

Evaluace vlivu Zlín Film Festivalu na město Zlín a návrh jeho dalšího rozvoje

Bc. Jan Lerl

Diplomová práce
2014



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Jan Lerl**
Osobní číslo: **M12422**
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Evaluace vlivu Zlín Film Festivalu na město Zlín
a návrh jeho dalšího rozvoje**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Definujte cíle a metody práce.
- Zpracujte rešerši odborné literatury.
- Popište historii a vývoj Zlín Film Festivalu.

II. Praktická část

- Analyzujte přínosy Zlín Film Festivalu na město Zlín.
- Provedte dotazníkové šetření mezi občany Zlína orientované na další rozvoj festivalu.
- Představte návrhy dalšího možného rozvoje Zlín Film Festivalu formou katalogu projektů.

Závěr

Rozsah diplomové práce: cca 70
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

HÁJEK, Oldřich a Jiří NOVOSÁK. Kohezní politika v širších souvislostech. 1. vyd. Žilina: Georg, 2010, 216 s. ISBN 978-80-89401-19-2.

HIGGINS, Benjamin Howard a Donald, J. SAVOIE. Regional development theories and their application. New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, 1997, 422 s. ISBN 0-7658-0420-4.

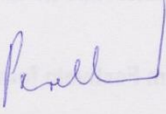
JANOŠÍK, Rostislav, Jiří KOHOUTEK a Ivo KLÁSEK. Zlín v proměnách času. 1. vyd. Zlín: Ateliér Regulus, 2001, 190 s. ISBN 80-238-6758-X.

STIMSON, Robert, Roger STOUGH a Brian, H. ROBERTS. Regional economic development: analysis and planning strategy. 2. vyd. Berlin: Springer, 2006, 452 s. ISBN 978-3-540-34826-9.

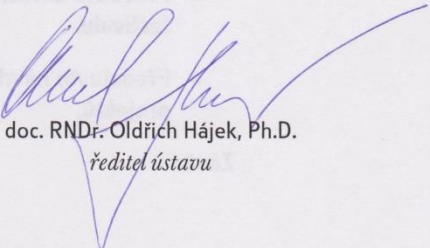
ZLÍN FILM FESTIVAL. 50. ZLÍN FILM FESTIVAL: Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, Zlín 2010. Zlín: FILMFEST, s.r.o., 2010, 413 s.

Vedoucí diplomové práce: doc. RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: 17. února 2014
Termín odevzdání diplomové práce: 2. května 2014

Ve Zlíně dne 17. února 2014


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




doc. RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

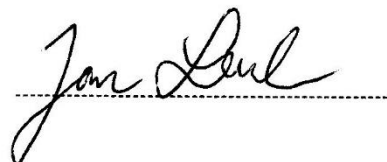
- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/a samostatně a použité informační zdroje jsem citoval/a;
- odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 28.4. 2014



⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihledne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

ZLÍN FILM FESTIVAL – Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež je největší a nejstarší filmový festival svého druhu na světě. Z hlediska historického můžeme hovořit o mnoho etapách této produkce. Tedy o počátku, kdy byl festival známý pod názvem Filmové žně, poté nejednou přejmenován. Filmový festival jakožto akce mezinárodního významu má na město Zlín i jeho okolí jistý vliv. Tato práce se zaměřuje na konkretizaci a určení velikosti tohoto vlivu. Jako každý jiný projekt, tak i tento vyžaduje finanční prostředky k jeho organizaci, realizaci a rozvoji. Jak k možnostem rozvoje, tak i financování se budeme podrobněji věnovat v jednotlivých kapitolách této práce. Tyto kapitoly jsou velmi důležité z toho důvodu, aby si festival i nadále udržel své prestižní postavení mezi ostatními akcemi tohoto druhu ve světě, které do zajista má. Inovace i rozvoj však musíme provádět v souladu s duchem a tradicí této světoznámé produkce.

Klíčová slova: Statutární město Zlín, ZLÍN FILM FESTIVAL, mládež, děti, kultura, mladí tvůrci, Univerzita Tomáše Bati, Zlínský kraj, filmový festival, financování, rozvoj, cestovní ruch

ABSTRACT

ZLIN FILM FESTIVAL - International Film Festival for Children and Youth is the largest and oldest film festival of its kind in the world. From the historical point of view, we can divide it into many stages of its development. At the very beginning, the festival was known as the „Filmové žně”, and afterwards was renamed many times. Film festival as an event of international importance certainly has an influence on the city of Zlin and its surroundings. This paper focuses on the specification and determination of the size and depth of this effect. Like any other project, the festival requires a financial support for its organization, implementation and development. We will concentrate on issues of development and financing in the detail in separate chapters of this paper. These chapters are very important to maintain festival’s prestigious position among the other actions of this kind. Festival has a constant need for continuous development and innovation, but to maintain the spirit of this world-renowned production is also very important.

Keywords: Statutory city of Zlín, ZLÍN FILM FESTIVAL, youth, children, culture, young filmmakers, Tomas Bata University, Zlín Region, film festival, financing, development, tourism

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěl velmi poděkovat všem, kteří se přímo i nepřímo podíleli na vzniku této diplomové práce. Hlavně vedoucímu diplomové práce, panu doc. RNDr. Oldřichu Hájkovi, Ph.D., který mi velmi pomohl a poskytl cenné rady a svůj názor vždy, kdy bylo třeba. Svůj dík bych také rád vyjádřil celému produkčnímu týmu ZLÍN FILM FESTIVALU a společnosti FILMFEST s. r. o., jejíž pracovníci vždy ochotně spolupracovali, poskytovali důležité materiály a podporovali vznik této práce.

Motto: Úspěšný je ten, kdo dělá více, než musí. Úspěch, ten je dobrovolný.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 VÝCHODISKA A CÍLE PRÁCE	13
1.1 CESTOVNÍ RUCH	14
1.1.1 Cestovní ruch a Evropská Unie	14
1.1.2 Význam cestovního ruchu v EU	15
1.1.2.1 Cestovní ruch v rámci Agendy 21	15
1.1.3 Objekt a typologie cestovního ruchu	15
1.1.4 Filmový cestovní ruch	16
1.2 MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ FESTIVALŮ	18
1.2.1 Soukromé zdroje financování	19
1.2.1.1 Darovací smlouva a dar	19
1.2.1.2 Sponzoring	20
1.2.1.3 Fundraising	20
1.2.2 Financování z veřejných zdrojů	21
1.2.2.1 Státní fond Kinematografie	23
1.2.2.2 Program MEDIA	24
1.3 CPM ANALÝZA.....	26
1.3.1 Definice časových charakteristik.....	26
1.3.2 Typy časových rezerv.....	27
2 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU ZLÍNA	28
2.1 UBYTOVÁNÍ.....	29
2.2 CÍLE CESTOVNÍHO RUCHU	31
3 HISTORIE A VÝVOJ ZLÍN FILM FESTIVALU	35
3.1 FILMOVÉ ŽNĚ (1940 – 1941).....	35
3.2 MEZIDOBÍ (1942 – 1947).....	36
3.3 FILMOVÝ FESTIVAL PRACUJÍCÍCH (1948 – 1960)	36
3.4 CELOSTÁTNÍ PŘEHLÍDKA ČESKOSLOVENSKÝCH FILMŮ PRO DĚTI A MLÁDEŽ (1961 – 1964).....	37
3.5 MEZINÁRODNÍ FESTIVAL (1965 – 1967)	37
3.6 FESTIVAL FILMŮ PRO DĚTI A MLÁDEŽ (1972 – 1992)	38

3.7	MEZINÁRODNÍ FESTIVAL FILMŮ PRO DĚTI A MLÁDEŽ (1992 – 2009).....	38
3.8	ZLÍN FILM FESTIVAL (2010 - SOUČASNOST)	39
	SLOVO ZÁVĚREM	41
II	PRAKTICKÁ ČÁST	42
4	VLIV ZLÍN FILM FESTIVALU NA MĚSTO ZLÍN	43
4.1	FINANČNÍ PŘÍNOS DO REGIONU	44
4.2	NÁVŠTĚVNOST A POČET PROJEKČÍ V PRŮBĚHU LET.....	53
5	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	57
5.1	SOUČASNÝ STAV.....	57
6	OPATŘENÍ ROZVOJE.....	60
6.1	DOBROVOLNICTVÍ A BACK OFFICE	60
6.1.1	Návrhy na zvýšení efektivity dobrovolníků	61
6.2	DOPROVODNÝ PROGRAM	63
6.2.1	Projekt Kinematovlak a jeho analýza	64
6.2.2	CPM analýza	65
6.2.3	Potvrzení řešení v programu WinQSB.....	69
6.2.4	Interpretace výsledků	70
6.2.5	Rozšíření projektu	71
6.2.6	Návrh projektu.....	72
	ZÁVĚR	76
	RESUMÉ	78
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	80
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	85
	SEZNAM OBRÁZKŮ	86
	SEZNAM TABULEK.....	87
	SEZNAM PŘÍLOH.....	88

ÚVOD

Část tématu této diplomové práce jsem tušil již od ukončení bakalářského studijního programu. Věděl jsem, že částečně se bude práce zabývat ZLÍN FILM FESTIVALEM, jelikož filmový festival tvoří vsutku velkou část mého nejen pracovního života. Na filmovém festivalu jsem jako člen produkce podílel od roku 2004, nicméně brigádně jsem se festivalu účastnil již jako žák povinné školní docházky, tedy o několik let dříve. Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně, jak se festival dříve nazýval, je největší a nejstarší festival svého druhu na světě. Dle slov bývalého uměleckého ředitele festivalu pana Petra Kolihy: „Festival je jako živý organismus, který se neustále vyvíjí.“ Budeme i v této diplomové práci hledat možnosti dalšího rozvoje.

Jako každá akce tohoto stáří, přeci jen letos hovoříme o již padesátém čtvrtém ročníku, má velmi zajímavou a barvitou historii, která je samozřejmě spjata s celou řadou faktorů. Například zakázání Filmových žní v roce 1942, kdy o rok dříve žně demonstrovaly, že český film byt' těžce utlačovaný okupační mocí, na tom není tak špatně. Podruhé festival zasáhly politické vlivy o několik roků později, kdy v roce 1948 nově vznikl, již v Gottwaldově, Filmový festival pracujících. O jednotlivých podobách, změnách a vývoji festivalu pohovoříme v teoretické části této práce. Kromě vývoje přímo festivalu, se částečně dotkneme historie filmových ateliérů ve Zlíně, která s festivalem velmi úzce souvisí. Jelikož se jedná o festival ve Zlíně a budeme v dalších kapitolách hovořit i o vlivu festivalu na cestovní ruch města Zlína. Abychom mohli pojem cestovního ruchu lépe uchopit a tento faktor implementovat, zastavíme se u cestovního ruchu, jak v obecném, tak i zacíleném měřítku.

V části praktické se již budeme zabývat vlivem festivalu z hlediska skutečného, tedy určíme indikátory a faktory ovlivňující tento jev. Na program ZLÍN FILM FESTIVALU, a to nejen filmový, ale i doprovodný úzce navazuje jeden z dalších bodů, což je dotazníkové šetření. Daný dotazník je v obecné rovině složen ze dvou hlavních částí. V té první hodnotící, kde respondenti evaluují jednotlivé části programu a festival jako celek a druhé části návrhové, kde jsou nastíněny možné body rozvoje programu. Také je v dotazníku možnost reakce v systému otevřených otázek. Na základě shromážděných dat provedu vyhodnocení jednotlivých atributů.

Mezi hlavní milníky této práce skutečně považuji analýzu vlivu festivalu, coby rozsáhlé kulturní akce na město, což je velmi obtížně uchopitelný úkol. Zaměříme se na údaje o

využití ubytovacích kapacit v rámci festivalových dnů a vyčíslíme jejich hodnotu, poté se budeme zabývat faktorem finančním, tedy jakou částku přináší festival regionu a faktorem cestovního ruchu. Festival také zvyšuje povědomí o městě Zlíně, přeci jen je navštěvován osobnostmi světového formátu a píše se o něm až v dalekém Hollywoodu. Pro naše potřeby budeme hovořit o celkové návštěvnosti projekcí, promítnutých filmů, počtu zapojených zemí a návštěvnosti doprovodného programu.

Věřím, že závěry práce budou přínosné nejen pro rozvoj festivalu, ale přispějí i k upevnění spolupráce mezi festivalem, jeho partnery a spoluorganizátory, kterými jsou Statutární město Zlín a Univerzita Tomáše Bati. Závěrem tohoto krátkého úvodu můžeme uvést několik vět, které o festivalu řekli, napsali, osobnosti, které Zlín navštívili.

"Zlínský festival je fantastický! Je jedním z nejlepších, jaký jsem kdy navštívila. Nabízí unikátní možnost objevovat nejen široké množství filmů pro děti a mládež, ale také práci začínajících filmařů."

Jo-Anne Blouin, ředitelka dětského filmového festivalu v Montrealu.

"Děkuji, Zlíně. Prožili jsme překrásný čas na vašem festivalu. Byli jsme přijati s vřelostí a zacházeli s námi jako s královskou rodinou. Měli jsme možnost setkat se s několika zajímavými, tvůrčími lidmi! Ale nejvděčnější jsem za inteligentní a promyšlený obsah festivalového programu. Děkuji."

Maria Doyle Kennedy, herečka a zpěvačka

"Zlínský festival je jedinečný, plný vitality, vzrušení a entusiasmů. Je to možná nejlepší festival svého druhu a s jeho koncentrací mládeže a dětí zajišťuje, že magie filmu je v moderním světě ve skutečně bezpečných rukou. Bravo, Zlíně!!"

Patrick McCabe, spisovatel

"Festival má výhodu, že se tradičně koná začátkem léta, kdy je ve Zlíně nádherné počasí. Takže kromě filmového programu poskytuje i řadu mimofilmových atrakcí. Proto je tak oblíben svými hosty. Bylo by třeba ještě více zdůraznit, že si tu na své přijdou i dospělí filmoví fanoušci."

Jan Hřebejk, režisér

"Je málo tak příjemných a tak říkajících rodinných festivalů, jako ten zlínský. Není sice malý, ale při tom se tam člověk cítí jako ve vlastní rodině."

Jiří Menzel, režisér

I TEORETICKÁ ČÁST

1 VÝCHODISKA A CÍLE PRÁCE

Hlavním cílem práce je diskuse existence vlivu Zlín Film Festivalu na město Zlín. Tedy zjistit, zda vliv existuje, případně určit míru tohoto vlivu. Podle dotazníku, kterým se budeme detailně zabývat v příslušné kapitole praktické části, předběžně vyplynulo, že respondenti věří v existenci vlivu mezi festivalem a městem, ve kterém se koná. Tento průzkum tímto potvrdil i mou počáteční domněnku, která byla založena na létech pozorování. V tuto chvíli tedy uvažujeme hypotézu, že vliv festivalu na město Zlín skutečně existuje. Nebojím se tento vliv a stav věci označit oboustrannou závislostí. Nejdříve je potřeba se zamyslet, z čeho tento vliv může plynout, kde jsou jeho základy, jaké faktory jej ovlivňují a proč.

Tento vliv je generován z obou stran, město Zlín, jakožto spoluorganizátor akce a také poskytovatel dotace z městského rozpočtu a festival coby významná aktivita v rámci cestovního ruchu a částečně i marketingová značka regionu. Festival během svého průběhu využívá významnou měrou ubytovací kapacity ve městě, na které je navázáno mnoho dalších činností, například služby pohostinského typu, dále pak nabízí možnosti zaměstnání některé sezónní, jednorázové, některé dlouhodobějšího charakteru. V rámci nejen doprovodného programu jsou v rámci smluv navázáni hudebníci, moderátoři, herci, animátoři, produkční agentury, využívají se služby cateringu, kadeřníků, maskérů, dopravy a mnohé další. Tedy festival generuje určitý zisk do regionu i v čistě peněžní formě. Vliv festivalu dále pramení z jeho návštěvnosti a marketingové strategie, jelikož už sám název napovídá, odkud festival pochází. Návštěvnost můžeme také vyjádřit slovem turismus. Turismus nám představuje poměrně nový a dynamický sektor ekonomické lidské činnosti. Tedy bychom se na něj měli zaměřit v rámci rozvoje regionu.

Na dalších stránkách se také zmíníme o regionální ekonomice a o rozvoji regionální ekonomiky. Při definici rozvoje regionální ekonomiky se autoři překvapivě neshodují a definují tento pojem velmi široce a odlišně. Stimson, Stough a Roberts (2006, str. 4) definují regionální ekonomický rozvoj dvojmo, jak produkt, tak i proces. Například jako produkt ekonomického rozvoje uvádějí počet pracovních míst, ekonomické bohatství – majetek, kvalitu života, investice a kvalitu pracovních podmínek, tedy věci, kterými jsou lidé pracující, žijící a investující v regionu znepokojeni či ovlivňováni. Příkladem procesu jsou věci, kterými se zabývají odvětví plánující rozvoj a ekonomové, tedy podpora průmyslu, infrastruktura, zaměstnanost, kvalita pracovní síly a rozvoj trhu. Samozřejmě je

velmi obtížné sladit požadované výsledky ekonomiky s procesy, které používáme k jejich dosažení.

1.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je ekonomicko-společenský fenomén, který z hlediska historie postupně nabývá na významu, jak z pohledu společnosti, tak i jednotlivce. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel, zejména ekonomicky vyspělých zemí. Začátek rozvoje cestovního ruchu, který označujeme jako moderní cestovní ruch, datujeme na přelomu 19. a 20. století. Synonymem cestovního ruchu čím dále častěji používáme pojem turismus, který je téměř identický ve všech světových jazycích. Pro vymezení cestovního ruchu využíváme i další pojmy, které již však nejsou synonymy, jedná se například o pojmy rekreace, turistika, zotavení (Hesková, 2011, s. 7 - 10).

Jako definicí cestovního ruchu se mi zdá nejvhodnější názor a zde bych i citoval Palatkovou (2011, s. 11), kde uvádí: „*Turismus bývá často označován za složitý socioekonomický jev, který zasahuje do celé řady ekonomických i sociálních, psychologických a ekologických a geografických oblastí společnosti.*“ Cestovní ruch je tedy jevem průřezovým a mnohostranným, čímž vzniká potíž v jeho přesné a jasné definici.

Moderní cestovní ruch je produktem ekonomického rozvoje společnosti, rozvoje výrobních procesů a výrobních faktorů. V závislosti na rozvoji turismu, rostou také nároky na administrativní, materiálně-technické podmínky a odbornou kvalifikaci. V evropských zemích se cílená politika cestovního ruchu začala tvořit během padesátých let, nicméně k jejímu rozvoji dochází až v letech osmdesátých (Hesková, 2011, s. 41).

1.1.1 Cestovní ruch a Evropská Unie

Jeden z prvních dokumentů Evropské unie, který se týkal turismu, není zakládající smlouva EHS, ale pouhé Doporučení Rady týkající se činnosti vlády na podporu cestovního ruchu z 20. 7. 1965. Cestovní ruch a jeho ovlivňování, mají v kompetencích dvě instituce EU, a to Evropský parlament a Evropská komise. Nejširší rámec rozvoje cestovního ruchu v EU tvoří jednotný vnitřní trh EU, kdy umožňuje volný pohyb osob a tím usnadňuje cestování. Na tomto místě bychom mohli zmínit i lepší cestování uvnitř Schengenského prostoru, kdy mohou osoby překračovat hranice smluvních států na kterémkoliv místě, aniž by musely projít hraniční kontrolou. Prostor se označuje podle

vesnice Schengen v Lucembursku, kde byla 14. června 1985 podepsána Schengenská dohoda. Smluvními státy jsou převážně země Evropské unie, ale i některé nečlenské země EU. V rámci EU, také odpadají jakékoliv hraniční kontroly, cla a turisté tak mohou v Unii nakupovat zboží, aniž by museli následně platit clo (Hesková, 2011, s. 48).

1.1.2 Význam cestovního ruchu v EU

Na průmysl cestovního ruchu v EU připadá asi 5% HDP a zaměstnanosti. Toto číslo není samozřejmě pro všechny členské státy stejné, ale fluktuuje mezi 3% - 8%. Uvažujeme-li v širších souvislostech, tak cestovní ruch také podporuje maloobchod, dává vzniknout specializovaným zařízením, tedy rozsah je jedenapůlkrát větší, než je cestovní ruch samotný. Cestovní ruch patří mezi růstové sektory evropské ekonomiky s nejlepšími vyhlídkami, prognózy předpovídají silnější růst turismu než průměrný hospodářský růst.

V posledních letech bylo pouze v rámci hotelů a restaurací v Evropě vytvořeno více než sto tisíc pracovních míst ročně. *Evropa je s největší rozmanitostí a hustotou turistických atrakcí nejnavštěvovanějším regionem světa.* Pokud vytrvají stávající trendy, tak růst činností související s rozvojem cestovního ruchu, bude vyšší než v samotném turismu. Také zaměstnanost v tomto sektoru by měla vzrůst asi o 15% (Houška, 2010, s. 114 – 115).

1.1.2.1 Cestovní ruch v rámci Agendy 21

Na evropské úrovni již bylo učiněno několik pokusů o adaptaci principu udržitelného rozvoje specifickým vlastnostem cestovního ruchu. Dále stoupá poptávka po identifikaci směrnic a nezbytných opatřeních pro získání modelu udržitelného rozvoje cestovního ruchu. Nástrojem strategie udržitelného rozvoje pro turismus, ve formě akčního programu se stal dokument znám jako Agenda 21. Tento program se týká důležitých bodů, jakými jsou: ochrana přírodních zdrojů, začlenění problému životního prostředí a chudoby do strategie cestovního ruchu, zlepšení participace zainteresovaných subjektů (Houška, 2010, s. 131).

1.1.3 Objekt a typologie cestovního ruchu

Objektem turismu je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jedná se tedy o kulturu, hospodářství, přírodu a další. Objekt je tvořen cílovým místem, podniky a institucemi cestovního ruchu. Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě (Hesková, 2011, s. 13). O druzích, typech, cestovního ruchu hovoříme, když za základ posuzování cestovního

ruchu vezmeme motivaci účastníků daného turismu. Tedy účel, proč na dané místo cestují a pobývají přechodně na cizím místě. V každodenní praxi se turismus projevuje v mnoha formách a druzích, které se neustále vyvíjejí a obohacují, nemůžeme tedy specifikovat cestovní ruch jen ve všeobecné rovině (Hesková, 2011, s. 19). Palatková (2011, s. 19) naproti tomu člení turismus prvně podle místa realizace, následně dle vztahu k platební bilanci, způsobu zabezpečení cesty a pobytu, věku účastníků a dalších kritérií. Dle místa turismu posuzujeme a dělíme cestovní ruch ve vztahu ke sledované zemi, a to na domácí turismus, výjezdový a příjezdový turismus, které jsou hromadně označovány jako zahraniční cestovní ruch.

