znamenaly? Jak konkrétně ovlivnily život filmů?*

Karim Aitouna: Samozřejmě záleží na konkrétním filmu. V případě *I AM THE PEOPLE* bylo lepší, že měl premiéru na malém festivalu a dostal se do dobré soutěže. Pro malou společnost, bez sales, bez distributora, bez rozpočtu na marketing, jde o možnost, jak získat dost pozornosti. Například *THE NIGHT AND THE KID* měl premiéru na Foru Berlinale, opět šlo o malý projekt, ale v tomto případě prezentovaný mezi 300 či 400 dalšími silnými filmy, často reprezentovanými velkými sales agenty. Dostalo se nám tam pozornosti ně-

1) Elsa Keslassy, Cannes Keeps Netflix Movies in Competition but Says Future Films Must Have Theatrical Release. Online: <<http://variety.com/2017/film/global/cannes-film-festival-maintains-netflixs-movies-in-competition-sets-new-rule-amid-turmoil-1202420874/>>, [cit. 15. 11. 2017].

meckých i zahraničních médií, ale nakonec se stejně ocitnete ztraceni na trhu a ve skutečnosti váš film nikdo neuvidí. Takže podle mě pro společnost, jako je ta naše, je lepší začít na malém festivalu, ale ve velkém stylu, než na velkém festivalu v malém stylu.

Podíváme-li se na to však z dlouhodobé perspektivy, nezískal jste díky premiéře na Berlinale vy sám či váš film pomyslnou značku kvality?

Karim Aitouna: Upřímně řečeno mi to pomohlo v tom, že si mohu říkat o vyšší screening fee. Ale z hlediska filmu je podle mne důležitější vyhrát soutěž na menším festivalu.

Včera jsme tady na MFDF Jihlava měli plodnou diskuzi s 25 zástupci filmových festivalů na workshopu Festival Identity. Cílem tohoto setkání bylo formulovat, jak filmové festivaly vnímají svou roli v životě filmu. Katie, mohla byste prosím představit naše prohlášení?

Katie McCullough: Festivaly jsou ze své podstaty platformou, jež slouží filmařům k tomu, aby se přiblížili svému publiku stejně jako dalším tvůrcům. Propagují a zviditelňují stávající filmaře a těm novým umožňují se rozvíjet. Film je událost založená na publiku a festivaly jsou dramaturgy a řediteli festivalů promýšleny tak, aby vytvářely vlastní narativ. Kurátorství je samým srdcem toho, jak oslovit diváky. Umění filmu je prožíváno v kině, kde se lépe pozná, co filmař přesně zamýšlel, ať už jde o film 35mm nebo 16mm. Je to společná kulturní akce, která vzdělává, informuje a podporuje diskuzi. Digitální krajina, v níž se kinematografie ocitla, proměňuje i publikum a festivaly na to musí reagovat kreativně a v souladu s novým věkem zahrnout také VOD. Mezi oběma stranami musí existovat dialog, jenž napomůže vzájemnému porozumění a umožní společnou existenci.

Uzpůsobení financování filmu v narušeném filmovém průmyslu

Antone, ráda bych navázala na to, co řekl váš kolega, Roberto Olla, výkonný ředitel koprodukčního fondu Eurimages při Radě Evropy. Podle článku v časopise Variety se obává, že získá-li Netflix evropské artové filmy podpořené Eurimages, může způsob globálního obchodování typický pro tohoto streamovacího giganta znamenat, že tyto filmy obejdu kinové a festivalové okruhy a spolu s tím obejdu i integrální požadavky Eurimages na podporu filmových projektů.²⁾ Jak je to s filmy financovanými Eurimages? Existuje podmínka, že musí být distribuovány v kinech? A jak je to s takovou podmínkou, pokud film míří exkluzivně na VOD platformu?

Anton Calleja: Jednou ze základních podmínek naší podpory je uvést film v kinech všech koprodukčních zemí. Jak vidno, záleží nám na tom, aby naše filmy byly uvedeny v kinech. Proto vůbec náš fond existuje. Říkám to nicméně při vědomí, že se prostředí mění. Proto jsme začali u minoritních koprodukcí akceptovat alternativní distribuci. V určitých případech můžeme namísto kinodistribuce akceptovat VOD. Anebo například namísto zajištění kinodistribuce v jedné ze zemí můžeme také akceptovat uvedení na významném filmovém festivalu. Takže jsem se setkal s mnoha případy dokumentárních filmů, které byly koprodukcí tří zemí a nemohly dosáhnout na kinodistribuci v jedné z minoritně koprodukujících zemí, a proto jsme připustili coby náhradu, když se účastnily významného festivalu dokumentárních filmů. V těchto případech se snažíme být co nejvíce flexibilní. V důsledku přece jen chceme to nejlepší pro samotný film.

A co je pro film nejlepší?

Anton Calleja: To záleží na konkrétním filmu. My nemáme nic proti Netflixu ani žádné jiné

2) Nick Vivarelli, Eurimages Chief Roberto Olla on How a Netflix Acquisition Can Be „Kiss of Death“ for a European Art Film. Online: <<http://variety.com/2017/digital/festivals/eurimages-chief-roberto-olla-on-how-a-netflix-acquisition-can-be-kiss-of-death-for-a-european-art-film-1202513447/>>, [cit. 15. 11. 2017].