Jelikož hovoříme o cestovním ruchu v souvislosti s filmovým festivalem, tak se zaměříme na specifický druh turismu, a tím je kulturní cestovní ruch. Účast na tomto konkrétním typu cestovního ruchu umožňuje uspokojení potřeb lidí, kteří jsou motivováni poznáváním kulturního dědictví, kultury a způsobu života obyvatel cílových míst, možností zábavy, rozptýlení apod. Kulturní cestovní ruch se významnou měrou podílí na zvyšování kulturní, společenské a odborné úrovně lidí a má mnoho forem. Oblíbenými formami je studium v zahraničí, odborné stáže, návštěvy kulturních památek, nalezišť, divadelních, filmových a hudebních festivalů (Hesková, 2011, s. 22). Tento konkrétní typ turismu bývá někdy také označován jako kulturněpoznávací, jelikož je zaměřen na poznávání historie, kultury, zvyků a stylu života rezidentů daného navštěvovaného místa (Palatková, 2011, s. 25).

1.1.4 Filmový cestovní ruch

Filmový turismus popisuje efekt či efekty, kterými filmový a televizní průmysl ovlivňuje naše rozhodování ve výběru míst, která navštívíme. Dále nás inspiruje i k vůbec prvotní myšlence danou cestu podniknout a zažít viděnou přírodu a místa na vlastní kůži. Jak je již řečeno výše, tak cestovní ruch má výborné marketingové výsledky v propagaci a tím i zvyšování atraktivity regionu. I zde je na tento sektor navázáno množství dalších odvětví, například muzea, výletní trasy po místech známých z filmu či televize, dále je to hotelnictví, restaurace a další služby. Z těchto všech faktorů nám plyne zvyšování zaměstnanosti a příjmy daného regionu, tedy lepší ekonomická situace a možné zvýšení absorpční kapacity pro získávání dotací a růst oblasti jako celku (přeloženo z film-tourism.com, ©2014). Můžeme říci, že lidi, kteří se vypraví na jiná místa v rámci filmového cestovního ruchu, dělíme na tři typy návštěvníků, přičemž každý z nich cestuje na daná místa za jiným účelem (Horák, 2013, s14). První typ turistů pobývá na daných

filmových lokacích jen krátce a jsou označováni jako „The spectatorial gazer“. Hlavním cílem takto motivovaných cestujících je vyfotit se, nahrát se na kameru u daného známého místa jako důkaz, že se zde skutečně nacházel. Další, druhý typ turistů, které nazýváme „collective gazer“, je podobný typu předchozímu, ale je podstatné, že daný výlet či prohlídku prožívají spolu s ostatními návštěvníky. (Roesch, 2009, s. 129-130). Třetí typ turistů označuje Roesch (2009, s. 134 – 135) jako takzvané „the romantic gazers“, a dle mého názoru jsou diametrálně rozdílní od předchozích dvou. Tito cestovatelé chtějí hlavně doslova „nasát“ atmosféru daného místa, filmové lokace. Tedy tito návštěvníci cestující za cílem poznání přírody a okolí daného místa jako takového, třeba i v kostýmech z konkrétního filmu a na danou lokalitu pohlížejí jako na místo posvátné a vzácné.

Filmový cestovní ruch je celosvětově rostoucím odvětvím, díky kterému se zvyšuje zahraniční turismus, zapříčiněný motivací lidí, kteří chtějí natáčecí místa navštívit. Uveďme si dva příklady pro ilustraci. Do dnešních dnů těžší Chorvatsko z míst, kde byly natáčeny příběhy o apačském náčelníkovi Vinnetouovi. Pořádají se plavby po řece Zrmanje, která představoval slavné Rio Pecos, návštěvníci se vozí terénními auty po místech, kde stálo Pueblo Apačů a ukazují se obrázkové výstřižky z filmů, kde se turisté fotí ve stejných pózách jako slavní hrdinové.

Zaměříme-li se na modernější kinematografii, tak hned můžeme podobný a zároveň mnohem větší efekt vidět na lokalitě Nového Zélandu, který se po natáčení trilogie Pán Prstenů – potažmo Hobita stal, vyhledávanou destinací fanoušků tohoto příběhu. V současnosti můžeme říci, že nejčastější asociací a téměř synonymem k pojmu „Nový Zéland“ je Pán Prstenů, nikoliv nelétavý pták Kiwi, či hmyz Weta. Novozélandská asociace cestovního ruchu pohlížela na první natočený díl Pána Prstenů jako na nástroj propagace a promotion a zajímalo je, kolik by expozice, tedy zviditelnění tohoto hypotetického nástroje stála. Na základě návštěvnosti odhadli, že použití tohoto marketingové nástroje by vyneslo čtyřicet jeden miliónů amerických dolarů (New Zealand Institute of Economic Research, 2002).

Navzdory tomu, jak se filmový cestovní ruch dynamicky rozvíjí, jak je zkoumán a na velikosti jeho potenciálu, nebyly zatím určeny kritické faktory, které jej ovlivňují. Ritchie a Hudson (2006) zmiňují tyto faktory úspěšnosti filmového turismu: určení marketingové aktivity, vlastnosti destinace, filmově specifické faktory, provize filmu, které se vrátí do regionu, úsilí vlády a umístění proveditelnosti. V následné tabulce pro ilustraci uvádím dopad filmového turismu na jednotlivé lokace po odvysílání celosvětových premiér filmů.

FILM TOURISM IMPACTS

Film or TV Series	Location	Impact on Visitor Numbers or Tourist Revenue
Braveheart	Wallace Monument, Scotland	300% increase in visitors year after release
Heartbeat	Goathland, North Yorkshire, England	Three times the number of normal visitors in 1991
Deliverance	Rayburn County, Georgia	20,000 film tourists a year Gross revenues \$2 to 3m
Dances with Wolves	Fort Hayes, Kansas	25% increase compared with 7% for previous 4 years
Close Encounters of the Third Kind	Devils Tower, Wyoming	75% increase in 1975 20% visit now because of the film
Thelma and Louise	Arches National Monument in Moab, Utah	19.1% increase in 1991
Field of Dreams	Iowa	35,000 visits in 1991 Steady increase every year
Dallas	Southfork Ranch, Dallas	500,000 visitors per year
The Lord of the Rings	New Zealand	10% increase every year 1998 to 2003 from UK
Steel Magnolias	Louisiana	48% increase year after release
Last of the Mohicans	Chimney Rock Park, North Carolina	25% increase year after release
The Fugitive	Dillsboro, North Carolina	11% increase year after release
Little Women	Orchard House, Concord, Massachusetts	65% increase year after release
Bull Durham	Durham, North Carolina	25% increase in attendance year after release
Harry Potter	Various locations in U.K.	All locations saw an increase of 50% or more
Mission: Impossible 2	National parks in Sydney	200% increase in 2000
Gorillas in the Mist	Rwanda	20% increase in 1998
Crocodile Dundee	Australia	20.5% increase in U.S. visitors 1981 to 1988
The Beach	Thailand	22% increase in youth market in 2000
All Creatures Great and Small	Yorkshire Dales	Generated £5m for Yorkshire Dales
To the Manor Born	Cricket St Thomas, Leisure Park, England	37% increase between 1978 to 1980
Middlemarch	Stamford, Lincolnshire, England	27% increase in 1994
Four Weddings and a Funeral	The Crown Hotel, Amersham, England	Fully booked for at least 3 years
Mrs. Brown	Osborne House, Isle of Wight, U.K.	25% increase
Notting Hill	Kenwood House, England	10% increase in 1 month
Saving Private Ryan	Normandy, France	40% increase in American tourists
Sense and Sensibility	Saltram House, England	39% increase
Pride and Prejudice	Lyme Park in Cheshire, UK	150% increase in visitors
Cheers	Location in Boston	\$7m in unpaid promotional advertising each year
Miami Vice	Miami	150% increase in German visitors 1985 to 1988
Forrest Gump	Savannah, Georgia	7% increase in tourism
Troy	Canakkale, Turkey	73% increase in tourism
Captain Corelli's Mandolin	Cephalonia, Greece	50% increase over 3 years

Sources: Riley and van Doren (1992); Tooke and Baker (1996); Grihault (2003); Croy and Walker (2003); Cousins and Anderek (1993); Busby, Brunt and Lund (2003); Riley, Baker, and van Doren (1998).

Z tabulky je zřejmé, že některá místa zažila „poměrně veliký boom“ v cestovním ruchu díky jejich propagaci v příslušném filmu. Také filmy jako je Statečné srdce, Tanec s vlky, Harry Potter či již zmíněný Pán Prstenů generovali zisk nejen ve filmovém průmyslu, ale tedy i zde v cestovním ruchu. Dále potom je třeba vzít v potaz i samotné natáčení filmů na daném místě.

1.2 Možnosti financování festivalů

Akce kulturního charakteru, kterou popisují v této práci, je z té části kulturních akcí, která není komerčního charakteru, tedy není organizována pro zisk. V současné době jsou akce, kde si zaplatíte daný zážitek poměrně vysokým vstupným s velikou návštěvností nebo akce, které jsou opakem. Pod akcemi s velkými náklady pro nás diváky si můžeme

představit drahé koncerty předních světových hvězd nebo módní přehlídku známých návrhářů, například paní Blanky Matragi. Pod akcemi, které jsou vytvářeny řekněme pro vzdělání, kulturní zážitek pro široké publikum, je například zlínský festival. Během celého týdne se uskuteční několik stovek projekcí s návštěvností přes stotisíc diváků. Jak tedy financovat tyto projekty, kde je vstupné symbolické a nestačí na pokrytí nákladů?

1.2.1 Soukromé zdroje financování

1.2.1.1 Darovací smlouva a dar

Darovací smlouva je upravena novým občanským zákoníkem, zákon 89/2012 Sb., a konkrétně se jedná o § 2055. Darovací smlouvou projevuje dárce štědrost vůči obdarovanému a obdarovaný není vůči dárci vázán k protiplnění. Dárce může darovat třeba i všechn svůj současný majetek nebo až jednu polovinu majetku budoucího (§ 2058). Nově kodifikovaný soukromoprávní kodex nabyl účinnosti 1. 1. 2014, respektuje ve značné míře svobodnou vůli zainteresovaných osob a dává jim větší možnosti při úpravě vzájemných vztahů. Celkový soubor smluvního práva, které upravuje darovací smlouvu a problematiku darování, stejně tak jako institutem odvolání daru se zabývají § 2055 - § 2078.

V zákonu č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů, ve znění pozdějších předpisů se v § 15 odst. 1 uvádí, že od základu daně lze odečíst hodnotu bezúplatného plnění poskytnutého obcím, krajům, organizačním složkám státu, právníckým osobám se sídlem na území České republiky, jakož i právníckým osobám, které jsou pořadateli veřejných sbírek podle zvláštního zákona, a to na financování vědy a vzdělání, výzkumných a vývojových účelů, kultury, školství, na policii, na požární ochranu, na podporu a ochranu mládeže, na ochranu zvířat a jejich zdraví, na účely sociální, zdravotnické a ekologické, humanitární, charitativní, náboženské pro registrované církve a náboženské společnosti, tělovýchovné a sportovní, a politickým stranám a politickým hnutím na jejich činnost, dále fyzickým osobám s bydlištěm na území České republiky, které jsou poskytovateli zdravotních služeb nebo provozují školy a školská zařízení a zařízení pro péči o toulavá nebo opuštěná zvířata nebo pro péči o jedince ohrožených druhů živočichů, na financování těchto zařízení, dále fyzickým osobám s bydlištěm na území České republiky, které jsou poživateli invalidního důchodu nebo byly poživateli invalidního důchodu ke dni přiznání starobního důchodu nebo jsou nezletilými dětmi závislými na péči jiné osoby podle zvláštního právního předpisu, na zdravotnické prostředky nejvýše do částky nehrazené zdravotními

pojišťovnami nebo na zvláštní pomůcky podle zákona upravujícího poskytování dávek osobám se zdravotním postižením nejvýše do částky nehrazené příspěvkem ze státního rozpočtu, a na majetek usnadňující těmto osobám vzdělání a zařazení do zaměstnání, pokud úhrnná hodnota bezúplatných plnění ve zdaňovacím období přesáhne 2 % ze základu daně anebo činí alespoň 1000 Kč.

1.2.1.2 Sponzoring

Sponzoring můžeme označit jako cílenou komerční komunikaci, která v myslích zákazníků spojuje značku či produkt s třetí stranou. Značka se tedy napojuje na asociace spojené se sponzorovanou událostí. Tyto asociace se tak přenášejí na značku jako takovou. (MediaGuru.cz, ©2014). Dvořáková (2005, s. 29) popisuje sponzoring jako vkládání finančních prostředků do události, osoby, projektu s cílem podpořit dobrou věc, ale také zviditelnit svou značku, tím zvednout povědomí o značce a tak zvednout odbyt. Dále vysvětluje, že sponzorské aktivity firem, bank a dalších komerčních institucí se nezaměřuje pouze na sport, kde se s ním setkáváme v nejmasovějším měřítku, ale i kulturních, vědeckých, charitativních a dalších aktivit, které slouží k budování image jednotlivých firem.

Sponzoring se od reklamy liší tím, jak funguje. Zatímco reklama má ambice přimět příjemce sdělení k změně chování, k akci (call-to-action), sponzoring spojuje značku s hodnotami sponzorovaného subjektu. Důležitý je tedy kontext. Sponzor tedy za své peníze dostává protihodnotu. Protihodnota bývá vyjádřena publicitou spojenou s událostí, změnou jména sportovního týmu, v případě filmového festivalu spoty v kinech, logy na plakátech a další propagací (MediaGuru.cz, ©2014).

1.2.1.3 Fundraising

Fundraising je strategicky významná aktivita, vzniklá v USA, vedoucí k ekonomickému zajištění nevládních neziskových organizací (NGO's) v dlouhodobém horizontu. Tato aktivita je zaměřena na soukromé subjekty v okolí dané organizace. Přesto je tato forma financování v České republice poměrně neznámým pojmem, což plyne z historických souvislostí. Neziskové organizace preferovaly a stále preferují zabezpečení zdrojů z veřejných rozpočtů. Toto chování je poměrně jasné u neziskových organizací, které jsou založeny státem, krajem či obcí, tyto jsou zcela prokazatelně a logicky navázané na rozpočet jejich zřizovatele (Dostál, 2012, s. 113).

Foundraising představuje systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které neziskové organizace potřebují k realizaci svého poslání prostřednictvím jednotlivých projektů. Rozvoj této aktivity je v poslední době stále intenzivnější a foudraising a jeho metody mají mnoho podob. Nicméně v základu je to stále stálé žádání o příspěvky, dary a v širším pojetí i o dotace, pokud oslovíme i veřejné rozpočty. Tedy, jak říká Dostál (2012, s. 114) jedná se o *aplikaci marketingového umění*. Aby bylo dosaženo kýženého cíle, je třeba respektovat důležité zásady:

- 1) při opatrování prostředků je nutné mít na paměti, že jde hlavně o naplnění cílů a poslání dané NGO, nikoliv přímo o dané prostředky.
- 2) potencionální dárce v okolí organizace je třeba průběžně vzdělávat v oblasti cílů a náplně naší organizace
- 3) musíme dodržovat etické principy a všeobecně akceptovanou morálku, tedy je třeba užívat pravdivé informace
- 4) foundraising musíme správně zacílit, důležitý je osobní kontakt s lidmi, nikoli instituce
- 5) z lidí a potencionální dárců v okolí bychom měli vytvářet okruh příznivců naší organizace, tedy naší práce
- 6) jak již z výše uvedeného vyplývá, musí se jednat o aktivně vyvíjenou činnost. Lidové přísloví „bez práce nejsou koláče“ platí i zde.
- 7) *klíčovým významem foundraisingu je poděkování* (Dostál, 2012, s. 114)

Finančně ekonomická situace neziskových organizací se mění. Veřejné zdroje jsou omezovány a financování organizace je třeba řešit vícero zdroji. Důležitým kritériem, kromě soběstačnosti organizace v kultuře, je návštěvnost jako výraz zájmu o danou formu kultury, potažmo i vlastní organizaci (Dostál, 2012, s. 120).

1.2.2 Financování z veřejných zdrojů

O problematice veřejných rozpočtů na jednotlivých vstupních, jmenovitě rozpočet státní, krajský a městský, by se daly napsat celé knihy. Pro naše potřeby, se zde budeme zabývat konkrétními zdroji financování, které se týkají Zlín Film Festivalu, tedy které tvoří příjmovou stranu jeho rozpočtu. Jednotlivé zdroje financování jsou uvedeny v následující tabulce:

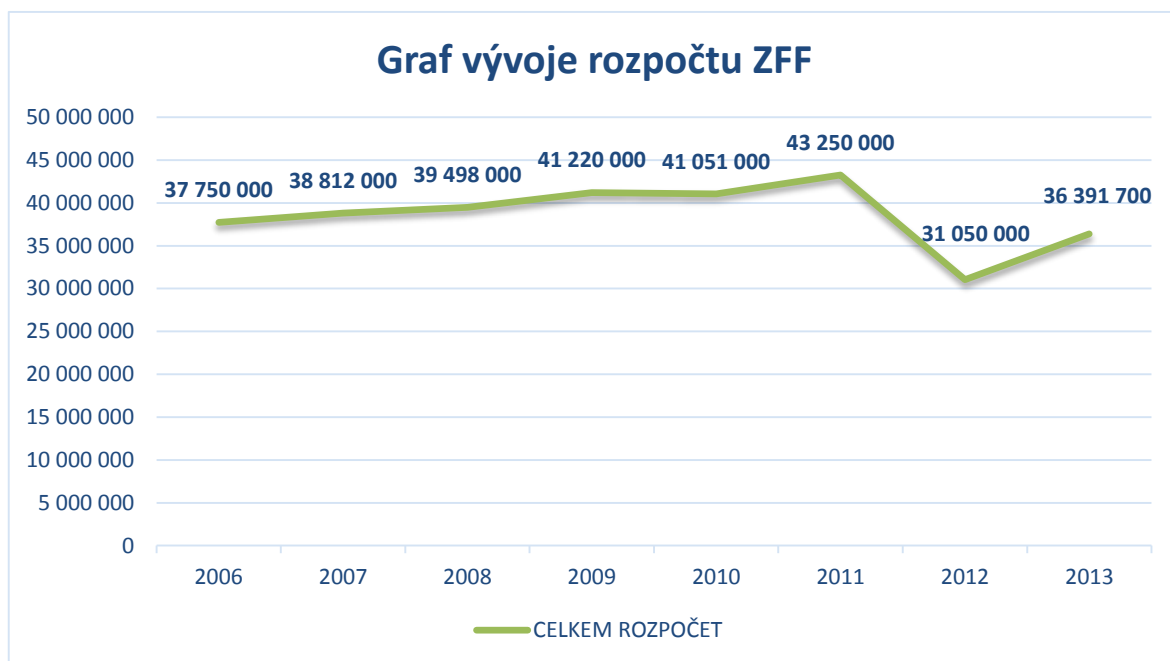
Zdroje financování	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ministerstvo kultury ČR	16 500 000	11 500 000	11 000 000	10 000 000	9 000 000	8 000 000
Státní fond kinematografie	2 000 000	3 000 000	1 000 000	2 000 000	1 500 000	500 000
Město Zlín	4 000 000	5 000 000	6 500 000	4 900 000	4 900 000	6 900 000
Zlínský kraj	800 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Město Otrokovice	150 000	120 000	100 000	90 000	70 000	73 300
program MEDIA	950 000	2 100 000	1 800 000	1 800 000	1 510 000	1 650 000
Visegrad Found	250 000	0	0	0	0	0
Dar	700 000	2 900 000	2 000 000	2 000 000	0	700 000
sponzoring	14 148 000	15 600 000	17 651 000	21 460 000	13 070 000	17 568 400
CELKEM ROZPOČET	39 498 000	41 220 000	41 051 000	43 250 000	31 050 000	36 391 700

Tabulka 1 – Financování Zlín Film Festivalu. Zdroj: FILMFEST s.r.o.

Jelikož o sponzoringu a darech jsme již hovořili v soukromých zdrojích financování, podíváme se detailněji na Státní fond kinematografie, program Media a také na další možnosti financování z prostředků EU.

Zároveň si na tomto místě shrneme financování festivalu jako celku. Podíváme-li se na tabulku, případně na její grafickou reprezentaci, (ta je na další straně) zjistíme dvě základní skutečnosti. První je ta, že ačkoliv po roce 2008, kdy nastal útlum světové ekonomiky v důsledku krize, která je některými označována jako socio-ekonomická, tak na financování festivalu se tato krize nijak nepodepsala.

Výrazné a zásadní snížení rozpočtu nastalo v roce 2012, kdy festival opustil velmi zásadní partner společnost SYNOT TIP a.s. Na odchodu tohoto strategického partnera a sponzora mohlo mít vliv mnoho faktorů. V první řadě to bylo schválení novely loterijního zákona (202/1990 Sb. o loteriích a jiných podobných hrách) a dále pak vyhlášení obecně závazné vyhlášky č. 3/2012 o zákazu provozování některých druhů loterií a jiných podobných her, na které se usneslo Zastupitelstvo města Zlína 10. 5. 2012, (č. usn. 48/12Z/2012). V roce 2013 byla podepsána smlouva s novým hlavním partnerem, a to se společností ENAPO OBCHODNÍ a.s. Z tohoto důvodu, můžeme vidět navýšení rozpočtu v roce 2013, které koreluje s navýšením částky v podkategorii sponzoringu.



Obrázek 1 – Vývoj rozpočtu ZFF. Zdroj: Vlastní tvorba.

1.2.2.1 Státní fond Kinematografie

Státní fond kinematografie vznikl 1. ledna 2013 na základě zákona č. 496/2012 Sb. o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů. Fond je právním nástupcem Státního fondu České republiky pro podporu a rozvoj české kinematografie.

Státní fond kinematografie zejména:

- 1) vykonává správu audiovizuálních poplatků, poplatku z vysílání reklamy a správních poplatků podle zákona o audiovizu,
- 2) vede evidenci v oblasti audiovize,
- 3) poskytuje podporu kinematografie,
- 4) vykonává majetková autorská práva a majetková práva výkonných umělců, která případnou státu podle jiného právního předpisu,
- 5) vykonává práva výrobce audiovizuálních děl, která na jeho právního předchůdce přešla podle jiného právního předpisu, a práva výrobce zvukově obrazového záznamu, která mu náleží podle jiného právního předpisu,
- 6) přiděluje koprodukční statut podle Úmluvy nebo jiné mezinárodní smlouvy o filmové koprodukci,
- 7) poskytuje filmové pobídky,

- 8) vykonává činnosti stanovené jinými právními předpisy. (Státní fond kinematografie, ©2014)

Rozpočet fondu kinematografie na roky 2014 a 2015 počítá s kladnými saldy v obou letech.

		v tis. Kč	
ukazatel		rok 2014	rok 2015
příjmy celkem		825 000	825 000
v tom:	daňové příjmy	159 000	159 000
	nedaňové příjmy	56 000	56 000
	přijaté transfery	610 000	610 000
výdaje celkem		760 000	780 000
saldo příjmů a výdajů		65 000	45 000

Tabulka 2 – Příjmy a výdaje státního fondu kinematografie na roky 2014 a 2015. Zdroj: MK ČR

1.2.2.2 Program MEDIA

Program MEDIA patří k podpůrným programům Evropské Unie a byl založen v roce 1991, a to rozhodnutím č. 1718/2006/ES. Následně je upravován Nařízením evropského parlamentu a rady (EU) č. 1295/2013, ze dne 11. prosince 2013, kterým se zavádí program Kreativní Evropa (2014–2020). Rozpočet programu MEDIA na roky 2007 – 2013 činil 755 milionů EUR a hlavní zaměření tohoto programu je zvyšování konkurenceschopnosti a oběhu evropských děl na mezinárodním audiovizuálním trhu. V současnosti je do programu zapojeny 34 zemí, kromě členských států EU jsou to státy patřící do Evropského hospodářského prostoru (EHP) a účastníci se programu MEDIA 2007 (Island, Lichtenštejnsko a Norsko), Švýcarsko a Chorvatsko, Bosna a Hercegovina. Finanční podporu může získat každá organizace či společnost, která předloží projekt splňující všechna kritéria stanovená pro přidělení této podpory. O podporu je možné žádat pouze v rámci pravidelně vypisovaných výzev k předkládání žádostí. Hlavní cíle programu MEDIA 2007:

- a) zachovávat a posilovat evropskou kulturní a jazykovou rozmanitost a kinematografické a audiovizuální dědictví, zajistit jeho dostupnost veřejnosti a podporovat mezikulturní dialog,

- b) *zvýšit oběh a sledovanost evropských audiovizuálních děl v rámci Evropské unie i mimo ni,*
- c) *posílit konkurenceschopnost evropského audiovizuálního odvětví v rámci otevřeného a konkurenčního evropského trhu (Kreativní Evropa, ©2008a).*

Na programovací období 2014 - 2020 navrhla Evropská komise novou podobu tohoto programu na podporu evropské kultury a kreativního průmyslu, a to s názvem Creative Europe, tedy Kreativní Evropa. Program má plánovaný rozpočet ve výši 1,8 mld. EUR a měl by vedle MEDIA zastřešit i další dosud samostatně fungující programy jako jsou například Culture a MEDIA Mundus a nový nástroj finančních záruk.

Za celou dobu fungování programu byly realizovány výzvy na podporu festivalů s názvem „Podpora audiovizuálních festivalů zaměřených na evropský film“, kdy podpora je určena všem festivalům hraných, dokumentárních, animovaných a krátkých filmů. Podmínky získání dotačního titulu:

- *70 % programu festivalu nebo min. 100 celovečerních filmů (400 krátkých filmů) musí pocházet ze zemí MEDIA*
- *alespoň 50 % z těchto filmů musí být zahraniční a zastupovat alespoň 15 různých zemí MEDIA*
- *podporu nemohou získat speciálně zaměřené festivaly (vědecké, sportovní, ekologické, reklamní apod.) nebo festivaly věnované amatérským filmům, videoklipům, nenarativním dílům apod.*
- *MEDIA poskytuje festivalům dvouleté smlouvy*

Přičemž paušální částka, kterou lze získat, závisí na počtu evropských filmů v programu festivalu, kdy 4 krátké filmy (méně než 50 minut) jsou ekvivalentní 1 celovečernímu. Hovoříme o částkách 27 000 – 75 000 EUR na projekt, v případě festivalu krátkých filmů 19 000 – 33 000 EUR.

Při hodnocení žádosti o získání titulu jsou hodnoceny následující kritéria:

- dopad na diváky (počet diváků, aktivity zaměřené na filmové vzdělávání, práce s publikem)
- evropská dimenze programu
- kulturní a geografická rozmanitost

- vliv na propagaci a distribuci evropských audiovizuálních děl (komerční nebo alternativní distribuce)
- kvalita a zkušenosti organizačního týmu (Kreativní Evropa, ©2008c).

Na program MEDIA v období do roku 2020 je v rámci *Kreativní Evropy* vyčleněno 900 mil. EUR, což představuje nárůst o 20 % oproti rozpočtu programu MEDIA 2007, kdy se jednalo o 755 mil. EUR. Náplň programu by měla pokračovat v osvědčených aktivitách, kterými jsou vzdělávání a propagace, podpora distribuce a natáčení filmových snímků. *Současná evropská kultura představuje velké bohatství, ale i potenciál pro ekonomický růst i zaměstnanost.* Kulturní odvětví generují přibližně 4,5 % evropského HDP a zaměstnávají zhruba 3,8 % pracovní síly EU, což je (8,5 milionů lidí).

Cílem programu Kreativní Evropa je podpořit rozvoj evropské kultury a kreativního průmyslu - hudby, filmu, architektury, divadla, designu, ale i kulturního dědictví. Program by měl přijmout za své nutnost překonat řadu výzev, kterým současná evropská kultura čelí. Prvním z nich je roztržštěný trh a velká jazyková rozrůzněnost, kvůli nimž umělci a jejich díla těžko pronikají za hranice země svého původu. Je tedy třeba podpořit mezinárodní spolupráci mezi subjekty v oblasti kultury i další šíření kultury a uměleckých děl za hranicemi země svého původu. Důležitá bude především podpora rozvoje publika pro evropská kulturní a umělecká díla (Kreativní Evropa, ©2008b).

1.3 CPM analýza

Vychází z teorie síťové analýzy, která je úzce propojena s praxí a patří mezi nejčastěji použitým metodám operačního výzkumu. CPM, což je zkrácenina anglického výrazu Critical Path Method, tedy metoda kritické cesty. Byla vytvořena v roce 1957 M. R. Walkerem aj. E. Kelleyem při řízení automatizace v továrně zabývající se výrobou chemikálií. Má tři základní fáze: 1) Výpočet nejdříve možných začátků a konců, 2) Výpočet nejpozději přípustných začátků a konců a 3) Výpočet časových rezerv (Kolčavová, 2010, s. 137 – 142).

1.3.1 Definice časových charakteristik

Nejdříve možný začátek vychází z toho, že sledovaná činnost nemůže začít dříve, než skončí všechny činnosti, na které navazuje. Značíme ZM_{ij} . Nejpozději přípustný začátek je rozdíl nejpozději přípustného konce trvání činnosti a doby trvání sledované akce. Značíme ZP_{ij} a výpočet je tedy: $ZP_{ij} = KP_{ij} - t_{ij}$. Nejdříve možný konec činnosti je součet doby

trvání činnosti, která je determinovaná, pevně daná a není možné ji měnit a dále nejdříve možného začátku akce. Značíme KM_{ij} . Nejpozději možný konec činnosti udává okamžik, kdy sledovaná akce musí nejpozději skončit. Můžeme jej také označit moderním anglikanismem rozšířený v manažerské praxi „deadline“. V případě, že dané činnosti přesáhne tento konec, dochází ke skluzu všech následujících činností. Značíme jej KP_{ij} (Kolčavová, 2010, s. 142 – 143).

1.3.2 Typy časových rezerv

Pro každou činnost můžeme určit tři typy časových rezerv. Jsou určeny jako Celková časová rezerva, Volná časová rezerva a Nezávislá časová rezerva.

Celková časová rezerva vyjadřuje velikost časového intervalu, který lze se můžeme zpozdít s ukončením dané činnosti, aniž by se změnila doba trvání celého projektu. Volná časová rezerva nám vyjadřuje velikost takového intervalu, o které se můžeme opozdit s ukončením činnosti, aniž by se tím zabránilo činností ihned následujícím začít realizaci, co nejdříve, tedy v jejich ZM_{ij} . Nezávislá časová rezerva vyjadřuje čas, o který lze opozdit skončení činnosti, která začala v nejpozději přípustném termínu, tedy ZP_{ij} , aniž by se tím zabránilo následujícím činností v začátku realizace v jejich ZM_{ij} . *Význam zavedení nezávislé časové rezervy spočívá v kombinaci využití všech uvedených časových rezerv u několika po sobě následujících činností. Při časové analýze projektu je hlavním cílem zjistit nejkratší dobu trvání projektu. Také tímto postupem zjistíme kritické činnosti, které nám v síťovém grafu, který je tvořen hranami a vrcholy, determinují kritickou cestu. (Kolčavová, 2010, s. 144). Kritická cesta je dána návazností kritických činností mezi začátkem a koncem projektu, tedy mezi vstupním a výstupním uzlem. Je to nejdelší možná cesta mezi vstupem a výstupem projektu. V síťovém grafu může být i více kritických cest. Kritická činnost je činnost, která při jejím prodloužení či zkrácení prodlouží nebo zkrátí dobu trvání celého projektu. Tyto činnosti mají také tu charakteristiku, že jejich časové rezervy jsou nulové (Kolčavová, 2010, s. 144).*

2 CHARAKTERISTIKA CESTOVNÍHO RUCHU ZLÍNA

I v současnosti je město Zlín stále chápáno jako „Baťovo“ město, jelikož Tomáš Baťa i jeho společnost skutečně postavila „Zlín“ na „zelené louce“. Samozřejmě, že některé základy zde již byly, vždyť Zlín se připomíná již roku 1322, kdy byl městečkem a feudálním panstvím v majetku královny Elišky Rejčky. Sourozenci Baťovi ve Zlíně v roce 1894 založili obuvnickou dílnu, která se díky napojení na železniční síť v roce 1899 rozrostla ve větší závod. Zlín se již v roce 1910 stává poměrně rozvinutým a průmyslovým městem, kam se za prací stěhují obyvatelé z blízkých vesnic a okolí. Ve stejném období začíná stavba dvojdomků pro zaměstnance Baťových závodů. (Jánošík, 2001, s. 47). V roce 1910, je také zlínskými občany uděleno čestné občanství města prof. T. G. Masarykovi, který je zastupoval v rakouské říšské radě. *Masaryk nezapomněl, komu vděčí za svůj poslanecký mandát. Na Valašsko se vracel i v dalších letech, pomáhal řešit jeho problémy a svým působením přivodil i změnu ve vedení zlínské radnice.*

Ale nyní již k vlastnímu cestovnímu ruchu Zlínska. Zlín, coby „hlavní město Zlínského kraje“ leží na pomezí čtyř kulturně-turistických oblastí, kterými jsou: Slovácko, Valašsko, Kroměřížsko a Zlínsko-Luhačovicko. Hlavním aktérem v rozvoji cestovního ruchu regionu je obecně prospěšná společnost Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, kterou v roce 2007 pro tento účel založil Zlínský kraj. Dále rozvíjí spolupráci s podnikateli, dílčími turistickými oblastmi a dalšími aktéry cestovního ruchu.

Centrála má na starosti vydávání propagačních materiálů, průvodců a map. Dále se účastní se veletrhů, v celé republice a připravuje projekty. Prostřednictvím vlastního webu a dalšími komunikačními kanály zajišťuje informovanost o zajímavých akcích a snaží se maximalizovat využití turistického potenciálu kraje. Centrála ve své Marketingové strategii (2012, s. 9) definovala pomocí SWOT analýzy slabé a silné stránky oblasti Zlínsko a Luhačovicko:

Slabé stránky:

- dopravní napojení na dálniční síť a obecně tedy nižší dostupnost
- disproporce v některých významných složkách turismu mezi Zlínem, Luhačovicemi, Otrokovicemi a okolím: ubytování, gastronomie, zábava, kultura
- slabá jazyková vybavenost – zejména angličtina

Silné stránky:

- mimořádně významné a jedinečné turistické cíle: Luhačovice, Baťa, ZOO, atd. tedy: schopnost pokrýt širší spektrum zájmů klientely
- moderní mladé vysokoškolské město se silným zázemím pro kongresovou a incentivní turistiku = další zdroj příjmů
- silné nadnárodní akce (Barum rally, Zlín Film Festival, atd.)

Pokud se podíváme na SWOT hodnocení celého regionu Východní Morava, tak slabé stránky jsou:

- relativně dopravně izolovaný region/psychologicky nedostupný
- komplexní problém Slovácka a disproporce/duality v oblastech
- nedostatečný vliv na klíčové atraktivity a obecná úroveň služeb
- personál a jeho schopnosti, jazyky a obecně služby v turismu
- nedostatečný prostor, kompetence manažerů v oblastech

Silné stránky regionu:

- zachovalé přírodní bohatství a zvykoslovné folklórní dědictví
- poměrně malý ruch v regionu, relativní vnímaná nedotčenost
- klíčové atraktivity pro náročnou klientelu, a to celosezónně
- unikátní turistické cíle evropského významu a vysoké hodnoty
- rozmanitost, tzn. možnost lovit v mnoha zájmových rybnících

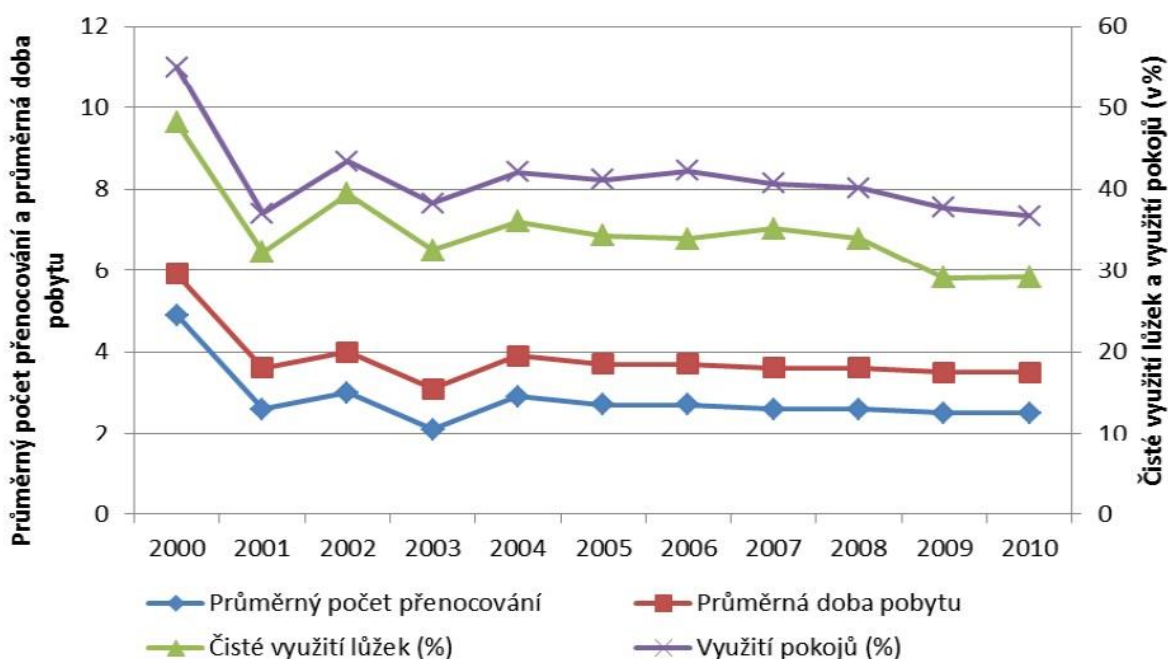
2.1 Ubytování

Ve Zlíně se v současnosti nachází čtyřicet osm ubytovacích zařízení (dle www.czecot.cz), které jsou v kategorii hotelů, pensionů, hostelů, apartmánů - ubytování v soukromí či ubytoven. V posledních letech se budovaly nové ubytovací kapacity a došlo také k obnově a zvýšení kvality ubytovacích kapacit již existujících zařízení. V následující tabulce uvádím všechny hotely a pensiony, které jsou zařazeny do kategorie tří a více hvězd.

Název	Počet pokojů	Počet lůžek
Hotel Baltaci Atrium (hotel *****)	28	60
Lesní hotel (hotel ****)	20	40
Hotel Tomášov (hotel ****)	16	32
Interhotel Moskva (hotel ***)	135	250
Hotel Garni Zlín (hotel ***)	70	48

Hotel Galaxie (hotel ***)	10	31
Hotel Baltaci (hotel)	32	64
Hotel Ondráš (hotel ***)	26	50
Penzion Uno (pension ***)	10	22
Koliba u Černého Medvěda (pension ***)	9	18
Penzion Era (pension ***)	6	12
Penzion ER 1 (pension ***)	8	16
Penzion Villa Slovenská (pension ***)	15	30
Štípský šenk (pension ***)	4	8

Tabulka 3 – Hotely a pensiony ve Zlíně. Zdroj: vlastní tvorba na základě dat z www.czecot.cz



Obrázek 2 – Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení na území města Zlína. Zdroj: Strategie rozvoje města Zlína 2020.

Hlavní poznatky v širších souvislostech naznačují, že:

- klesající počet přenocování ve spojení se stabilním počtem příjezdů je dán mírně klesající průměrnou dobou pobytu ve městě Zlíně, která dosahuje 3 - 4 dnů,
- čisté využití lůžek respektive využití pokojů dosahuje hodnot cca 30 % respektive 38 %. Tato skutečnost naznačuje dostatečnost stávajících ubytovacích kapacit (Hájek, 2012, s. 107).

Celkový počet a kvalita ubytovacích kapacit je možné charakterizovat jako dostatečné. Jak známe z praxe při pořádání Zlín Film Festivalu, jsou kapacity nicméně objemově nedostatečné, i když kvalita je z větší míry vyhovující. Předpokládám, že podobné zkušenosti budou mít i organizátoři Barum Rallye.

2.2 Cíle cestovního ruchu

Kromě ubytování, o kterém budeme ještě hovořit v praktické části přímo ve spojitosti se ZFF, tak samozřejmě je cílem cestovního ruchu přilákat turisty, tedy nerezidenty do regionu, aby zde využili právě ubytování, pohostinská zařízení, dopravu a další navázané činnosti. To, co přivádí návštěvníky do regionu, jsou právě místa pro návštěvníky atraktivní. Neatraktivnějším místem pro turisty ve Zlíně je zcela prokazatelně ZOO – Zlín v Lešné, po pražské zoologické zahradě je to nejnavštěvovanější zoologická zahrada v České republice. Podle agentury CzechTourism je byla také šestým nejnavštěvovanějším místem republiky v roce 2012, navštívilo ji přes 487,9 tisíc návštěvníků. Toto je poměrně velké zvýšení, kdy v roce 2010 byla na místě desátém. Nicméně faktem zůstává, že je v tomto žebříčku „TOP 20 – nejnavštěvovanějších cílů“ jediným zástupcem Zlínského kraje. Pro srovnání uvedme, že absolutně nejnavštěvovanějším turistickým cílem v České republice Pražský hrad s přibližně 1,6 mil. návštěvníků.

Pořadí	Název objektu	Návštěvnost (v tis.)
1	Zoologická zahrada Zlín (Lešná)	487,9
2	Valašské muzeum v přírodě, Rožnov pod Radhoštěm	252
3	Muzeum regionu Valašsko ve Vsetíně	176,7
4	Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži	130,5
5	Státní zámek Buchlovice	83,1

Tabulka 4 – TOP 5 nejnavštěvovanějších cílů ve Zlínském kraji. Zdroj: Institut cestovního ruchu, CzechTourism, 2012.

V tabulce vidíme pět nejnavštěvovanějších cílů turismu ve Zlínském kraji v roce 2012. Jak už jsme uvedli, tak prvenství ve předstihu vede Zoo Zlín v Lešné a druhý je skanzen Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm. 15. ledna 2014 vyšel v rubrice Zlínský kraj na iDnes.cz článek právě o „souboji“ těchto dvou turistických cílů. Tento souboj opět v roce 2013 vyhrála Zlínská zoo, a to s 473 600 návštěvníky ku 243 200 návštěvníkům skanzenu. Obě instituce letos chystají další taháky a lákadla na turisty.

V zoo bude letos bezkonkurenčně hlavním lákadlem pavilon rejnoků, který vzniká v blízkosti zámku. Možnost sáhnout si na rejnoka v obřím bazénu z něj dělá skutečný unikát mezi zoologickými zahradami. Hotový bude na podzim. Skanzen zase přichází se zábavnými programy, jako je noční prohlídka či speciální den věnovaný dětem. "Letos poprvé bude možné projít se potmě Valašským městečkem, nahlédnout do chalup okny, za

kterými se svítí," naznačil ředitel skanzenu Jindřich Ondruš. V Rožnově letos speciálně cílí na rodiny s dětmi. Zřídí koutek s pulty na přebalování a soukromím pro kojící maminky, rozšíří i hřiště. Jako jedni z mála také počítají i s velkými rodinami, a speciální vstupné proto obsahuje dva dospělé s jedním až čtyřmi dětmi (Procházková, 2014).

Aby Zlínský kraj navštívilo více turistů – nerezidentů, je třeba spojit síly celého odvětví, shodují se odborníci na cestovní ruch. Za první krok se dá považovat dohoda zoo s hotely v okolí, které návštěvníkům zahrady nabízejí slevu na ubytování. Skanzen zase naopak dává levnější vstupné těm, kteří jsou ubytováni v některých konkrétních hotelech. Centrála cestovního ruchu Východní Morava zase nabízí plánování konkrétních pobytů. *"Nejvíce to zatím využívají cyklisté. Těm navrhne trasu, ubytování, kde kola nebudou překážet, a upozorníme je na zajímavosti, které mohou potkat,"* vysvětlil Zdeněk Urbanovský z CCR VM (Procházková, 2014).

Dalšími cíli cestovního ruchu na Zlínsku jsou:

1. Lukov – hradní zřícenina

Původní hrad vznikl pravděpodobně již ve 13. stol. Na hradě se konají různé kulturní akce, šermířské dny i noční prohlídky se strašidly. Expozice zaměřená na historii valašských povstání v době třicetileté války.

2. Hrad Brumov

Středověký královský hrad, který v minulosti střežil obchodní cestu z Moravy do Uher. V původních sklepeních a sýpkách expozice o historii hradu a osudech místa. Stálá expozice o životě lidí pod brumovským hradem. Muzeum pořádá tématické výstavy, besedy a jarmarky lidových řemesel.

3. Hrad Malenovice

Středověký hrad, vzdálený jen několik kilometrů od centra města Zlína, byl založen ve 14. století. Stálé expozice „Hrady jihovýchodní Moravy“, „Šternberkové v Malenovicích a Pohořelicích 1804–1945“. Expozice v hájence před hradem představuje domácí zpracování nejdostupnějších přírodních materiálů – dřeva, proutí a slámy.

4. Zámek Vizovice

Interiéry zařízeny nábytkem ve stylu baroka, rokoka, empíru i biedermeieru s množstvím porcelánu i rozsáhlou sbírkou obrazů. Zámecký park ve francouzském a anglickém stylu. Expozice o historii bydlení a o pálení slivovice ve Vizovicích (CCR VM, 2011).

5. Zámek Napajedla

Barokní zámek je poprvé v historii běžně přístupný veřejnosti. Zámek nabízí také různé výstavy a je obklopen parkem s množstvím vzácných dřevin.

6. Hotel Lázně Zlín-Kostelec

Hotel, lázně a golfový areál jsou položeny do krásné přírody předhůří Hostýnských vrchů nedaleko centra Zlína. V lázních se léčí choroby pohybového aparátu a choroby kožní. Léčebné prameny Lázní Kostelec jsou významné především nezvykle vysokým obsahem sirovodíku, který má nezastupitelné blahodárné účinky. Prameny se využívají zejména k vanovým koupelím.

7. Lázně Luhačovice

Luhačovice jsou největší a nejnavštěvovanější moravské lázně, proslulé volně přístupnými přírodními léčivými prameny, příznivými klimatickými podmínkami, bohatým kulturním a společenským životem, typickou architekturou staveb Dušana Jurkoviče a pestrou nabídkou léčebných, relaxačních i wellness pobytů.