VOD platformě. To je na rozhodnutí producenta. Současně, bavíme-li se o SVOD platformách jako Netflix, jejich smlouvy nejsou vždycky stejné. Někdy připustí kinodistribuci, někdy připustí kinodistribuci v jedné zemi, někdy ji připustí v koprodukčních zemích, někdy ji nepřipustí. Někdy usilují o kinodistribuci proto, že se chtějí ucházet o Oscary. Myslím, že toto se neustále proměňuje. Mezi všemi hráči, festivaly, producenty i S/VOD platformami je proto třeba rozvinout diskuzi, aby se všechny tyto kanály, jimiž lze uvádět film, propojily. Některé filmy jsou úspěšné v kinech i na VOD, aniž by zasáhly stejné publikum — obě platformy se naopak mohou navzájem podpořit. Festivaly mohou podpořit uvedení v kinech i na VOD, kina mohou zase podpořit VOD. Každá z platform současně znamená jinou diváckou zkušenost.

Søren, vás jsem se chtěla zeptat na proměnu podíínek financování filmu. Skandinávie byla jedním z prvních teritorií, skrze něž tito velcí VOD hráči vstoupili na náš kontinent — máte tedy nejdelší zkušenost. Vnímáte konkrétní dopad těchto subjektů na lokální filmový průmysl?

Søren Tarp: Do Dánska vstoupil Netflix v říjnu 2012, takže to nyní bude pět let. Předplatné Netflixu vlastní 33 % dánských domácností a 74 % dánských domácností obecně si předplácí streamovací platformy. Výzkum dánské veřejné televize DR uvádí, že pro publikum mezi 15 a 29 lety jsou Netflix a YouTube klíčovými kanály — významnějšími než volně dostupné televizní stanice. Mají zásadní vliv na mediální trh, i přesto, že nezahrnují příliš dánského obsahu. Nevíme, co se stane. Ze své pozice v Dánském filmovém institutu mám zkušenost se dvěma filmy. Jedním s dánským majoritním producentem a jedním s dánským minoritním producentem. První byl dokument AMANDA KNOX, jež Netflix koupil poté, co byl vyvinut s pomocí Dánského filmového institutu. Vnímali jsme to tak, že tento příjem pro producenta může pomoci obchodu obecně. Druhý film STRONG ISLAND, který má právě na

Netflixu premiéru, byla dánská minoritní produkce se stejným příběhem — když Netflix tento film koupí, Dánský filmový institut ustupuje a peníze, kterými jsme film podpořili, dostaneme nazpátek. Nemůžeme na totožném filmu spolupracovat, protože Dánský filmový institut má také distribuční platformu pro filmy podpořené z dánských státních prostředků. Tyto filmy by měly být publiku volně k dispozici, a ne skryty za stěnou z poplatků. Dánská konzervativně-liberální ministryně kultury však nedávno řekla, že v budoucnosti si dovede představit, že se Netflix stane poskytovatelem i veřejnoprávního obsahu. Netflix by tak mohl produkovat například i pro hlavní veřejnoprávní televizi.

Budoucí prostředí

Pro mnoho dokumentů jsou klíčovým zdrojem příjmů vzdělávací práva. Film má mnoho rovin své existence — vedle toho, že je uměním, může vzdělávat, otvírat diskuze, sdružovat lidi k hlubokým zážitkům. Proto je vzdělávací okruh distribuce pro mnoho filmů zásadní. Může být tento druh uvádění ohrožen exkluzivními právy?

Søren Tarp: Netflix a další VOD platformy jsou nyní integrální součástí dánského mediálního prostředí. Pokud se chtějí stát prominentnějšími lokálními hráči, budou se muset přizpůsobit situaci v zemích, v nichž působí. Možná, že uznají, že některé filmy, jimiž disponují, mají také potenciál distribuce skrze veřejné knihovny a pro vzdělávací účely. Budou se ale muset seznámit se specifiky situace v konkrétních zemích, a to nezvládnete z kanceláře v Amsterdamu — na to musíte znát místní kontext.

Když to shrnu, je na jedné straně Netflix pro filmaře významným investorem, jak jsme ale zmínili, moc často neumožňuje festivalové projekce. Festivaly zase pomáhají budovat režisérův profil, zviditelňují jej a jeho film v rámci filmového průmyslu — je proto otázkou, jak může tyto funkce naplnit Netflix?

Karim Aitouna: Myslím, že v Netflixu jsou velmi pragmatičtí. Řekl bych, že jsou si role festivalů dobře vědomi, ale jde jim o předplatitele.

Søren Tarp: Velikou výhodou Netflixu je to, že má dlouhý vztah se svým publikem. Začal jako platforma DVD a VHS. Právě proto tolik investují do produkce a snaží se ke své platformě přivést dobré filmaře. V budoucnu se bude myslím soupeřit spíše v oblasti původního obsahu než technologií. A balíčkování předplatitelských služeb bude možná vhodný business model pro malé hráče.

Ano, Netflix ročně investuje do produkce původního obsahu sedm miliard amerických dolarů. A je to především tento původní obsah, k němuž vlastní exkluzivní práva, co k nim přivádí nové předplatitele — nikoli tisíce filmy, které nakoupí. Otázkou zůstává, jak se do budoucna změní kurátorství a spolu s tím i narativ výběru. Festivaly byly vždy právě kurátory. Dnes tito kurátoři koexistují s algoritmy založenými na tagování filmů a klikání.

Diana Tabakov