8. Baťův kanál

Historická vodní cesta na řece Moravě s deseti funkčními plavebními komorami. Přístaviště Na Rejdě ve Spytihněvi nabízí netradiční a dobrodružné využití volného času. Půjčování hausbótů, lodí pro jednotlivce, rodiny i skupiny. Pravidelná doprava výletní lodí Morava do Napajedel, Otrokovic, Uherského Hradiště i Kostelan nad Moravou. Hromadné vyjížďky pro větší skupiny, školní výlety nebo zájezdy.

9. Galaxie Zlín

Jedinečný zábavní park pro celou rodinu. V hale se nachází spousta atrakcí, které nabízejí nezapomenutelné zážitky nejen pro děti. Každá z atrakcí představuje jinou planetu či galaxii. Součástí areálu, ležícího na cyklostezce, je hotel, restaurace se zahrádkou a wellness.

10. Vizovice – Distillery Land, Společnost Rudolf Jelínek a. s.

Přibližuje tradice a umění přeměny ovocných plodů v kvalitní destiláty. Exkurzní trasa zahrnuje návštěvnické centrum s podnikovou prodejnou, kinosál, pěstitelskou pálenici, expozici whisky, prostory s obřími dřevěnými káděmi, v nichž probíhá dlouhodobé zrání destilátů, stáčírnu a degustační místnost. (CCR VM, 2011).

11. Vizovice, Sklárna – Glass Atelier Morava

Výroba uměleckého skla, možnost exkurzí.

12. Ploština – Národní kulturní památník

V dubnu 1945 byla osada za přechovávání a podporu partyzánů vypálena německými okupanty, uhořelo 24 obyvatel. Památník obětem tragédie připomíná i kaple se jmény zavražděných. Expozice o historii protifašistického odboje.

13. 21. budova – zlínský mrakodrap

Tzv. „jednadvacítka“ byla dokončena v roce 1938 podle návrhu architekta Karfíka. Technickou lahůdkou je výtah – kancelář šéfa firmy o rozměrech 6 x 6 m s umyvadlem a klimatizací.

14. Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně – zámek

Tři stálé expozice zahrnující síň Františka Bartoše, národopisce, folkloristy a pedagoga, dále expozici cestovatelů Hanzelky a Zikmunda a expozici věhlasného Zlínského filmového studia.

15. Obuvnické muzeum

Více než tisíc exponátů z historie i současnosti obouvání. Nejstarší originály pocházejí ze 16. století. Úplná kolekce firmy Baťa. (CCR VM, 2011).

16. Kongresové centrum Zlín

Multifunkční budova v centru města je součástí komplexu Kulturního a Univerzitního centra Zlín od známé architektky a zlínské rodačky Evy Jiříčné. Vynikající akustika sálů umocňuje zážitky z koncertů, přednášek a plesů, které se zde konají. Součástí komplexu je stylová moderní restaurace (CCR VM, 2011).

Dle strategie Zlín 2020 je pro budování image Zlína, coby místa pro turismus jsou pro Zlín možné i turistika kongresová a také lázeňská a golfová. Z toho titulu můžeme tedy považovat za významnou moderní architekturu nově otevřeného Kongresového a univerzitního centra Zlín. Pro podporu cestovního ruchu je zřízeno oddělení cestovního ruchu v rámci organizační struktury Magistrátu města Zlína. Do kompetencí tohoto oddělení patří příprava a vydávání prezentačních a informačních tiskových materiálů, propagace města Zlína či příprava a účast na veletržních akcích zaměřených na cestovní ruch. (Hájek, 2012, s. 110).

3 HISTORIE A VÝVOJ ZLÍN FILM FESTIVALU

Úplná počátky filmové historie ve Zlíně můžeme datovat od konce 20. let. Tehdy spadlo veškeré filmování a fotografování v továrnách Baťa a v okolí mezi pracovní povinnosti redakce časopisu Sdělení. S nárůstem této agendy a zároveň i zvyšujícími požadavky na reklamní filmy prodejního oddělení byl vytvořen nový filmový a fotografický úsek v rámci reklamního oddělení. V roce 1935 byla vypracována a schválena nová koncepce, která obsahovala nové finanční a produkční plány. Mimo předpokládanou pravidelnou produkci firemních filmů pro potřebu prodejního oddělení obsahovala tato koncepce i návrh produkce filmů školních a dokumentárních (Klos, 1997, s. 36).

Po významných úspěších prvních reklamních filmů schválilo ředitelství firmy Baťa výstavbu malého filmového ateliéru s laboratořemi v nejbližším okolí Zlína. Plány vypracoval architekt Karfík a po pečlivém hledání bylo vybráno odlehlé a zvukově izolované místo na kopci poblíže lesního hřbitova, v katastru obce Kudlov. Stavba započala ještě na podzim roku 1935. V létě 1937 byla na svahu proti ateliéru stavebně dokončena a osídlena rodinná kolonie zaměstnanců, kdy dopravu zajišťoval autobus, a to čtyřikrát denně (Klos, 1997, s. 37 – 41).

Rok 1938 již probíhal, po obsazení Rakouska nacisty, v mezinárodním napětí, což ale přivedlo do Zlína spoustu filmařů, dokumentaristů a reportérů. Byla dokonce i uzavřena smlouva na natočení a laboratorní zpracování celovečerního filmu, který založený na knize Mein Kampf upozorňoval na diverzi proti demokratickému Československu a měl mobilizovat veřejné mínění na Západě. Zlínské laboratoře začaly nabízet své služby i širšímu okruhu zájemců. Vlastní výroba na Kudlově se soustředila na perspektivní tematiku, určenou k dlouhodobějšímu využití. Postupně začaly narůstat problémy ze strany okupantů a od roku 1940 bylo již jasné, že udržení ateliéru v českých rukou nebude nadále možné. Před uprázdněním pozic se tvůrci rozhodli uspořádat na rozloučenou důstojnou manifestaci českého filmovnictví. Tak byla ve Zlíně v červenci 1940 uspořádána kulturní manifestace Filmové žně. (Klos, 1997, s. 45).

3.1 Filmové žně (1940 – 1941)

Jak již vyplývá z předchozího textu, tak tato filmová přehlídka byla zorganizována v červenci, a to ne za úplně vhodných podmínek. Nicméně Filmové žně v podobě soutěžní přehlídky dlouhometrážních i krátkometrážních filmů, přilákali významné tvůrce, herce

z Čech i Moravy. Úspěch i ohlas I. Filmových žní byl tak spontánní a nečekaný, že německé úřady, které nepočítaly s masovou odezvou, velice zaskočil (Klos, 1997, s. 45).

Druhý a nutno říci, že poslední ročník Filmových žní byl velikým úspěchem zlínských filmařů a zároveň skoro jeden z posledních relativně svobodných počinů českého kulturního života. Následně nastoupil Heydrich a zároveň skončilo předstírání legálního vztahu a dorozumění se Říše a tzv. protektorátem.

3.2 Mezidobí (1942 – 1947)

Na přelomu let 1942 a 1943 získal tvůrčí kolektiv na Kudlově nového spolupracovníka, Karla Zemana. Zeman, který doposud pracoval jako vedoucí reklamy v Brně, přijal angažmá ve Zlíně i přes poměrně neatraktivní pracovní smlouvu. Nicméně jelikož se velmi zajímal o práci s loutkami v animovaném filmu, nabídku přijal a přestěhoval se do Zlína (Klos, 1997, s. 51).

Na jaře roku 1945 se Zlínu přiblížila válečná fronta, z Berlína přišel příkaz k demontáži celého strojového parku kudlovských ateliérů a laboratoří. Všechny kamery, zvukové aparatury a filmové suroviny byly baleny do beden k okamžitému odeslání do Berlína. Nicméně v nočních hodinách byly vždy zhotoveny věrné atrapy beden, naplněny starým železem, šrotem a kameny a ty pak následujícího rána naloženy do železničního vagónu, vše samozřejmě pod bedlivým německým dohledem. Tento vagón s „náhradním“ nákladem byl poté na zásah Elmara Klose dirigován ke stálému přesunu mezi stanicemi Zlín – Vizovice až do příchodu osvobozující armády. Skutečné a pravé stroje a suroviny byl rozvezeny v noci po okolních vesnicích a ukryty ve stodolách a sklepích. (Klos, 1997, s. 70).

3.3 Filmový festival pracujících (1948 – 1960)

Po vítězství komunistů v roce 1948 a nástupu „pracujícího lidu“ se obnovily Filmové žně v transformované podobě pod názvem Filmový festival pracujících, jehož podoba se rozšířila po celé republice. První ročník se konal na přelomu července a srpna 1948, a to „pod záštitou choti prezidenta republiky paní Marty Gottwaldové“, netrvalo dlouho a Zlín byl přejmenován na Gottwaldov. Soutěžní filmy se promítali ve Velkém kině i v přírodním amfiteátru. Zastoupeno bylo množství světových kinematografií, ale z pochopitelných důvodů, nejvíce ze zemí sovětských. Jmenovat můžeme Maďarsko, Mexiko, Polsko, USA, Itálii, Švýcarsko, Švédsko či Velkou Británii. Už v této podobě festivalu existoval pestrý

doprovodný program. Výstavy, koncerty zlínské filharmonie a diváci se mohli setkávat s českými herečkami a herci (Taussig, 2010, s. 181).

3.4 Celostátní přehlídka československých filmů pro děti a mládež (1961 – 1964)

První celostátní přehlídka československých filmů pro děti a mládež se nekonala v jarním měsíci máji, jak jsme zvyklí, ale za třeskuté zimy od 18. do 20. ledna 1961. Neprobíhaly ještě filmy soutěžní, ale jednalo se skutečně o přehlídku filmů, které se promítaly. Diváci, kterých celkově přišlo přes 15 tisíc, se mohli setkat až se sto třiceti pěti akreditovanými hosty, mezi nimi Jiřího Trnku, Jiřího Brdečku, Břetislava Pojara, Václava Vorlíčka, Miloše Macourka, Otu Hofmana, ale také i místní tvůrce a velikány jak byli Karel Zeman, Hermína Týrlová, či Josef Pinkava.

Pedagogové se sešli s tvůrci na besedě a pochvalovali si dobrou úroveň dětských snímků. S tvůrci se sešli také rodiče a také vyjádřili spokojenost, pouze jednomu tatínkovi vadilo, že dětští představitelé mluví pražským dialektem, a to i ve filmech, které se neodehrávají v hlavním městě. V roce 1964 se poprvé účastní i zahraniční delegace, filmy jsou rozděleny dle věkových kategorií a jsou udělovány první ceny, skleněná kulička (Taussig, 2010, s. 181).

3.5 Mezinárodní festival (1965 – 1967)

V roce 1965 vzniká I. Mezinárodní festival, kde je účast z 23. zemí světa (USA, Kanada, Kuba, SSSR, Velká Británie. Zasedá zde také mezinárodní porota CIDALC (Comité internationale pour la diffusion des art set des lettres par la cinéma). Na festival přijelo více než sto zahraničních hostů, a to nejen ze jmenovaných zemí. Poprvé je udělována hlavní cena – Zlatý střevíček, který se uděluje až do dnešní doby. Druhý ročník Mezinárodního festivalu se však koná až v roce 1967, mezitím proběhl jeden ročník přehlídky československých filmů pro děti a mládež, při kterém bylo otevřeno nové městské kino Družba. Druhý a na dlouhou dobu poslední ročník „Mezinárodního“ festivalu, (připomeňme, že se blíží rok 68), se představil filmy z 16 zemí světa. K CIDALC přibyla nová komise, SIMEA – Mezinárodní výbor dětských pokrokových organizací a organizace dospívající mládeže při SFDM, což označuje Světovou federaci demokratické mládeže (Taussig, 2010, s. 181). Když se nad tímto zamyslíme, tak je skutečně smutné, jak jsme se

mohli vyvíjet dále a růst, kdyby nebylo vpádu vojsk Varšavské smlouvy, a to v noci z 20. srpna na 21. srpna 1968 a nezačala invaze do Československa.

3.6 Festival filmů pro děti a mládež (1972 – 1992)

V těchto letech se stabilizují názvy a počty cen, naposledy jsou uváděny dětské filmy společně s filmy pro mládež. Dále jsou změny v porotách, naposled spolu rozhoduje společná porota pro hraný a animovaný film, poté jsou vždy rozděleny, jak poroty, tak soutěžní kategorie. Tvůrci besedují na téma „Konfrontace filmové tvorby pro děti v socialistických zemích“, je zajímavé, že do diskuse přispěli i „kapitalističtí“ teoretici z Belgie a z Francie. V roce 1975 se na festivalu začíná prosazovat nové heslo, a to „Mír dětem celého světa“. Na dalších ročnících festivalu se diskutovalo o pohádkách ve filmu a na další zajímavé témata, kterým jedním z nich bylo „Dětský film v roce 2000“, jen pro upřesnění tato poněkud vizionářská otázka byla nastolena v roce 1977. Dále byla v muzeu slavnostně otevřena stálá expozice díla Herminy Týrlové a Karla Zemana. V roce 1986 byly poprvé v rámci soutěže animovaných filmů představeny a veřejně promítnuty televizní „Večerníčky“.

V roce osmdesát sedm, se mezi účastníky hovoří o opětovném zmezinárodnění festivalu, zde můžeme sledovat jisté tendence, které postupně sílily až do roku osmdesát devět a sametové revoluce. Účastníků, kteří zavítali na celkem šedesát šest představení, bylo přes třicet tisíc. A v roce 1991 se Festival filmů pro děti a mládež koná již pod záštitou paní Olgy Havlové a Výboru dobré vůle (Taussig, 2010, s. 182).

3.7 Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež (1992 – 2009)

Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež se vrátil do měsíce května a stal se definitivně mezinárodním. Konala se přehlídka studentských filmů, včetně filmů studentů z Rakouska, Belgie a z Francie. Čestným prezidentem festivalu byl Tomáš Baťa, přičemž se oslavovalo šedesát roků filmové tvorby ve Zlíně. Obnovila se předválečná tradice Zlínských výtvarných salonů. Zcela poprvé se konala výtvarná soutěž zrakově postižených dětí s názvem Radost tvořit a tato tradice se udržela až do dnešních časů a vítězové této soutěže jsou veřejně vyhlášováni a odměňováni. Také poprvé proběhla aukce filmových klapků, které umělecky ztvárnili významní výtvarníci z celé republiky. Zvyšuje se počet programových sekcí, a to z devíti na dvanáct.

Do Zlína přijíždějí na festival velké hvězdy mezinárodního formátu, jako: Annie Girardot, Gina Lollobrigida, Ornella Muti, Horst Buchholz. Do programové skladby se začleňuje nová sekce, soutěžní přehlídka filmů ze zemí Visegradské čtyřky. Postupně přibývají snímky z exotických zemí, jako je například Srí Lanka, Tchaj-wan či Island. Výjimečná je vysoká účast i kvalita zahraničních režisérů, kteří se již proslavili v Hollywoodu, konkrétně Mexičan Alfonso Cuarón, který letos získal zlatou sošku Oscara, ocenění Academie za film *Gravitace*. Díky spolupráci s Evropskou unií se objevuje myšlenka postupně představovat jednotlivé evropské kinematografie. Letos se například představuje kinematografie polská. Mezi soutěžní sekce se i díky této spolupráci, dostávají tzv. evropské debuty, tedy první filmy mladých evropských tvůrců. V roce 2004 se přidává další významná část doprovodného programu a tou je projekt Kinematovlak, který vznikl ve spolupráci festivalu, českých drah a České televize. Tento projekt je důležitou součástí filmového i doprovodného programu do současnosti. Více o tomto projektu si povíme v praktické části práce.

V tomto období Zlín také navštívili francouzští herci ze ságy Četníci ze Saint Tropes pánové Jean Lefebvre, Michel Calabru, Alain a Reynaud-Fourton, či detektiv Hercule Poirot, pan Peter Ustinov. V roce 2006 podle ohlasů některých tvůrců a hostů je zlínský festival považován za jeden z nejúspěšnějších v Evropě, ne-li na světě. Do Zlína přijíždějí další hollywoodské tváře, jakou byl například Haley Joel Osment, Andrej Chalimon či populární herec zejména záporných rolí Christopher Lee. Ten se do Zlína vracel i opakovaně a dle jeho vlastních slov: *„Návštěva zlínského filmového festivalu byla nejužasnější zkušenost. Byla to velmi zajímavá událost, výborně organizovaná. Profesionalita spolu s pohostinností a zainteresovaností všech tvoří z festivalu unikátní záležitost. Nepřekvapuje mě, že trvá už tolik let! Přeji vám úspěch v dalších ročnících“*.

Dochází k rozšíření působnosti i do jiných měst či regionů, projekce probíhají v Praze, Ostravě a v okolních městech Otrokovicích či Luhačovicích. V roce 2009 má Mezinárodní festivalu filmů pro děti a mládež téměř sedmdesát tisíc návštěvníků, promítnuto je čtyři sta sedmdesát filmů ze čtyřiceti čtyř zemí světa (Taussig, 2010, s. 183).

3.8 Zlín film festival (2010 - současnost)

V roce 2010 došlo k několika zásadním změnám, které souvisely nejen s faktem, že se jedná o padesátý, tedy jubilejní, ročník festivalu. Změnilo se logo festivalu, jeho název, jenž je platný stále a nová forma ZLÍN FILM FESTIVAL je zcela vyhovující i pro

mezinárodní spolupráci a tuto podobu není potřeba překládat do angličtiny. Doprovodný program se již běžně v průměru sestává ze sto dvaceti akcí, mezi nimiž jsou koncerty, talk show, výstavy, interaktivní akce pro děti, ale i workshopy. 51. ZLÍN FILM FESTIVAL vešel do dějin také jako první ročník konaný v novém kulturním svatostánku, Kongresovém centru Zlín, které bylo teprve několik měsíců před začátkem festivalu dokončeno. Budova, postavená podle návrhu architektky Evy Jiříčné, hosty i návštěvníky festivalu doslova nadchla. *„Využití Kongresového centra Zlín naším festivalem se stalo klíčovým momentem, jímž jsme se přiblížili nejvýznamnějším světovým festivalům,“* říká umělecký šéf ZFF Petr Koliha a dodává: *„Navštívil jsem řadu festivalů, proto se domnívám, že máme k dispozici jedno z nejnádhernějších festivalových center, co znám!“* (Pášma, 2011, s. 3).

Na 52. ročníku festivalu, tedy v roce 2012, bylo promítnuto přes tři sta třicet projekcí a ve Zlíně bylo představeno více než sto premiér, a to jak českých, tak i světových. Umělecký ředitel festivalu hodnotil tento ročník velmi kladně. Petr Koliha říká: *„V letech minulých byl ZLÍN FILM FESTIVAL bezesporu úspěšný, pochvalně se o něm hovořilo na celém světě. Letos jej však hodnotím jako mimořádně úspěšný. Podařilo se nám totiž připravit nadstandardní program návštěvníkům filmových projekcí i doprovodných akcí i přesto, že jsme na to všechno měli o 30% méně financí. Nesmírně děkuji našim partnerům a spolupořadatelům, bez nichž bychom toho nedosáhli. Můj vděk patří rovněž festivalovému štábu. Fungoval skvěle.“* (Pášma, 2012a, s. 2).

Zajímavé změny se dočkala další ze stálíc doprovodného programu – festival Duhová kulička, která byla zaměřena na filmový marketing. V roce 2012 také vzrostlo základní vstupné na projekce, kdy jednotlivá vstupenka již stála čtyřicet korun, ovšem dopoledne se na projekce stále chodí zadarmo. Rovněž Filmpas, opravňující držitele k volnému odběru 14 vstupenek, podražil o zanedbatelnou dvacetikorunu na sto dvacet korun českých. *„Kdyby majitel Filmpasu navštívil všech čtrnáct představení, na něž má nárok, vyšel by ho jeden lístek na osm korun padesát,“* říká vedoucí programového oddělení a v tuto chvíli již programová ředitelka festivalu Markéta Pášmová (Pášma, 2012b, s. 2). Velmi výraznou změnu, která proběhla v srpnu 2012, byl odchod uměleckého ředitele pana Petra Kolihy. Na daném postu působil devět let, a má za sebou neuvěřitelný kus práce nejen pro festival a českou kinematografii, ale i pro reprezentaci Zlína, Zlínského kraje a České republiky. Petr Koliha se chopil velké výzvy a nastoupil na nový post ředitele dětského kanálu ČT, které známe jako ČT D či ČT 3. Vystudoval Filmovou a televizní fakultu - FAMU, obor

režie. Je členem European Children's Film Association – ECFA (předsednictví), Evropské filmové akademie – EFA, Filmového a televizního svazu – FITES a Asociace režisérů a scenáristů - ARAS. Pod jeho taktovkou vznikly celovečerní filmy jako „Něžný barbar“ - B. Hrabal a „Výchova dívek v Čechách“ - M. Viewegh (Skaunic, 2012).

Slovo závěrem

Letošní připravovaný 54. ročník, pro mě již desátým ročníkem festivalu, kterého se účastním jako jeden z produkčního týmu. Ohlédnou-li se na zpět na festivaly, které jsem pracovně zažil, musím konstatovat, že každý festival byl něčím jedinečným unikátní, co jej vždy odlišovalo od jiného ročníku. Také musím říci, že onen finanční propad v roce 2012 jsme skutečně pocítili všichni v pracovním týmu. Nicméně jak už to bývá, toto nás kolektivně semknulo a všichni jsme se jednotně snažili, aby návštěvníci festivalu tuto změnu nezaznamenali. Na druhou stranu ve chvíli, kdy jste týden každý den pracovně vytiženi od 6 hodin ráno do dlouhé noci, tak největší odměnou je opravdu úsměv dětí, pro které to děláte. I když to zní jako klišé, tak jejich radost je skutečná.

events

Anonymous

Hollywood Reporter; May 25-May 27, 2007; 399, ProQuest Central
pg. 20

real estate/classified

events	Friday	Gay Film Awards. Host is actor-comedian Jason Stuart. 8 p.m., Studio Plaza, Hollywood. (323) 876-0975.
	Elmore Leonard in Conversation With Walter Mirisch. Presented by Writers Bloc. 7:30 p.m., Writers Guild Theatre, Los Angeles. (310) 335.0917. www.writersblocpresents.com	GI Film Festival. Through Monday. Presenting films that honor the U.S. Armed Forces. Gary Sinise, John Milius and others to appear. Ronald Reagan Building & International Trade Center, Washington. www.gifilmfestival.com
	Saturday	Sunday
First Soul Jazz Festival. One-day music festival includes a tribute to Ella Fitzgerald. 11 a.m. Crow Canyon Park, Castro Valley, Calif. (800) 594-8499. www.souljazzfestival.com	The Glitter Awards. International	ZLIN 2007: 47th International Film Festival for Children and Youth. Zlin, Czech Republic. Through June 2. www.zlinfest.cz
<small>Expanded calendar listings are available on our Web site: www.hollywoodreporter.com</small>		

Tyto akce a festival jako celek má veliký potenciál jako faktor cestovního ruchu. Vždyť se o něm zmiňuje i *Hollywood Reporter*. Pokud by došlo k obnovení výroby filmů na Filmových atelierech ve větším měřítku a byla by obnovena filmová škola, došlo by k propojení s festivalem a dalšími účastníky, kteří ovlivňují cestovní ruch, tak výsledný synergický efekt by byl významnou změnou v cestovním ruchu. Pro mne, co by ještě mladého diváka, bylo nad míru velkým

zážitkem vidět Pierra Briece, Michaela Yorka a další herce, co by mé filmové hrdiny. Bylo by skvělé na tuto tradici oblíbených a světoznámých herců navázat, ale vše je otázkou vysokých finančních nákladů.

II PRAKTICKÁ ČÁST

4 VLIV ZLÍN FILM FESTIVALU NA MĚSTO ZLÍN

Jak jsem již uvedl v části teoretické, na základě pozorování a v tuto chvíli již hotové analýzy dotazníkového šetření je zcela prokazatelné, že vliv mezi touto významnou kulturní akcí a městem existuje. Tento oboustranný vztah je determinován různými faktory, nicméně všechny souvisí s faktorem finančním. To z několika důvodů. Organizační tým festivalu využívá cateringové služby podnikatelů v regionu, dopravu potažmo řidiče případně služeb hromadné městské dopravy, ubytovací kapacity místních hotelů a penzionů a hlavně se jedná o významný faktor cestovního ruchu. Když porovnáím mladší ročníky festivalu, kterých jsem se účastnil, tak zde byla malá ubytovací kapacita. Ta, která existovala, tak nebyla na příslušné úrovni. V případě vyhovující úrovně služeb, bylo daných zařízení pouze tolik, že nepokryly množství příjezdějících hostů a tedy požadavků na kapacitu. Tedy jak bude zřejmé z tabulek v následující podkapitole, ubytovali se hosté v Hotelu Tuskulum v Lukově či Miramare v Luhačovicích. Tímto samozřejmě vznikali i dodatečné náklady na dopravu a hlavně vytvářelo organizační a logistické překážky, které museli být vyřešeny. Na hotelu Tuskulum byl například ubytován hollywoodský herec Haley Joel Osment.

V současné době, kdy byly zvýšena kvalita ubytování stávajících zařízení, některá zanikla či zůstala v původním stavu a vznikla nová například Hotel Baltaci – Atrium, Lesní hotel, Hotel Tomášov, či Galaxie. Hosté jsou již výhradně ubytováni ve Zlíně, případně i v blízkých Otrokovicích. Toto zvýšení a zkvalitnění ubytovacích a pohostinských služeb pochopitelně nepřispělo pouze festivalu, ale samozřejmě i celkovému obrazu města Zlína a jeho cestovnímu ruchu. Ačkoliv v cestovním ruchu se projevilo převážně zvýšení kvality daných služeb, jelikož kapacita je v době mimo velké akce, zcela dostačující. Je jistě pozitivní, že ve Zlíně je možné najít kvalitní ubytování. Tyto závěry vycházejí také ze Strategie rozvoje statutárního města Zlína – Zlín 2020 její analytické části.

V následujících částech se budeme zabývat dvěma hlavními faktory, a to faktorem, který můžeme nazvat finančním, tedy jaké finanční prostředky přináší festival do regionu díky jeho realizaci. A druhým faktorem, který bych označil jako faktor cestovního ruchu, tedy kolik lidí v rámci cestovního ruchu navštívilo Zlín v době festivalu. Součástí studia daného faktoru bude i vývoj návštěvnosti festivalu. Jak jsem již uvedl v teoretické části, tak na cestovní ruch je navázáno mnoho dalších činností a služeb, proto je i zde stále přítomna finanční stránka věci.

Jsem zvědavý na návštěvnost letošního 54. ročníku festivalu, kdy byla provedena zásadní změna v jeho realizaci, tedy vsunout celý víkend do doby realizace festivalu. Tato změna je významná v tom, že festival mohou navštívit rodiny s dětmi a lidé, kteří v pracovní týden se ho nemohou účastnit z důvodu zaměstnání. Projekcí či aktivit doprovodného programu se budou moci také zúčastnit návštěvníci z širšího okolí. Festival vždy startoval v neděli a končil v sobotu, tedy nikdy netrval celý víkend a hlavní aktivity probíhaly v týdnu. Letos festival oficiálně startuje v pátek 30. května a končí ve čtvrtek 5. června. Prozradím, že ve čtvrtek 29. května proběhnou již některé z aktivit festivalu například koncert Ondřeje Havelky a Melody Makers. Prvního června, tedy Den „D“ dětí vychází na neděli, tedy oslava tohoto svátku bude probíhat na náměstí Míru ve Zlíně celodenní akcí pro děti a jejich rodiče.

4.1 Finanční přínos do regionu

V této kapitole se budeme zabývat finančními aspekty festivalu, tedy jakou finanční částku přináší realizace festivalu nejen městu Zlín, ale celému regionu Zlínska. Z aktivit, které jsem nastínil v úvodu kapitoly, se budeme nejdříve podrobně zabývat aspektem využití ubytovacích kapacit od roku 2007 do současnosti. Poté se podíváme, jaké množství finančních prostředků festival použije na statky a služby pocházející z regionu, tedy lidově řečeno, kolik ze svého rozpočtu v regionu utratí.

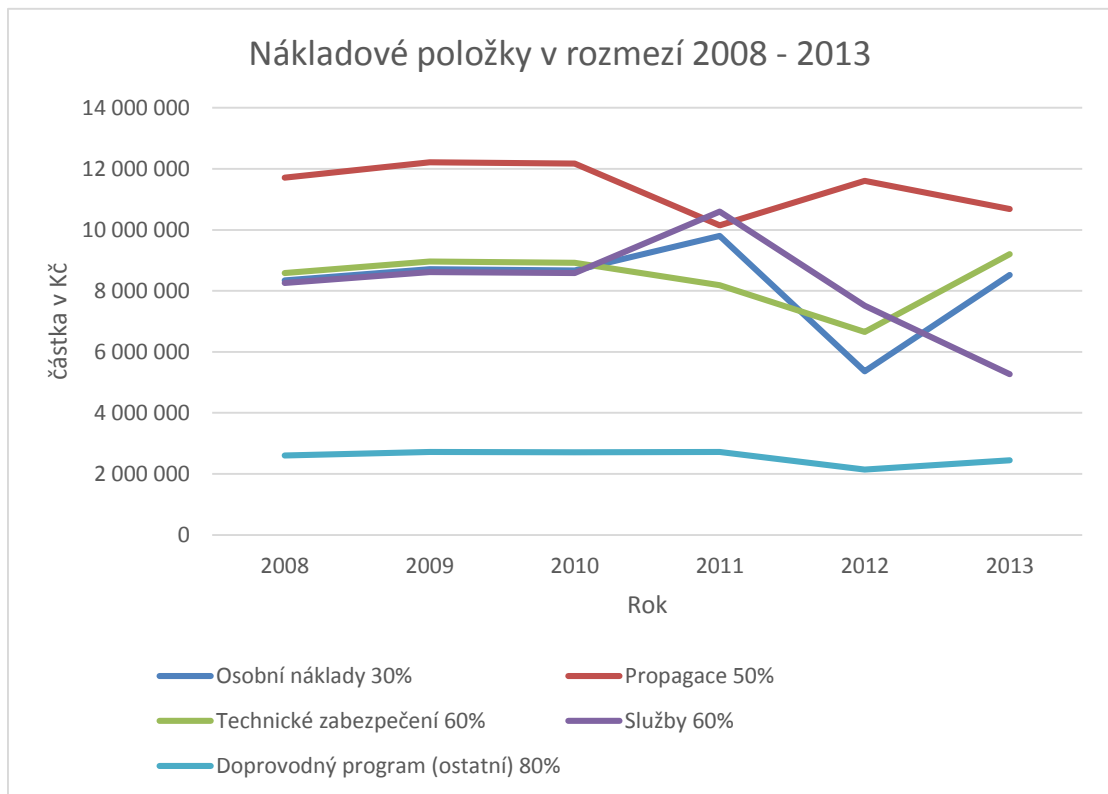
rok	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Osobní náklady	8 341 952	8 705 637	8 669 945	9 805 000	5 366 982	8 521 900
Propagace	11 708 335	12 218 784	12 168 688	10 146 000	11 610 500	10 686 100
Technické zabezpečení	8 585 347	8 959 643	8 922 909	8 189 900	6 650 000	9 204 500
Služby	8 258 467	8 618 512	8 583 177	10 604 000	7 515 000	5 265 900
Doprovodný program (ostatní)	2 603 900	2 717 423	2 706 281	2 720 000	2 147 000	2 444 900
Celkem	39 498 000	41 220 000	41 051 000	41 464 900	33 289 482	36 123 300

v Kč.

Tabulka 5 – Rozpočet ZFF, rozepsání strany nákladů

Z tabulky je patrné, že největší finanční prostředky jsou vykládány na propagaci festivalu, který je, již názvem, spojen se Zlínem, tedy propagace festivalu propaguje i město Zlín. Celý rozpočet festivalu není utracen na Zlínsku, a to z mnoha důvodů. Například pronájem nesoutěžních filmů pro projekce a jejich doprava z celého světa. Dále jsou hrazeny letenky a doprava hostů, propagace ze strany mnoha institucí nesídlících ve Zlíně. Taktéž ne

všichni aktéři tvořící jednotlivé složky doprovodného programu, tedy herci, animátoři, agentury nepocházejí ze Zlína. Z toho důvodu jsem každé položce v nákladové tabulce přiřadil faktor, tedy stanovil počet procent, se kterým je daná částka využita v regionu



Obrázek 3 – Financování nákladových položek rozpočtu ZFF v období 2008 - 2013. Zdroj: vlastní tvorba

Zlínska. Tyto částky uvedu poté v samostatné tabulce.

V tomto grafickém porovnání je velmi zajímavé sledovat, jak snížení rozpočtu ovlivnilo výdaje na jednotlivé složky rozpočtu. Když si detailně graf prohlédneme, tak zjistíme, že náklady na doprovodný program se snížily jen minimálně, zůstaly téměř identické. Nejprudším propadem prošly křivky Osobních nákladů a Služeb, kde se skutečně snižovalo o miliony. Můžeme také sledovat, že křivka Služeb zatím stále klesá i v roce 2013, kdy se zbytek křivek opětovně zvedá. Do původních hodnot se Služby nevrací, ba i nadále klesají. Naproti tomuto propadu vzrostlo poměrně strmě financování propagace festivalu, a to téměř o jeden a půl milionu korun. Mohu se pouze domnívat, že toto navýšení mělo za cíl najít nového strategického partnera, pro což je třeba „být vidět“. Tohoto cíle bylo minulý rok dosaženo, tedy se náklady na propagaci opět snižují.

Procentuální část a tedy koeficient, který jsem určil pro výpočet částky zůstávající v regionu, jednotlivých položek rozpočtu, jsou:

typ	počet procent	faktor
Osobní náklady	30%	0,3
Propagace	50%	0,5
Technické zabezpečení	60%	0,6
Služby	60%	0,6
Doprovodný program (ostatní)	80%	0,8

Tabulka 6 - Procentuální podíl částek zůstávajících v regionu.

Z tohoto určení vyplývají následující částky vydaných peněz za jednotlivé položky nákladové strany rozpočtu. Uvádím je v následující tabulce spolu s celkovou částkou za jednotlivé roky a její procentuální podíl na výši rozpočtu.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Osobní náklady	2 502 586	2 611 691	2 600 983	2 941 500	1 610 095	2 556 570
Propagace	5 854 167	6 109 392	6 084 344	5 073 000	5 805 250	5 343 050
Technické zabezpečení	6 009 743	6 271 750	6 246 037	5 732 930	4 655 000	6 443 150
Služby	4 955 080	5 171 107	5 149 906	6 362 400	4 509 000	3 159 540
Doprovodný program (ostatní)	2 083 120	2 173 938	2 165 025	2 176 000	1 717 600	1 955 920
Celkem zůstává v regionu	21 404 696	22 337 879	22 246 295	22 285 830	18 296 945	19 458 230
Poměr k celému rozpočtu	54,19%	54,00%	54,19%	53,75%	54,96%	53,87%

v Kč.

Tabulka 7 – Částka z rozpočtu ZFF, která zůstává v regionu.

Jak můžeme vyčíst z tabulky, tak v procentuálním vyjádření zůstává v regionu okolo 54% rozpočtu, a to v závislosti na kritériích, které jsme definovali výše. Pokud se podíváme na průměrnou částku, za sledované období, tak zjistíme, že ročně přinese festival do regionu průměrně přes dvacet jedna milionů korun, od celkového poklesu rozpočtu v roce 2012 je toto číslo nižší, nicméně i v roce 2013 byl přínos téměř devatenáct a půl milionu korun. Velmi zajímavé je číslo, které dostaneme, sečteme-li jednotlivé částky za celé sledované období. Za uplynulých šest let přinesla realizace ZLÍN FILM FESTIVALU do regionu celkem přes sto dvacet šest milionů korun.

Součástí těchto financí, které jsou vynaloženy festivalem v regionu, jsou částky za ubytování festivalových hostů. Nutno říci, že tyto částky, se kterými budeme pracovat, jsou finance skutečně vynaloženy festivalem. Není možné určit částku, kterou jednotliví

hoteliéři obdrží v rámci festivalového týdne od návštěvníků festivalu, kteří Zlín navštíví a ubytování si hradí sami. V následujících tabulkách jsou uvedeny počty ubytovaných hostů v průběhu festivalu. Jelikož málokterý z hostů byl ubytovaný po celou dobu trvání akce, jsou v každé tabulce uvedeny průměrné hodnoty počtu ubytovaných návštěvníků i částek za ubytování vydaných v daném roce.

47. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	12	900 Kč	220	18	198 000 Kč
Hotel Garni	9	400 Kč	124	14	49 600 Kč
Hotel Ondráš	7	850 Kč	35	5	29 750 Kč
Hotel Baltaci U Náhonu	6	800 Kč	51	9	40 800 Kč
ParkHotel Zlín	8	720 Kč	8	1	5 760 Kč
Hotel Sole	8	630 Kč	26	3	16 380 Kč
Hotel Saloon	6	770 Kč	5	1	3 850 Kč
Koliba U Černho medvěda	7	1 200 Kč	11	2	13 200 Kč
Penzion Villa Slovenská	8	1 300 Kč	24	3	31 200 Kč
Hotel Rottal	7	770 Kč	19	3	14 630 Kč
Penzion BelBar	3	500 Kč	3	1	1 500 Kč
Hotel Tuskulum Lukov	9	2 190 Kč	28	3	61 320 Kč
Hotel Vila Antoaneta	7	1 250 Kč	3	0	3 750 Kč
Penzion UNO	6	900 Kč	3	1	2 700 Kč
Hotel Miramare	7	1 250 Kč	5	1	6 250 Kč
PRŮMĚR	7	884,70 Kč	38	5	33 324 Kč

Tabulka 8 – Ubytování v roce 2007. Zdroj: vlastní tvorba.

48. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	10	900 Kč	212	21	190 800 Kč
Hotel Garni	8	400 Kč	94	12	37 600 Kč
Hotel Ondráš	8	850 Kč	47	6	39 950 Kč
Hotel Baltaci U Náhonu	7	800 Kč	53	8	42 400 Kč
ParkHotel Zlín	8	720 Kč	59	7	42 480 Kč
Hotel Sole	7	630 Kč	20	3	12 600 Kč
Hotel Saloon	7	770 Kč	51	7	39 270 Kč

Koliba U Černho medvěda	8	1 200 Kč	18	2	21 600 Kč
Penzion Villa Slovenská	7	1 300 Kč	11	2	14 300 Kč
Hotel Rottal	8	770 Kč	27	3	20 790 Kč
Penzion BelBar	9	500 Kč	13	1	6 500 Kč
Hotel Vila Antoaneta	7	1 250 Kč	9	1	11 250 Kč
Penzion UNO	7	900 Kč	3	0	2 700 Kč
Hotel Miramare	6	1 250 Kč	3	1	3 750 Kč
Sportovní komplex Zelené	6	280 Kč	5	1	1 400 Kč
Penzion ERA	8	500 Kč	4	1	2 000 Kč
Pension Anna	7	590 Kč	2	0	1 180 Kč
PRŮMĚR	7,53	884,70 Kč	37	5	32 838 Kč

Tabulka 9 – Ubytování v roce 2008. Zdroj: vlastní tvorba.

49. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	9	900 Kč	199	22	179 100 Kč
Hotel Garní	7	400 Kč	194	28	77 600 Kč
Hotel Ondráš	9	850 Kč	43	5	36 550 Kč
Hotel Baltaci U Náhonu	7	800 Kč	72	10	57 600 Kč
ParkHotel Zlín	7	720 Kč	54	8	38 880 Kč
Hotel Sole	7	630 Kč	53	8	33 390 Kč
Hotel Saloon	3	770 Kč	4	1	3 080 Kč
Koliba U Černho medvěda	7	1 200 Kč	20	3	24 000 Kč
Penzion Villa Slovenská	8	1 300 Kč	20	3	26 000 Kč
Penzion BelBar	8	500 Kč	9	1	4 500 Kč
Penzion UNO	6	900 Kč	5	1	4 500 Kč
Penzion IREN	2	650 Kč	1	1	650 Kč
Penzion ER' 1	1	780 Kč	3	3	2 340 Kč
PRŮMĚR	6,23	884,70 Kč	52	8	46 073 Kč

Tabulka 10 – Ubytování v roce 2009. Zdroj: vlastní tvorba.

50. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	9	900 Kč	217	24	195 300 Kč
Hotel Garní	8	400 Kč	214	27	85 600 Kč
Hotel Ondráš	9	850 Kč	65	7	55 250 Kč

Hotel Baltaci U Náhonu	7	800 Kč	64	9	51 200 Kč
ParkHotel Zlín	7	720 Kč	41	6	29 520 Kč
Hotel Sole	7	630 Kč	38	5	23 940 Kč
Hotel Saloon	2	770 Kč	1	1	770 Kč
Koliba U Černho medvěda	7	1 200 Kč	18	3	21 600 Kč
Penzion Villa Slovenská	9	1 300 Kč	25	3	32 500 Kč
Hotel Baltaci atrium	7	1 500 Kč	16	2	24 000 Kč
Penzion BelBar	8	500 Kč	18	2	9 000 Kč
Hotel Amenity Zlín	7	1 197 Kč	12	2	14 364 Kč
Penzion IREN	6	650 Kč	10	2	6 500 Kč
Penzion ER' 1	4	780 Kč	7	2	5 460 Kč
PRŮMĚR	6,93	884,70 Kč	53	8	47 142 Kč

Tabulka 11 – Ubytování v roce 2010. Zdroj: vlastní tvorba.

51. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	9	900 Kč	201	22	180 900 Kč
Hotel Garni	9	400 Kč	181	20	72 400 Kč
Hotel Ondráš	9	850 Kč	70	8	59 500 Kč
Hotel Baltaci U Náhonu	7	800 Kč	48	7	38 400 Kč
ParkHotel Zlín	8	720 Kč	113	14	81 360 Kč
Hotel Saloon	5	770 Kč	5	1	3 850 Kč
Koliba U Černho medvěda	7	1 200 Kč	17	2	20 400 Kč
Hotel Baltaci atrium	5	1 500 Kč	5	1	7 500 Kč
Lesní Hotel	8	1 700 Kč	39	5	66 300 Kč
Vínotéka Zlín	4	885 Kč	5	1	4 425 Kč
PRŮMĚR	7,10	884,71 Kč	68	10	60 514 Kč

Tabulka 12 – Ubytování v roce 2011. Zdroj: vlastní tvorba.

52. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	10	900 Kč	285	29	256 500 Kč
Hotel Garni	7	400 Kč	229	33	91 600 Kč
Hotel Ondráš	1	850 Kč	10	10	8 500 Kč
Hotel Saloon	6	770 Kč	45	8	34 650 Kč
Hotel Tomášov	7	1 150 Kč	56	8	64 400 Kč
VŠ koleje Štefánikova	1	360 Kč	19	19	6 840 Kč
Hotel Baltaci atrium	1	1 500 Kč	2	2	3 000 Kč
Galaxie Zlín	6	350 Kč	21	4	7 350 Kč

PRŮMĚR	4,88	884,70 Kč	83	17	73 762 Kč
---------------	------	-----------	----	----	------------------

Tabulka 13 – Ubytování v roce 2012. Zdroj: vlastní tvorba.

53. ročník					
Ubytovací zařízení	počet dnů	Cena/os/den	Počet osob	Průměrný počet osob/den	Celkem
Interhotel Moskva	8	900 Kč	271	34	243 900 Kč
Hotel Garni	7	400 Kč	209	30	83 600 Kč
Hotel Ondráš	7	850 Kč	75	11	63 750 Kč
Hotel Baltaci U Náhonu	5	800 Kč	18	4	14 400 Kč
Hotel Sole	1	630 Kč	1	1	630 Kč
Hotel Saloon	7	770 Kč	13	2	10 010 Kč
Koliba U Černho medvěda	2	1 200 Kč	13	7	15 600 Kč
Hotel Tomášov	6	1 150 Kč	15	3	17 250 Kč
VŠ koleje Štefánikova	7	360 Kč	26	4	9 360 Kč
Hotel Baltaci atrium	5	1 500 Kč	21	4	31 500 Kč
Galaxie Zlín	6	350 Kč	18	3	6 300 Kč
Hostel DUO Zlín	1	400 Kč	15	15	6 000 Kč
PRŮMĚR	5,17	884,70 Kč	58	11	51 239 Kč

Tabulka 14 – Ubytování v roce 2013. Zdroj: vlastní tvorba.

V jednotlivých tabulkách jsem ponechal pouze údaje validní pro vyjádření dané informace. Ubytovací kapacity, ve kterých v daném roce nebyli ubytováni žádní festivaloví hosté, tj. měli nulové hodnoty, jsem pro přehlednost odstranil. Kompletní seznam využitých ubytovacích kapacit je uveden zde, ve finální souhrnné tabulce, která ukazuje využití jednotlivých hotelů v průběhu let. V závěru tabulky je také uvedeno kolik festivalových hostů, jednotlivců, festival za sledované období 2007 – 2013 ubytoval.

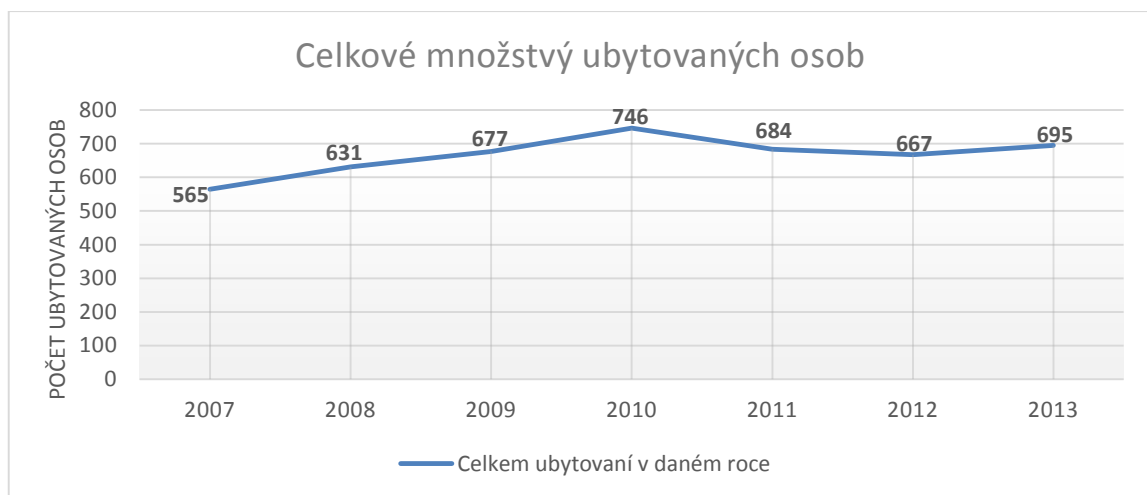
Obsazení ubytovacích kapacit od 2007 do 2013								
Název jednotky	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Celkem
Interhotel Moskva	220	212	199	217	201	285	271	1605
Hotel Garni	124	94	194	214	181	229	209	1245
Hotel Ondráš	35	47	43	65	70	10	75	345
Hotel Baltaci U Náhonu	51	53	72	64	48	0	18	306
ParkHotel	8	59	54	41	113	0	0	275

Zlín								
Hotel Sole	26	20	53	38	0	0	1	138
Hotel Saloon	5	51	4	1	5	45	13	124
Koliba U Černho medvěda	11	18	20	18	17	0	13	97
Penzion Villa Slovenská	24	11	20	25	0	0	0	80
Hotel Tomášov	0	0	0	0	0	56	15	71
Hotel Rottal	19	27	0	0	0	0	0	46
VŠ koleje Štefánikova	0	0	0	0	0	19	26	45
Hotel Baltaci atrium	0	0	0	16	5	2	21	44
Penzion BelBar	3	13	9	18	0	0	0	43
Lesní Hotel	0	0	0	0	39	0	0	39
Galaxie Zlín	0	0	0	0	0	21	18	39
Hotel Tuskulum	28	0	0	0	0	0	0	28
Hostel DUO	0	0	0	0	0	0	15	15
Hotel Vila Antoaneta	3	9	0	0	0	0	0	12
Hotel Amenity Zlín	0	0	0	12	0	0	0	12
Penzion UNO	3	3	5	0	0	0	0	11
Penzion IREN	0	0	1	10	0	0	0	11
Penzion ER'1	0	0	3	7	0	0	0	10
Hotel Miramare	5	3	0	0	0	0	0	8
Sportovní komplex Zelené	0	5	0	0	0	0	0	5
Vinotéka Zlín	0	0	0	0	5	0	0	5
Penzion ERA	0	4	0	0	0	0	0	4
Pension Anna	0	2	0	0	0	0	0	2
Celkem	565	631	677	746	684	667	695	4665

Tabulka 15 – Obsazenost ubytovacích kapacit ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.

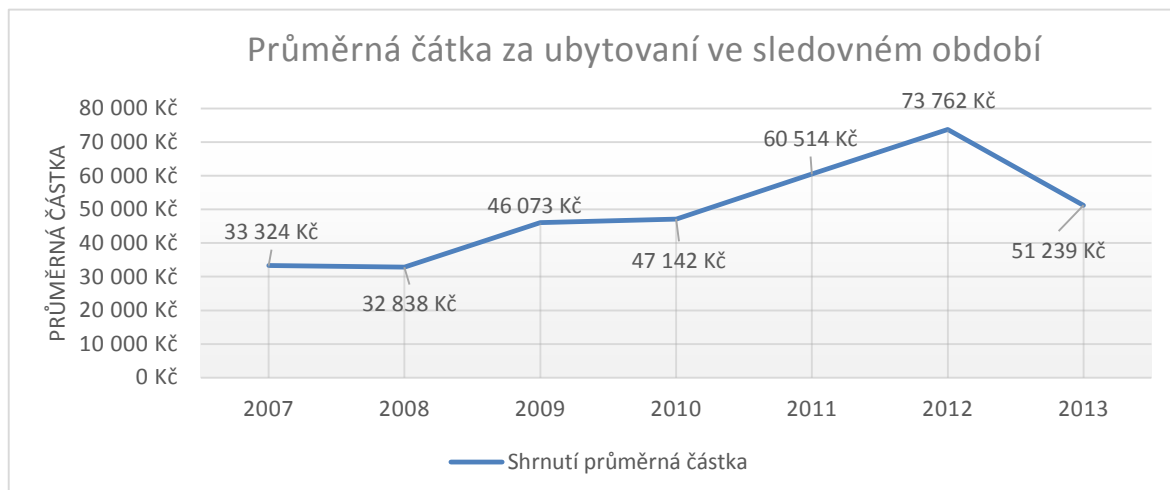
V průběhu sledovaného období přibylo několik hotelů s kvalitnějšími službami, než které již existovaly, z toho důvodu byly využívány tyto nově vzniklé ubytovací zařízení. Naproti tomu některé ubytovací kapacity ukončily svou činnost či již nebyly festivalem využívány. Je neuvěřitelné, že za sedm let bylo v rámci festivalu ubytováno více než čtyři tisíce šest set hostů.

Celková průměrná částka se za dané období vyšplhala na 344 892 Kč. V grafu je demonstrována křivka, která znázorňuje množství ubytovaných hostů. V počtu festivalem ubytovaných hostů je zcela zřejmý milník roku 2012, jako i v dalších analýzách, nicméně je zde korelace s křivkou Propagace, kterou máme znázorněnu dříve. Také zde pokles přišel až po roce 2012, nikoliv při daném ročníku, jak v případě ostatních sledovaných činností.



Obrázek 4 – Počet ubytovaných osob v období 2007 – 2013. Zdroj: vlastní tvorba.

Podíváme-li se na oba dva grafy je velmi zajímavé, že zvyšující počet ubytovaných hostů nemusí nutně znamenat zvyšování nákladů a naopak, klesají-li počty hostů, který hradí ubytování organizace festivalu, nemusí zásadně klesat i náklady. Toto je způsobeno různou skladbou hotelů a nákladů na jednotku ubytování, tedy osoba/den. Tyto údaje, tedy částku, počet ubytovaných osob a průměrnou částku za trvání festivalu jsme si podrobně rozepsali v předchozích tabulkách ke každému ročníku.



Obrázek 5 – Vývoj průměrné částky za ubytování v období 2007 – 2013. Zdroj: vlastní tvorba.

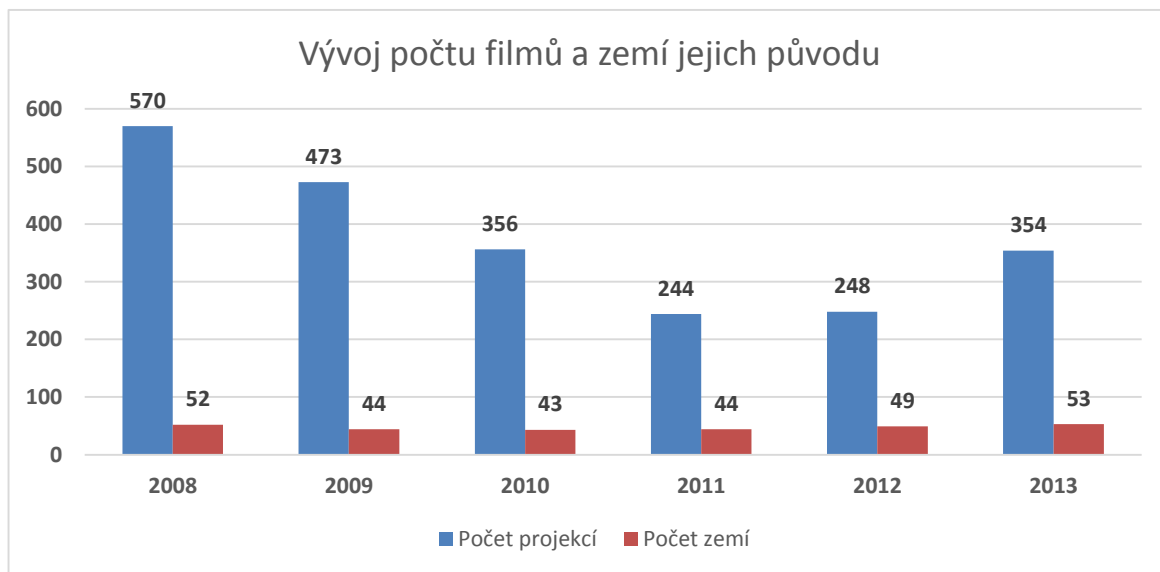
4.2 Návštěvnost a počet projekcí v průběhu let

V této části práce si rozeberme druhý faktor, o kterém jsem hovořil v úvodu této kapitoly. Nazvali jsme si jej faktor cestovního ruchu, jelikož festival je významnou součástí strategie cestovního ruchu města. Částečně jsme se turismu dotkli v předchozí části, kde jsme rozebírali ubytování, tam jsme se nicméně zaměřovali na finanční prostředky, které festival vynakládá na ubytování hostů. Z toho důvodu již o ubytování zde hovořit nebudeme, ale budeme se zabývat návštěvností festivalových akcí a filmy na festivalu odpromítanými.

U návštěvnosti uvažujeme návštěvnost celkovou, tedy návštěvníky filmového programu, dále účastníky akcí doprovodného programu i zvláštní případ dražitelů, kteří se zúčastnili dražby klapků. Musíme říci, že daná čísla jsou sice oficiální, nicméně je zde určitá odchylka způsobena tím, že návštěvník filmového programu může být návštěvníkem doprovodných projektů, v tomto případě tedy existuje duplicita návštěvnosti. U filmů je tato statistika jednoduchá, pouze nesmíme zaměnit pojem snímek, tedy unikátní film a pojem projekce. Projekce znamená odpromítání jakéhokoliv snímku, tedy i repríz. Zákonitě tedy počet projekcí přesahuje počet filmů.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Počet filmů	570	473	356	244	248	354
Počet zemí	52	44	43	44	49	53
Návštěvnost	100 000	98 000	105 000	108 000	103 000	95 000

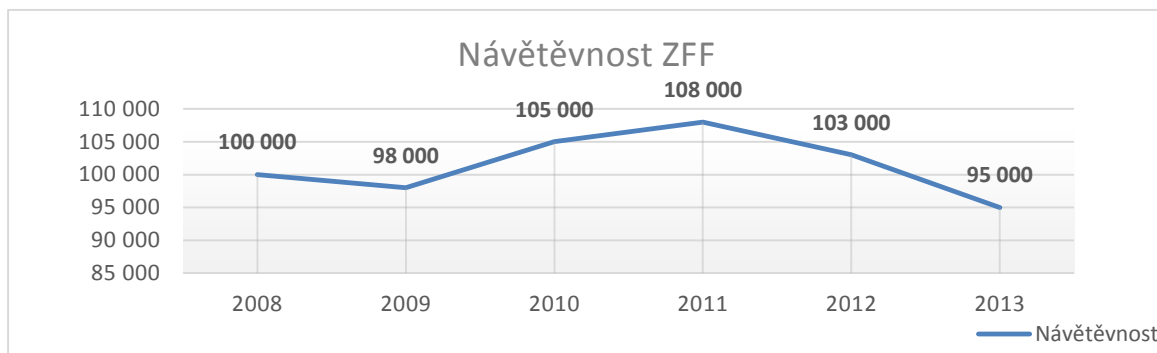
Tabulka 16 – Počet filmů a návštěvníků v období 2008 – 2013. Zdroj: Filmfest s. r. o.



Obrázek 6 – Vývoj počtu filmů a zemí jejich původu ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.

K interpretaci grafu vývoje filmů můžeme říci, že počet filmů významně neovlivňuje počet reprezentujících zemí. Ani zde nemůžeme generalizovat a říci, že nižší počet filmů znamená nižší počet zastoupených zemí. Zatímco se počet snímků mění a fluktuje kolem tří set, kromě výrazného poklesu při 50. ročníku a naopak většího počtu filmů v roce 2008, mění se počet zastoupených zemí. Můžeme konstatovat, že poněkud zajímavá situace nastala v minulém roce, kdy při 53. ročníku vlálo na vlajkoslávě 53 různých státních vlajek.

Podíváme-li se do blízké budoucnosti na 54. ročník, zaměřený na polskou kinematografii, tak víme, že o počet snímků nebude nouze. *Zlín Film Festival obdržel pro 54. ročník více než 3000 přihlášek. Z nich bude do festivalového filmového programu vybrána přibližně desetina. I když byl team ZFF zvyklý na velký zájem z celého světa, letošní tři tisícovky jsou pro něj přesto mimořádné! Programová ředitelka Markéta Pášmová připouští: „Je nám ale líto, že celých devadesát procent snímků jednoduše musíme z kapacitních důvodů odmítnout.“ Dramaturgyně ZFF Jaroslava Hynštová zdůrazňuje, že mezi přihlášenými jsou i snímky z pozoruhodných destinací: Filipíny, Nigérie, Pákistán.... „Probudila se latinská Amerika. Přihlásily se filmy z Kolumbie, Kuby, Venezuely, Ekvádoru či Bolívie“ (ZLÍN FILM FESTIVAL, ©2014). Tedy letos bychom se mohli pokusit o 54 vlajících vlajek a založit tak novou festivalovou tradici.*



Obrázek 7 – Návštěvnost Zlín Film Festivalu ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.

Čísla pro nás významná z hlediska cestovního ruchu vidíme na grafu Návštěvnost ZFF, jsou to počty návštěvníků města Zlína v době festivalu, které jsou uvedena v tabulce na předchozí stránce. Za sledované období, celkem čtyřicet osm dní čistého času, již festival tedy i statutární město navštívilo šest set devět tisíc lidí, tj. 1,2 krát více než počet návštěvníků zoologické zahrady v Lešné za celý rok. Z grafu je patrný klesající trend návštěvnosti. V rámci letošního ročníku zjistíme, zda se tato negativní reakce zastaví změnou data konání festivalu, tedy přes víkend. O této změně v organizaci jsme již hovořili v úvodu. Dalším možným opatřením proti tomuto klesajícímu trendu je rozšíření programu doprovodného či představení a „přivezení“ celosvětově známé herecké či režisérské osobnosti, která by se dala srovnat s těmi, které ve Zlíně již byly. Filmový program již rozšiřovat nelze, jelikož je festival omezen počtem dnů a kapacitou promítacích sálů.

S návštěvností souvisí také slavná veřejná aukce filmových klapků. Filmové kapky doprovázejí festival již od roku 1998. Výtěžek z aukce směřoval do zlínské filmové školy na podporu tvorby začínajících filmařů. Uzavřením této vzdělávací instituce se však účel výtěžku dražby nezměnil, pouze nezůstává celý v regionu. Počínaje rokem 2013 dochází k úpravě pravidel pro dělení finančních prostředků získaných z aukce filmových klapků a model umožňuje do této podpory zahrnout studenty filmových škol z celé republiky. Vedle vlastní výroby filmu lze takto podpořit i prezentaci a distribuci konkrétního filmu nebo začínajícího tvůrce.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Počet klapků	129 ks	137 ks	134 ks	133 ks	120 ks	109 ks
Výtěžek z dražby	2 539 000	2 750 000	2 143 000	2 186 500	1 381 000	1 306 500

V Kč.

Tabulka 17 – Počet malovaných filmových klapků ve sledovaném období.

Za 16 let existence tohoto projektu bylo vydraženo více jak jeden tisíc osm set filmových kapek, které se v mnoha případech staly součástí uměleckých sbírek ctitelů výtvarného i filmového umění. Pomineme-li rok 2013, tak za pět let se touto cestou do regionu dostalo téměř jedenáct milionů korun, které posloužili debutujícím filmovým tvůrcům k vytvoření snímků a dalšímu prosazení na tomto trhu. Část výtěžku z aukce v roce 2013 byla použita na organizaci mezinárodní soutěže studentských filmů Zlínský pes, studentského projektu Duhová kulička, kterou spoluprodukuje studenti Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati. Částka dále sloužila ke zkvalitnění výchovy a vzdělání studentů a pro workshopy realizované v rámci Industry sekce festivalu. Vidíme tedy další finanční přínos festivalu do regionu. V roce 2014 by se v dražbě a celkové výstavě minisalonu mělo objevit okolo 120 umělecky ztvárněných filmových kapek.

Shrnutím a důkazem existence vlivu ZLÍN FILM FESTIVALU na město Zlín mohou být následující čísla, které jsme uvedli již výše v textu. Za sledované šestileté období od roku 2008 do roku 2013 Zlín navštívilo 609 000 návštěvníků, bylo vydraženo 762 kusů originálně umělecky zpracovaných filmových kapek, jejichž dražba vynesla částku přes 12 milionů korun. Dalším číslem je počet odpromítaných unikátních snímků, kterých bylo 2245 z průměrně asi 48 zemí celého světa. Vrátime-li se k podkapitole, kde jsme se zabývali detailním finančním vlivem festivalu, tak celková částka z rozpočtu, která zůstala v regionu je, 126 milionů korun. Spojíme-li tento údaj s výnosem z aukce kapek, tak jsme zjistili finální částku, která je zároveň i odpovědí na otázku, jak veliký je vliv festivalu na město, tedy odpovědí je 138 335 874 korun a 609 000 návštěvníků. I kdybychom od celkové částky odečetli transfery poskytnuté Statutárním městem Zlín a Zlínským krajem, což je dohromady třicet osm milionů korun, tak stále je zde „čistý“ zisk přes jedno sto milionů. Po zjištění těchto informací již není možné o existenci vlivu vůbec pochybovat.

5 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Dotazník byl koncipován ke zjištění současného názoru návštěvníků festivalu na filmový a doprovodný program festivalu a také na výběr nejoblíbenější složky daného programu. Soužil i k výzkumu, co si respondenti myslí o existenci vlivu mezi festivalem a městem. Jak jsme již uvedli v předchozí kapitole, tak vliv zde skutečně existuje. Pouze necelých 6 % dotázaných uvedli, že si myslí, že vliv těchto dvou institucí není nijak veliký, zbytek což většina 94 % uvedlo, že buď je vliv veliký, či potvrdili jeho prostou existenci.

Druhá část dotazníku se zabývala možnostmi dalšího rozvoje festivalu. Kladl otázky, které měly indikovat, kam by měl festival směřovat a jaké změny provést přímo v organizaci festivalu. Přiznám se, že některé návrhy na rozšíření jak doprovodného, tak i filmového programu jsou poměrně inspirující a některé i překvapivě reálné. Jejich užití je možné v příštích ročnících festivalu. Podobu daného dotazníku uvedu v příloze této práce.

5.1 Současný stav

Nejvíce nás samozřejmě zajímají odpovědi a názory pravidelných návštěvníků festivalu, jelikož mohou hodnotit na základě zkušeností. Tedy z celkového množství budeme rozebírat 86 % odpovědí, tedy respondentů, kteří odpověděli, že festival navštěvují pravidelně či občas, tedy odpovědí, které naznačují repetici. Z těchto výsledků navštěvuje 22 % pouze program doprovodný a 35 % jen program filmový. Třetí možnost, tedy „preferuji a navštívím aktivity v obou programech“, uvedlo 43 % respondentů.

Z filmového programu je s velkou převahou nejoblíbenější produkce letního kina, které navštíví 81 % dotázaných návštěvníků. U programu doprovodného není výsledek tak zřejmý, ale vítězí položky masového charakteru, jakou jsou akce pro děti, které navštíví 83 %, hned v závěsu jsou hudební koncerty spolu s akcí „Red carpet“, kde se setkávají fanoušci s tvůrci a herci, tyto produkce navštíví asi 72 % odpovídajících návštěvníků. Podíváme-li se na otázky, které se týkaly filmového programu, filmu a rozvoje této sekce programu, tak se objevují náměty na změnu nejen v organizačním, ale i technickém poli. Zde uvádím některé z odpovědí vypsané na otázku: *Kdybych mohl ovlivnit filmový program, tak...*

„... bych se snažila změnit hlavně simultánní překlad k jednotlivým zahraničním filmům“

„... rozšíření sekce young stars,“

„... více povídání s tvůrci po filmu, protože až film zhlédnu, tak mě napadají k titulu dotazy, než před tím“

„... bych zavedl více filmových novinek z Hollywoodu, alespoň v letním kině“

„... promítání více dokumentů“

„... tak zde promítám více světových premiér a pozvu k tomu tvůrce“

„... bych se snažila pozvat slavnější osobnosti“

Na poslední z citovaných odpovědí, tedy pozvání slavných osobností jsem směřoval samostatnou otázku již při tvoření dotazníku, jelikož daná situace je komplikovanější. Není vyloženě těžké slavnou osobnost či tvůrce do Zlína na Zlín Film Festival pozvat a cestu zorganizovat, ale ta těžší část je, jak toto pozvání zafinancovat. Z toho důvodu jsem v dotazníku tuto otázku koncipoval s následujícími možnostmi: *Chtěl bych, aby organizátoři pozvali do Zlína slavnější osobnosti filmového života, i za cenu snížení počtu akcí doprovodného programu či filmů:*

- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na filmový program.
- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na doprovodný program.
- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na pozvání dalších osobností filmového života.
- Ano, ale ať náklady rozdělí rovnoměrně ve výše zmíněných možnostech.
- Ne, nechci, aby zvali hvězdy filmů, jsem s festivalem spokojený.

Možnost negativní, tedy, že není třeba zvat více celosvětových hvězd, vybralo 26 % lidí. Nejvíce respondentů, 33 % se shodlo na tom, že Ano, je třeba hvězdu pozvat a toto financovat rovnoměrně z rozpočtů na filmový a doprovodný program a snížením počtu dalších osobností filmového života. Jednotlivě tyto odpovědi, ve zmíněném pořadí, získali 11 %, 13 % a 15 %. Zbývající 2 % spadají do kategorie odpovědi Jiné, kde bylo ponejvíce uvedeno konstatování, že slavná osobnost by byla pro Zlín velkým přínosem, ale nebyla uvedena možnost financování této skutečnosti.

V závěru této kapitoly ještě uvedenu návrhy osobností, které by měli do Zlína na festival přicestovat, a byly zmíněny v dotaznících v odpovědi na otázku: *V rámci festivalu bych chtěl ve Zlíně potkat....*

Nebudu rozlišovat mezi osobnostmi zahraničními a českými. Zde následuje výčet potencionálních hostů:

Olga Sommerová,	Saša Rašilov nejml.,	Ondřej Havel,
Guillermo del Toro,	Lukáš Vaculík,	Johan Mádr,
Pedro Almodóvar,	Veronika Freimannová,	Bára Seidlová,
Tom Tykwer,	Jana Plodková,	Pavel Liška,
Karin Babinská,	Klára Issová,	Ivana Chýlková,
Richard Krajčo,	Christopher Waltz,	Ondřej Sokol,
David Novotný,	Sean Bean,	Jiří Mádl,
Jakub Prachař,	Andy Serkis,	Jana Preissová,
Vica Kerekes,	Daniel Radcliffe,	Zlata Adamovská,
James Cameron,	Emma Watson,	Gore Verbinski,
Karel Kachyňa,	Peter Jackson,	Jiří Vejdělek,
Jan Svěrák,	Hugh Lauri,	Miloš Forman,
Ivan Trojan,	J.K.Rowlingovou,	Tom Hanks,
Iva Janžurová,	Alan Rickman,	Rowan Atkinson
Terry Gilliam,	Zdeněk Troška,	Patrick Stewart
Jan Kraus,	Johnny Depp,	Vojtěch Dyk
Ondřej Vetchý,	Robert Downey Jr.,	Ian McKellen
Jiří Macháček,	Josh Hutcherson,	Dana Morávková
Petr Rychlý,	Patrick Stuart	Karel Gott

a mnozí další.

6 OPATŘENÍ ROZVOJE

V této kapitole budeme uvažovat možnosti, jak zvýšit počet návštěvníků festivalu, vylepšit organizaci jeho průběhu a řešit možné projekty k rozvoji této produkce. Je třeba se zamyslet nad tím, zda všichni podobně pojmáme a co myslíme slovem rozvoj. Většina si představí nějaký druh vylepšení, zlepšení výsledků a monitorovacích indikátorů, tedy krok kupředu, pozitivní změnu. Aby tato práce byla kompletní, tak zde uvedu definici rozvoje, která se mi zdá příhodná a vcelku logicky uchopitelná. *„Rozvoj můžeme definovat jako organizovanou intervenci do kolektivních záležitostí podle standardů zlepšení. Co je míněno tímto zlepšením a jaký druh intervence je vhodný, se přirozeně mění podle třídy, kulturně-historického kontextu a vztahů moci [Pieterse, 2001:3]. Jedná se tedy o proces změny, zprostředkovaný nějakou formou lidské intervence (Navrátilová, 2009, s. 16).*

V rámci rozvojových opatření doprovodného programu se krátce vrátíme k dotazníku, který jsme rozebírali v minulé kapitole a podíváme se na poslední otázky, které se doprovodné sekce týkaly a které stále nebyly analyzovány.

6.1 Dobrovolnictví a Back office

Dobrovolnictví na filmových festivalech v zahraničí je zcela běžnou věcí. Na Zlín Film Festivalu byl poprvé koncept dobrovolnictví zavedený v roce 2013. Toto souviselo nejen s razantním snížením rozpočtu v roce 2012, ale i krok k přizpůsobení se světovému trendu. Princip dobrovolnictví je poháněn vnitřní motivací a přesvědčením. Dále je zde složka touhy po informacích, jak takový festival probíhá v zákulisí? Kdo, co a jak řeší? S tímto souvisí i vnitřní touha po osobním uspokojení, získání zkušeností a dovedností, všechny tyto záminky jsou součástí motivace, proč v rámci dobrovolnictví lidé pracují a obětují vlastní zdroje. Jsou různé druhy motivace, které detailněji popisují stavy, které jsem popsal výše.

Konvenční motivace

O tomto druhu motivace hovoříme v případě, že jedince k práci dobrovolníka vedou buď morální normy nejbližšího okolí, nebo obecná neformální společenská pravidla chování. Konvenční motivace je dominantní u 40 % českých dobrovolníků (Pištěková, 2007).

Reciproční motivace

Reciproční motivace, jak již napovídá kořen slova – reciprocita, nabádá tuto část dobrovolníků k tomu, aby v dobrovolné práci hledal prvky, které jsou užitečné i pro něho samotného. K nejsilnějším motivacím patří zájem o získávání nových zkušeností, navazování nových vztahů, snaha uplatnit svoje schopnosti. Toto uvedlo 37 % českých dobrovolníků, především mladých lidí (do 30 let) s jednoznačně ateistickým světonázorem (Pištěková, 2007). Zde se nalézají nejvíce důvodů, které jsem popsal v úvodu, a také do této skupiny spadá většina dobrovolníků pracujících na festivalu.

„Aby dobrovolníci byli při své práci skutečně úspěšní a prospěšní, musí sami splňovat určité předpoklady. Důležitou roli zde hraje především jejich motivace. Dobrovolníci přicházejí do organizace s různými představami a z různých důvodů. Mezi nejčastější odpovědi dobrovolníku ohledně jejich motivace patří:

- *chci dělat něco smysluplného,*
- *rád bych pomáhal lidem,*
- *můj příbuzný byl příjemcem dobrovolnické pomoci od vaší organizace,*
- *rád bych u vás získal praxi v oboru, kterému se dále chci věnovat,*
- *zaujal mne váš projekt, a chci se na něm podílet. (Kosina, 2003, s. 21)*

Je samozřejmé, že člověk má i jiné potřeby než dobrovolnictví, seberealizaci a pomoc druhým. Pokud se podíváme na „Pyramidu lidských potřeb“ amerického psychologa A. Maslowa, tak je nám jasné, že pokud se nedostává nižších – základnějších potřeb, pak se nejdříve musíme vrátit k nim, uvést je do pořádku a souladu a poté se věnovat jinému „stupni“ v pyramidě. Podle odborníků na současnou psychoanalýzu, týkající se tohoto tématu již tuto teorii uvádějí jako nesoučasnou a zaostalou, nicméně dle mého názoru v sobě stále skrývá logiku užití pro současný stav věci.

6.1.1 Návrhy na zvýšení efektivity dobrovolníků

Každý večer musí následovat kontrola a ověření, obsazení dne následujícího, zda jsou všechny změny v pořádku, zda je správný počet lidí na správných akcích a zda skutečně o umístění vědí. Díky tomuto faktoru, budou akce v pořádku pokryty a bude daný počet požadovaných pracovníků na správném místě. Tedy pokud se nebude jednat o žádost o doplnění stavu na poslední chvíli.

Je samozřejmé, že akce tohoto rozměru není statická, ba naopak výrazně dynamická již ze své podstaty, z těchto předpokladů je možné uvažovat, že se situace a program se budou vyvíjet. Není tedy možné vše nachystat předem. O to komplikovanější a náročnější je však situace, když se jedná o dobrovolníky, kteří mění i svůj osobní rozvrh na úkor pracovního rozpisu festivalu a proto není možné počítat s jejich stoprocentní účastí. Musíme zde tedy uvažovat již pravděpodobnost, že předem naplánovaný rozvrh nebude splněn. Díky těmto skutečnostem, se koordinace dobrovolníků stává značně náročnější.

Jako nejlepšími opatřeními se jeví vyvarovat se změn na poslední chvíli, které můžeme ovlivnit a pokusit se postihnout veškeré faktory, které tuto práci ovlivňují. Řešení je v podstatě jednoduché, stojí však finanční prostředky, ale ve výsledku si nemyslím, že daná částka by nebyla natolik vysoká, co se týče procentuálního vyjádření k jiným akcím. Nicméně je potřeba mít na zřeteli, že tato skupina pracovníků-dobrovolníků tento festival v podstatě „dělá“, bez nich bychom neudělali jedinou akci doprovodného programu, nezvládali se starat o hosty, delegace, v podstatě další organizační věci.

Osobně doporučuji řešení, sestavit základní pracovní skupinu patnácti pracovníků, kteří budou vázání dohodou o provedení práce a jejich denní plat bude znám předem, navrhuji částku 500 Kč/den, tato částka není nikterak vysoká. Ve výsledku to vychází asi 50Kč/hod). Tato skupina, tvořena z poloviny pracovníky, kteří budou tzv. náplněmi do pohádkových postavíček, tedy maskoty, by měla samozřejmě rozvrh předem daný, jako všichni ostatní, ale ve „volných“ chvílích by byly kdykoliv k dispozici pro jakoukoliv práci. V podstatě by byli na place s námi a byli připraveni v případě potřeby. Někdo by mohl namítnout, co když nebudou mít, co na práci? Na toto bych mu odpověděl, že za celých deset let, co mám tuto sekci organizace na starosti, se to nestalo, maximálně výjimečné a déle jak 30 minut tento stav netrval. Dle mých zkušeností by měli velmi plný program. Pracovníci na tyto pozice by byli vybíráni z řad úspěšných a zodpovědných pracovníků a dobrovolníků z minulých let, se kterými jsme byli spokojeni a známe jejich schopnosti a přístup k práci.

Dalším nápomocným faktorem by bylo stanovení doby, kdy se už nebude zasahovat do realizačních karet, řekněme 14 dní před zahájením ZFF. Rozpisy, alespoň ty základní, se musí dělat předem, tedy požadavky na personální obsazování jsou brány z jednotlivých realizačních karet a případně z e-mailové komunikace. Pokud je toto již připraveno, požadavky zapracovány a karta je poté změněna, tak je zde prostor pro chybu v komunikaci a následně organizační nedorozumění přímo na místě. Samozřejmě ať je

karta změněna k aktuálnímu stavu, ale ať jsou dané změny, které se se týkají personálního zabezpečení komunikovány i e-mailem. Stačí upozornění od daného produkčního, supervizora dané akce, že došlo ke změně. Můžeme uvažovat i tak, že vedle guest servisu, produkce doprovodného programu, filmového oddělení, PR (public relations) a marketingu, je zde v době festivalu jakési neformální HR (Human Resources) oddělení, které musí s dobrovolníky spolupracovat a utvářet u nich pozitivní obrázek o festivalu a tyto ovlivnitelné změny, které je možné eliminovat, tomuto škodí.

Co se týče zázemí, které se dnes označuje anglickým názvem Back office, tak je nutno říci, že není možné přímo definovat, co toto označení na festivalu znamená. Kam zasahuje, kdo je za něj zodpovědný a další otázky. U této samostatné podkapitoly organizace festivalu nepozorují žádné podstatné změny k diskuzi. Tedy ani možné opatření zde není. Pouze je třeba se vrátit k osvědčené variantě vydávání klíčů oproti jménu na seznamu, který před zahájením ZFF na vrátnici Kongresové centra předáme. Při posledním ročníku byly klíče od skladovací místnosti vydávány všem, kdo si o ně požádal, a tak bylo těžké udržet jakýkoliv přehled a pořádek. Řekněme, že na seznamu oprávněných osob do skladu, by kromě členů produkce měli přístup dva brigádníci, kteří mají sklad na starosti.

Na tomto místě, ač v neposlední řadě, bych chtěl poděkovat všem dobrovolníkům a kolegům za průběh celého festivalu. Jmenovitě mému kolegovi a asistentovi Janu Hrbáčkovi, kterého měla možnost poznat celá produkce a byl mi i jim vždy nápomocný v jakékoliv situaci. Dále jsou to Martin Král, který byl komunikativní, ochotný a vždy jsme spolu vyřešili vše potřebné a také díky tomuto bylo odvráceno značné procento potíží a možných problémových situací.

6.2 Doprovodný program

Než rozeberu projekt Kinematovlak, který je významnou složkou doprovodného programu festivalu, tak se podíváme na možné nové aktivity této sekce, které se objevily jako odpovědi v dotazníku. Nejvíce názorů se týkalo požadavků na větší množství hudebních koncertů na hlavním podiu na náměstí Míru. Případně využití Velkého kina či platformy 14. a 15. budovy. Dalšími návrhy jsou organizovaný průvod filmových postav, postav z pohádek, po Zlíně. Tento nápad je poměrně kvalitní, při zakomponování skutečných herců v kostýmech a rolích, by se z toho mohl stát tradiční akce ZFF. Množství respondentů taktéž volalo po zvýšení počtu autogramiád, setkání s českými i zahraničními

režiséry a scénáristy a také uspořádání odborných školení spojených s filmem, což implikuje rozšíření sekce Industry.

6.2.1 Projekt Kinematovlak a jeho analýza

Projekt Kinematovlak – pojízdné kino na kolejích vznikl v roce 2004 ve spolupráci Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež ve Zlíně a společnosti České dráhy, a. s. Od prvopočátku si Kinematovlak klade za cíl přivážet filmy a pohádky dětem, které se do samotného festivalového Zlína nedostanou a také tam, kde klasické kino nemají. Dnes je již situace poněkud odlišná, ale stále platí, že Kinematovlak promítá hlavně pro děti, a to pohádky a večerníčky v obcích, které kino nemají, je jeho dostupnost problematická nebo není program přizpůsobený této kategorii diváků.

Na cestě za svými diváky vlak každoročně navštíví v průměru dvacet českých měst a celkem se uskuteční kolem dvou set projekcí. V roce 2008 vlak poprvé zavítal i na Slovensko, kde se projekce velmi úspěšně uskutečnily v patnácti městech. Promítací plán Kinematovlaku je rozdělen na dopolední promítání pro školy a odpolední promítání, kdy projekce navštěvuje široká veřejnost. Nutno upozornit, že veškeré projekce jsou zdarma a díky partnerům minulým i současným si návštěvníci mohou odnést drobné dárky. Na každé zastávce se po celý den promítají večerníčky a pohádky.

Kinovůz je bývalý zavazadlový vůz, který byl upraven jako pojízdný kinosál. Je vybavený digitální promítací technikou včetně zvuku 5+1. Sedadla jsou stupňovitě uspořádána jako v klasickém kině. Promítací sál je zatemněný, klimatizovaný a má kapacitu padesát míst. Ve výstavním doprovodném vagonu si návštěvníci mohou prohlédnout výstavu s železniční tematikou a také výsledky dětské výtvarné soutěže, kterou každoročně organizátoři vyhlašují. V daném vagonu jsou také vystaveny práce dětí, které je namalovaly v soutěži vyhlášené Úřadem pro ochranu osobních údajů, se kterým festival spolupracuje. Děti si také mohou ukrátit dlouhou chvíli, kdy čekají na promítání ve speciálním vagonu „vláčku Hráčku“.

Kinematovlak startuje z vybraného města České republiky za účasti zástupců organizátorů, partnerů a médií. Tento slavnostní start je doplněn bohatým program a zábavnými vystoupeními. Pro dětské návštěvníky mají partneři projektu na jednotlivých zastávkách připravenou spoustu zajímavých dáreků. Za svou historii vlak navštívil přes 170 měst v České i Slovenské republice a projekce zhlédlo více než sto tisíc diváků. Výraznou mediální podporu vlak získal ze strany České televize, Českého rozhlasu.

Správná organizace, posloupnost akcí a rozvržení času pro tento projekt je klíčová, neboť probíhá po dlouhou dobu a v různých místech v republice. Proto je potřeba pomocí síťového grafu zjistit nejkratší dobu realizace, provést časovou analýzu a nalézt kritickou cestu. Trvání jednotlivých kroků znázorňuje tabulka níže.

6.2.2 CPM analýza

Jelikož již máme s pořádáním této akce zkušenosti, tak dokážeme v pořádku určit a konkrétněji odhadnout dobu trvání jednotlivých činností, využijeme k řešení příkladu metodu CPM, neboli „Metodu kritické cesty“. Nejprve sestavíme grafické řešení příkladu pomocí hranově orientovaného grafu. Z tohoto grafu můžeme vycíst nejdříve možné začátky a konce činností spolu s nejpozději přípustnými začátky a konci činností (viz. následující tabulka).

Dále pro každou z prováděných činností určíme časové rezervy. Jedná se o následující:

Celková časová rezerva:

$$RC_{ij} = TP_j - t_{ij} - TM_i$$

Volná časová rezerva:

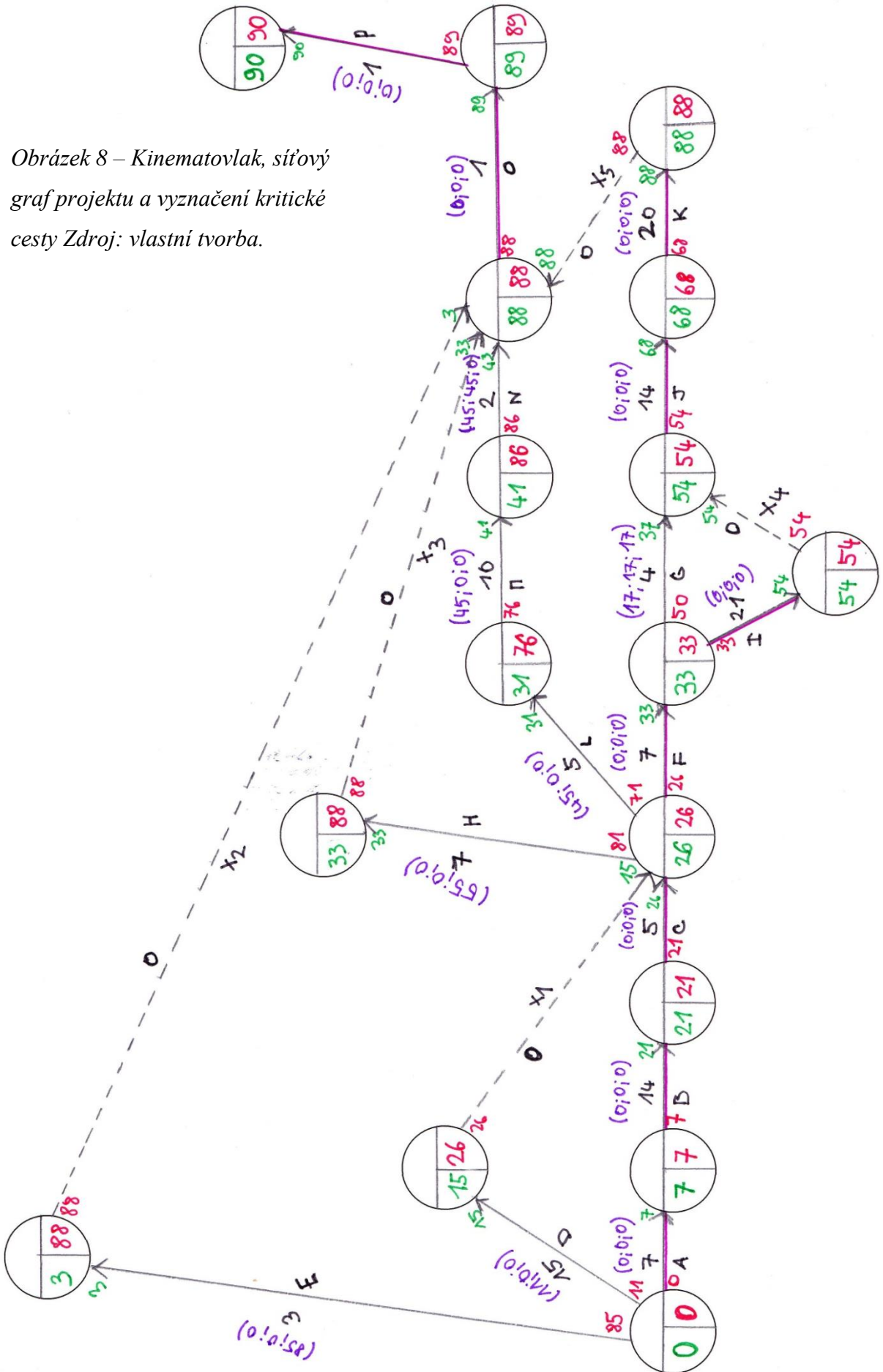
$$RV_{ij} = TM_j - t_{ij} - TM_i$$

Nezávislá časová rezerva:

$$RN_{ij} = TM_j - t_{ij} - TP_i$$

	Činnost	Popis činnosti	Trvání (dny)	Předchozí činnosti
1.	A	Dohoda a smlouva s partnery projektu	7	-
2.	B	Výběr trasy vlaku	14	A
3.	C	Upřesnění trasy a logistika	5	B
4.	D	Marketingová komunikace s partnery poskytujícími tituly k promítání	15	A
5.	E	Technická kontrola stavu vlaku	3	A
6.	F	Vytvoření programu promítání	7	C, D
7.	G	Vytvoření synopsí promítaných titulů	4	F
8.	H	Komunikace s úřady místa STARTu	7	C
9.	I	Vytvoření informačních a programových plakátů	21	F
10.	J	Tisk a rozesílání informačních a programových plakátů, letáků	14	G, I
11.	K	Rezervace míst, kontrola obsazenosti	20	J
12.	L	Kontakt s moderátory a vystupujícími na STARTu	5	C
13.	M	Finalizace scénáře STARTu	10	L
14.	N	Technická příprava na místě STARTu	2	M
15.	O	START KINEMATOVLAKU	1	E, H, K, N
16.	P	Úklid po akci START	1	O

Tabulka 18 – Kinematovlak a časová posloupnost jednotlivých činností projektu.



Obrázek 8 – Kinematovlak, síťový graf projektu a vyznačení kritické cesty Zdroj: vlastní tvorba.

Výsledky jsou zachyceny pro každou jednotlivou činnost v tabulce níže.

Činnost	ZMij	KMij	ZPij	KPij	Celková časová rezerva	Volná časová rezerva	Nezávislá časová rezerva
A	0	7	0	7	0	0	0
B	7	21	7	21	0	0	0
C	21	26	21	26	0	0	0
D	7	22	11	26	11	0	0
E	7	10	85	88	85	0	0
F	26	33	26	33	0	0	0
G	33	37	50	54	17	17	17
H	26	33	81	88	55	0	0
I	33	54	33	54	0	0	0
J	54	68	54	68	0	0	0
K	68	88	68	88	0	0	0
L	26	31	71	76	45	0	0
M	31	41	76	86	45	0	0
N	41	43	86	88	45	45	0
O	88	89	88	89	0	0	0
P	89	90	89	90	0	0	0

Tabulka 19 – Kinematovlak, časové rezervy pro jednotlivé činnosti projektu.

Ze síťového grafu, manuálně zhotoveného, zjišťujeme, že nejkratší možná doba na přípravu a celkovou realizaci našeho projektu Kinematovlak je 90 dní. Časovou rezervu a případnou možnost zpoždění má 7 činností, a to: D, E, G, H, L, M, N z čehož vyplývá následující „Kritická cesta“: $A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow F \rightarrow I \rightarrow J \rightarrow K \rightarrow O \rightarrow P$

Potvrzeno ve WinQSB:

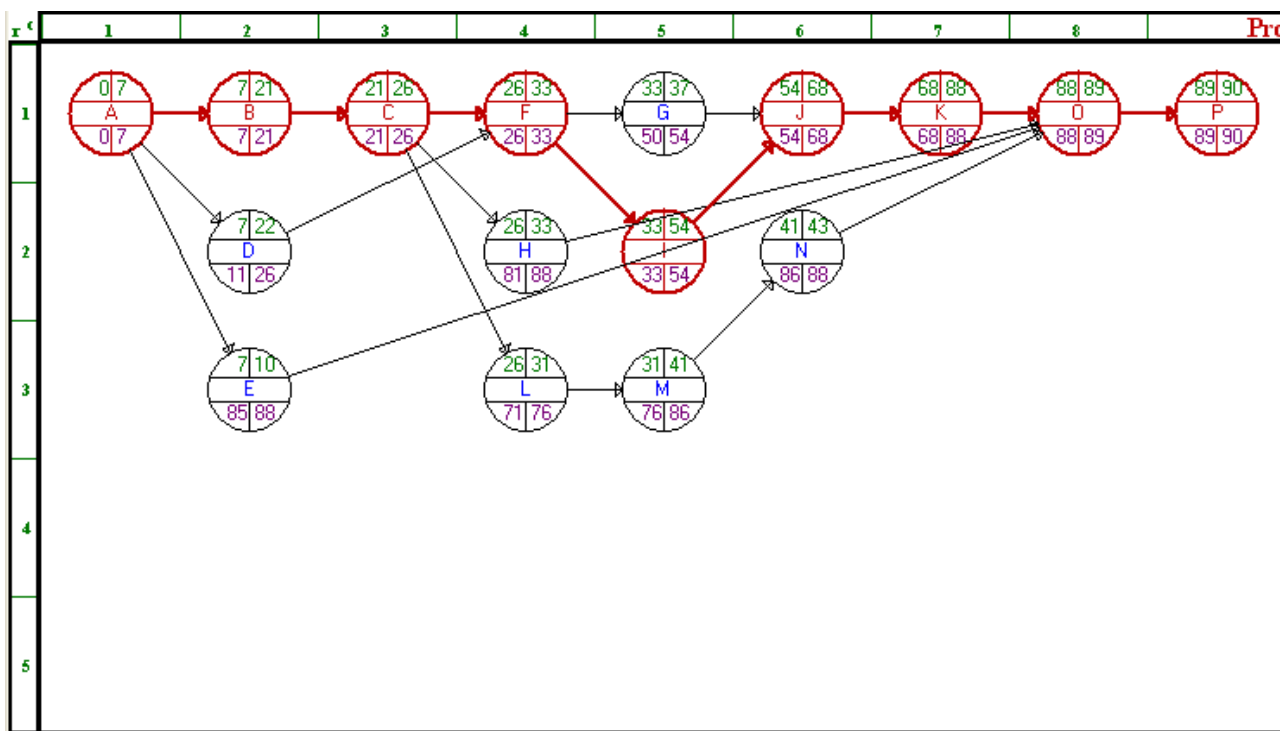
	Critical Path 1
1	A
2	B
3	C
4	F
5	I
6	J
7	K
8	O
9	P
Completion Time	90

6.2.3 Potvrzení řešení v programu WinQSB

Activity Number	Activity Name	Immediate Predecessor (list number/name, separated by ',')	Normal Time
1	A		7
2	B	A	14
3	C	B	5
4	D	A	15
5	E	A	3
6	F	C,D	7
7	G	F	4
8	H	C	7
9	I	F	21
10	J	G,I	14
11	K	J	20
12	L	C	5
13	M	L	10
14	N	M	2
15	O	E,H,K,N	1
16	P	O	1

Activity Name	On Critical Path	Activity Time	Earliest Start	Earliest Finish	Latest Start	Latest Finish	Slack (LS-ES)
A	Yes	7	0	7	0	7	0
B	Yes	14	7	21	7	21	0
C	Yes	5	21	26	21	26	0
D	no	15	7	22	11	26	4
E	no	3	7	10	85	88	78
F	Yes	7	26	33	26	33	0
G	no	4	33	37	50	54	17
H	no	7	26	33	81	88	55
I	Yes	21	33	54	33	54	0
J	Yes	14	54	68	54	68	0
K	Yes	20	68	88	68	88	0
L	no	5	26	31	71	76	45
M	no	10	31	41	76	86	45
N	no	2	41	43	86	88	45
O	Yes	1	88	89	88	89	0
P	Yes	1	89	90	89	90	0
Project	Completion	Time	=	90	days		
Number of	Critical	Path(s)	=	1			

Obrázek 9 – Kinematovlak, síťový graf dle programu WinQSB



6.2.4 Interpretace výsledků

Na základě výsledků z programu WinQSB, můžeme konstatovat, že ruční řešení bylo správné, neboť se shodují a tudíž nejnižší doba trvání tohoto projektu se zadanými časovými údaji je 90 dní. Kritická cesta existuje v tomto případě pouze jedna a to již dříve zmíněná: $A \rightarrow B \rightarrow C \rightarrow F \rightarrow I \rightarrow J \rightarrow K \rightarrow O \rightarrow P$.

Časové rezervy lze proto najít u činnosti D (11 dní) – Marketingová komunikace s partnery, E (85 dní) – Technická kontrola stavu promítacího vozu, G (17 dní) – Vytvoření synopsí promítaných titulů, H (55 dní) – Komunikace s úřady a zajišťování akce v místě startu, L (45 dní) – Kontakt a komunikace s moderátory a vystupujícími při Startu, M (45 dní) – Finalizace scénáře Zahájení (Startu) a N (45 dní) – Technická příprava vozu a akce na místě startu.

Platí zde stejná pravidla jako u dalších projektů. V případě zpoždění činnosti, která leží na kritické cestě, posouvá se doba trvání celého projektu, jelikož zde nejsou žádné možnosti časových rezerv. Vzhledem k tomu, že „Start“ je pevně daný termín, který je veřejně komunikován v médiích a navazují na tento datum oficiální pozvánky a vystoupení, tak deadline není možné posunout a bylo by třeba nalézt jiné možnosti řešení.

6.2.5 Rozšíření projektu

Co se týče možnosti rozšíření tohoto projektu, tak věřím, že výbornou propagací festivalu a partnerů by byla zařízení a zprovoznění celoročního provozu tohoto promítacího kinosálu. Případně rozšíření tras opětovně na Slovensko, případně do Polska, samozřejmě by bylo třeba k těmto opatřením pečlivě vybrat i snímky k promítání. Mezinárodně známý Krteček, či v právě v Polsku vzniklý cyklus, Bolka a Lolka, případně zlínská produkce seriálu A je to, mají krásu v tom, že nepodléhají žádné jazykové hranici. Kromě zábavné funkce nabízí tento projekt možnosti vzdělávací, co se týče jazyků, multimediální výchovy, internetové bezpečnosti, základní socioekonomické znalosti, EU a evropský integrační proces a mnohé další.

Toto rozšíření již existujícího projektu je samozřejmě nutné prodiskutovat. Dojednat nové smlouvy, jak již existujících stran, tak případně oslovit nové partnery projektu. Je třeba zajistit způsob financování a stanovit posádku vozu. Co se týče financování, tak je zde prostor pro využití jiných možností, například strukturálních fondů v rámci kohezní politiky. Jelikož je vlak vybaven audiovizuální technikou, je možné jej využít i jako pojízdné školicí středisko. Sociální fond, ESF, který by se nabízel jako vhodnou možností, byl vytvořen v r. 1957. A to jako primární politický nástroj sociální oblasti zaměřené zejména na otázky trhu práce a zaměstnanosti. Hlavním úkolem ESF je přispět k posilování hospodářské a sociální soudržnosti EU v oblasti zaměstnanosti, a to zvyšováním počtu a kvality pracovních míst. Dále ESF financuje okruh legislativně stanovených témat zahrnujících:

- Zvyšování adaptability zaměstnanců a podniků v měnícím se ekonomickém prostředí.
- Zlepšování přístupu na trh práce modernizací institucí trhu práce a realizací aktivní politiky zaměstnanosti.
- Posilování sociálního začleňování znevýhodněných osob na trhu práce (Hájek, 2010, s. 54).

Veškeré možné změny a rozšíření jak projektu Kinematovlak, tak i další možnosti doprovodného programu navržené v dotazníku či sekci Dobrovolnictví, je třeba probrat se zainteresovanými osobami a v rámci brainstormingu je prodiskutovat, upřesnit a podrobit kritice. Zorganizovat tyto změny je otázkou velkého množství práce, času a také finančních prostředků. Nicméně věřím, že daný výsledek by mohl zaručit opětovné zvýšení návštěvnosti a povědomosti o festivalu nejen v České republice.

6.2.6 Návrh projektu

Operační program:

Číslo operačního programu:	CZ.1.04
Název operačního programu:	OP Lidské zdroje a zaměstnanost
Číslo globálního grantu:	CZ.1.04/3.1.02
Název globálního grantu:	Podpora sociální integrace a sociálních služeb
Číslo prioritní osy:	4.3
Název prioritní osy:	Sociální integrace a rovné příležitosti
Číslo oblasti podpory:	4.3.1
Název oblasti podpory:	Podpora sociální integrace a sociálních služeb

Identifikace projektu:

Název projektu: Kinematovlak - místo k setkání a sdílení

Název projektu anglicky: The Cinematrain - a place to meet and share

Předpokládané datum zahájení realizace: 1. 5. 2015

Předpokládané datum ukončení realizace: 1. 7. 2016

Doba trvání v měsících: 14,0

Popis projektu:

Projekt Kinematovlak, pojízdné kino na kolejích vznikl v roce 2004 ve spolupráci Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež ve Zlíně a společnosti České dráhy, a.s. Od prvopočátku si Kinematovlak klade za cíl přivážet filmy a pohádky dětem. Primárně se jednalo o města a obce, kde kino není zavedeno, nyní se projekt rozšiřuje a zaměřuje na sociálně vyloučené lokality, kde kino je, ale kde není navštěvováno sociálně vyloučenou komunitou, ať už je to z jakéhokoliv důvodu. I nadále budou programem převážně pohádky pro menší děti a filmy pro mládež. Projekt má za úkol šířit společnou kulturu a přispět tak k sociální integraci mladých lidí do kolektivu svých vrstevníků.

Dle současného pohlížení a názorů mladých lidí v průměru patnácti let věku na své okolí, není přijatelný kdokoliv, kdo není obeznámen se současnou, nejen českou, ale hlavně světovou kulturou, kulturním děním. Vždyť základem každého typu integrace a soužití je

společná komunikace. K přátelské a nevázané komunikaci je potřeba mít témata, o kterých hovořit. Nejlépe se komunikuje o společných zájmech, zážitcích či oblíbených činnostech. I o tyto společné zážitky se postará právě Kinematovlak při promítání. Samozřejmě je potřeba danou akci nezaměřovat pouze jednostranně, ale měla by sloužit k oboustrannému poznání kultury. Tedy i Čechům představit kulturu menšin žijících v republice. Tento efekt projektu by měl sloužit jako prevence patologického jevu samotného vyloučení.

Další aktivitou projektu je společná výuka cizích jazyků, které jsou v současnosti potřebné na každé úrovni komunikace – sledování filmů, poslouchání písní, výjezdů do zahraničí. Pokud budou členové těchto vyloučených komunit edukováni v užití cizího jazyka, mohou si i dále rozšiřovat své obzory případně pomýšlet na studium v zahraničí, například v rámci programu Erasmus+. Kinematovlak má tak za cíl vytvořit společné pouto mezi sociálně vyloučenými skupinami a jejich vrstevníky a dále toto pouto rozvíjet v přirozeném systému vývoje mezi těmito mladými lidmi. Také by měl vyvolat žádostivost po vzdělání v oborech, které jim mohou následně ukázat další životní cestu, případně také jak pomoci dalším členům těchto skupin. Takto je zachována a determinována udržitelnost projektu i v případě skončení projektu, či je návratu k původnímu zadání.

Název žadatele:

FILMFEST, s.r.o., vedená u Krajského soudu v Brně, pod spisovou značkou: C 41255

Adresa: Filmová 174, Zlín 761 79.

IČ: 26273365

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Stručná charakteristika organizace a zkušenosti v oblasti zaměření projektu:

Společnost FILMFEST s. r. o. je hlavním organizátorem ZLÍN FILM FESTIVALU - Mezinárodního festivalu filmů pro děti a mládež, a to již od svého vzniku. Tato produkce je největším a nejstarším filmovým festivalem svého druhu na světě. Projekt Kinematovlak byl prvně představen v rámci doprovodného programu festivalu v roce 2004 a do současnosti je jeho neodlučitelnou součástí.

Partner projektu

České dráhy, a.s., vedená u Městského soudu v Praze, pod spisovou značkou: B 8039

Adresa: Nábřeží L.Svobody 1222, Praha 1, 110 15.

IČ: 70994226

Právní forma: Akciová společnost

Způsob zapojení partnerů do realizace projektu:

Upravený kinovůz na promítací sál je majetkem společnosti České dráhy a. s. Dceřiná společnost ČD Cargo zajišťuje přepravu a logistiku Kinematovlaku po České republice.

Spolufinancování a plnění:

Realizace projektu je financována z rozpočtu ZLÍN FILM FESTIVALU a Českých drah. Zlín Film Festival hradí mzdu dvěma členům posádky Kinematovlaku, kteří zajišťují promítání, organizaci na místě a distribuci materiálů a partnerských dáreků. Také dodává tyto materiály a drobné dárky. V rámci plnění má Filmfest s.r.o. povinnost zajistit ve spolupráci s Českou televizí výběr vhodných filmů a pohádek pro děti, mládež a širokou veřejnost. Navrhnout a vytisknout velkoformátový informační program promítání v Kinematovlaku s rozdělením na jednotlivé dny, udáním konkrétního času a obsahové náplně přehrávaných filmů. Dále zajistit účast a efektivní využití Kinematovlaku v jednotlivých městech a obcích na promítání (vycházet ze stavu, že promítací vagon má kapacitu 55).

České dráhy zajišťují návoz jednotlivých vozů zajistit včas podle předem stanoveného časového harmonogramu. Dále připravují logistickou přepravu vlaku se zřetelem na eliminaci nočních přesunů vlakové soupravy na minimum s ohledem na posádku vozu. O čistotu a bezchybný chod soupravy se stará stálá posádka Kinematovlaku složená ze dvou pracovníků Českých drah a dvou pracovníků hrazených festivalem.

Dalšími partnery projektu jsou Česká televize, ČD Cargo, a. s., Země pohádek a. s., Český rozhlas, Enapo, Burda Praha s.r.o., Storck Česká republika, s.r.o., Lego, Evropský sociální fond, Evropská Unie, MPSV ČR.

Návrh rozpočtu projektu:

Položka	Měsíční výdaj	Roční náklady
Náklady na mzdy	60 000 Kč	720 000 Kč
Provoz vlaku	12 000 Kč	144 000 Kč
Logistika a převoz po ČR	53 000 Kč	636 000 Kč
autorská práva ke snímkům	2 000 Kč	24 000 Kč
propagační předměty	500 Kč	6 000 Kč
provoz kinosálu	2 000 Kč	24 000 Kč
audiovizuální technika	1 000 Kč	12 000 Kč
tiskové materiály, reklama	9 000 Kč	108 000 Kč
školení, lektori	5 000 Kč	60 000 Kč
Vývoj naučných videí	7 000 Kč	84 000 Kč
režijní náklady	2 000 Kč	24 000 Kč
Celkem	153 500 Kč	1 842 000 Kč
ROZDĚLENÍ NÁKLADŮ:	v Kč	v %
Filmfest s.r.o.	534 000	28,99 %
České dráhy a.s.	804 000	43,65 %
ESF	504 000	27,36 %
Celkem	1 842 000 Kč	100%

Tabulka 20 – Návrh rozpočtu nového projektu Kinematovlak.

Daná čísla jsou odhadována na základě současné situace, tedy aktuálních cen služeb i provozních materiálů. Ceny se také mohou měnit na základě dohod mezi partnery, například mezi ČD a.s. a ČD Cargo a.s. o logistice a přepravě vozů a celého Kinematovlaku. Další součást nákladů, které je třeba předvídat, použijeme na doplnění týmu Kinematovlaku v případě čerpání řádné dovolené či nemoci některého ze stávajících členů. Budeme-li uvažovat danou situaci v eurech, tak celkové náklady na projekt jsou € 67 153. Z čehož € 19 468 by bylo hrazeno z rozpočtu ZLÍN FILM FESTIVALU, € 29 311 Českými drahami a částka € 18 375 by byla výše grantu žádaného ze strukturálního fondu ESF.

ZÁVĚR

V rámci této práce jsme od jejího počátku sledovali množství pojmů a dat. Vše mělo vést k určení existenci či případně neexistence vlivu ZLÍN FILM FESTIVALU na Statutární město Zlín. Dále pak k definici základních faktorů ovlivňující tento vztah. Na základě zkušeností a pozorování jsme si stanovili hypotézu, že se město a festival vzájemně ovlivňují. Tato hypotéza se nám podařila finálně prokázat v praktické části, jak pomocí dotazníkového šetření, tak i díky stanoveným faktorům. Tyto dva základní faktory jsme identifikovali jako faktor cestovního ruchu a faktor finanční, chceme-li, tak faktor finančního přínosu do regionu.

V rámci první kapitoly jsme se zaměřili na pojem turismus neboli cestovní ruch a jeho vliv na region. Cestovní ruch je dynamicky se rozvíjející odvětví ekonomické činnosti a má poměrně silný a vesměs pozitivní vliv na daný region. Růst turismu v evropských zemích má poměrně velmi dobré ekonomické vyhlídky do budoucna. Roste-li toto odvětví, rostou i odvětví další, indukovaná, která jsou na cestovní ruch navázána. Tato část práce se taktéž zabývala problematikou financování festivalu. Vzhledem k tomu, že festival ročně přijímá transferové platby od města, tak zde byl i první náznak, byť jednostranného vlivu, závislosti festivalu na městě. U problematiky financování jsme zůstali a vysvětlili si další nejčastější možnosti financování kulturních akcí a také se zaměřili na rozpočet festivalu a skladbu jeho příjmové strany. Abychom pochopili plný význam festivalu a jeho vývoj, věnovali jsme se na několika stranách právě historii této akce. Dozvěděli jsme se, že prapočátek všeho bylo malé oddělení „u Bařů“, které vyrábělo fotografie a později i krátké reklamní spoty. Postupně, jak se rozvíjela firma a celý Zlín, vyrostli i Filmové ateliéry.

Po historii jsme se přenesli do současnosti a podívali se na festival kritickým okem. V praktické části jsme se ptali, kolik finančních prostředků z rozpočtu festivalu zůstává skutečně v regionu. Dále jsme si rozebrali jednotlivé náklady a jejich poměrnou částí určili, jakou měrou jsou utráceny v regionu a jaká částka naopak na Zlínsku nekončí. Následně jsme mohli přistoupit k určení finální částky, kterou festival skutečně do regionu přináší. Zjistili jsme, že během celého sledovaného období přinesl do regionu částku převyšující sto třicet osm milionů korun českých. Tato částka je složena také z finančních prostředků, které jsou výtěžkem z aukce umělecky ztvárněných filmových klapků.

Přes filmové klapky jsme se pomalu přenesli k druhému faktoru vlivu, kterým je cestovní ruch. Cestovní ruch je důležitým aspektem každého rozvíjejícího se regionu, tedy i festival

jakožto největší a nejstarší akce svého druhu na světě, má své místo vedle zoologické zahrady v Lešné a Barum Rallye v ovlivňování Zlínska. Soustředili jsme se na počty odpromítaných unikátních snímků, vydražených a vystavených filmových klapků a také na množství návštěvníků. Návštěvnost jsme chápali jako celek, tedy účastníky filmového i doprovodného programu. ZLÍN FILM FESTIVAL za roky 2008 až 2013 navštívilo přes šest set devět tisíc lidí. Toto číslo můžeme ještě navýšit o dalších téměř pět tisíc návštěvníků, které festival pozval sám a zajišťoval jejich ubytování, tedy festivalové hosty.

Dle dotazníkového šetření jsme v dané části práce uvedli nejpopulárnější akce z obou festivalových programů a v dané kapitole zveřejnili i několik anonymních originálních názorů vedoucích ke zlepšení filmového programu, jako jsou například opatření v oblasti simultánního překladu při promítání filmů. V úvodu k rozvoji doprovodného programu jsou také zohledněny názory respondentů, ze kterých vzešla informace o zvýšené poptávce po hudebních pořadech a koncertech. V kapitole o vlastních opatřeních byl uveden současný stav a historie dobrovolnictví, tedy pracujících lidí bez nároku na finanční odměnu. Také byly popsány akce a možnosti, jak zvýšit efektivitu a lepší organizovanost této skupiny lidí.

Jako poslední jsme se zaměřili na projekt Kinematovlaku, který je neoddelitelnou součástí festivalu již od roku 2004. Produkčním této akce jsem byl celkem dva roky, z toho důvodu jsem byl schopen sestavit síťový graf a následně provést CPM analýzu projektu. Stačí shrnout, že doba přípravy tohoto projektu je devadesát dní a jednotlivé aktivity je třeba splnit dle časového harmonogramu. V případě protáhnutí a posunutí činností na sebe navazujících hrozí i odsunutí doby zahájení projektu.

Dle mého názoru má tento projekt, který je pořádán ve spolupráci s firmou České dráhy, velký potenciál a dal by se využívat celoročně. Možnosti jsou v jeho vybavení kvalitní audiovizuální technikou a klimatizací. Využití je pestré, ať již pouhé rozšíření jeho současného úkolu na delší provoz či návštěv i jiných například sousedících států. Případně provedení změn v organizaci a použití kinovoze jako nástroje pro vzdělávání, šíření informací či jiné formy školení a rekvalifikací.

Jak jsem již uvedl, potenciál kráčet kupředu, rozvíjet se, je přítomen v poměrně veliké míře. Záleží jen na produkčním týmu, partnerech a spoluorganizátorech, jak s tímto potenciálem a možností rozvoje naloží. Věřím, že práce splnila svůj účel a bude tomuto rozvoji nápomocna. Těším se na shledání u dalšího ročníku ZLÍN FILM FESTIVALU.

RESUMÉ

From the very beginning of this paper we focused on great quantity of data and key concepts. All analysis led to proving that the influence between ZLIN FILM FESTIVAL and Statutory city of Zlin exist. The other objective was to define basic factors which create and shape this relationship. Based on our experience and observation we laid down a hypothesis that the influence is present and finally we proved it in second part of this thesis. For such a proof we used a questionnaire and the factors which were determined as tourism factor and financial factor.

In chapter One we discussed the term of tourism and its influence on region where is situated. By definition, tourism is an economical sector, which is expanding very quickly and it also promises a healthy growth to the future in all European states. Many other economic activities in the region are induced by the tourism itself, or its primary or secondary effects. In the other part of this chapter we are focused on analysis of festival's funding. On this subject we also discussed other possibilities how to finance cultural activities similar to our film festival. In conclusion to this chapter we presented a festival's history, the Kudlov Film Ateliers included. The foundation and further development of festival and Ateliers have been tied up very closely with Bata Shoe Company. Tomas Bata established the film ateliers as his own, company's, independent advertising department.

After the festival history in the theoretical part of the paper we moved in to the second part. Here we inquired how much money from festival's budget is used for financing activities in Zlin region. What amount of money is remaining in the region? For answering this question we analysed the structure of festival's expense and specified the percentage amount of costs which are staying in the region. Afterwards we were able to calculate the exact figure in Czech crowns. We have found out that since year 2008 festival brought in to the region one hundred and thirty eight millions Czech crowns.

The tourism factor which we talked about earlier is very important aspect of regional economy. ZLÍN FILM FESTIVAL as the biggest and oldest festival of its kind on the world has a definite impact on tourism in Zlin region. For evaluation of this effect we focused on numbers of unique films which have been screened to the audience on festival. And we also focused on volumes of visitors during the monitored period of time. The attendance is compilation of turn-outs from supporting and film programme. In years 2008 – 2013 the festival had been attended by more than six hundred and nine thousand

people. This figure could be easily increased by other five thousand guests who had been invited and accommodated by festival's production.

After this chapter we examined the responses from questionnaire. We analysed them and according to these answers we showed the most popular activities from each parts of festival's programmes. Also in this chapter we presented some of respondent's original suggestions. For example we mentioned a proposal for improving the field of simultaneous translations in foreign movies. The others visitor's opinions have been taken into consideration when actions of supporting programme development were created. The most wanted event of supporting programme and their widening are live concerts and other music productions. In the Development chapter we talked about measures which should have been taken for festival to develop. And there we also spoke about volunteering work. The volunteers are workers who do the job without any demand of wages paid in money. So here we focused on increasing the efficiency of this group and making changes to improve its organizing.

Last but not least the Kinematovlak project was described in the final chapter. This project is inseparable part of festival's supporting programme since 2004 when it was created. I have taken care about this project for two years, because of this I am able to elaborate a Critical Path Method analysis for this paper. It suffices to say, that the project's duration is ninety days and it is very important to follow its timetable precisely. In case we have made a flaw in one of many actions which is the project composed of, the prolonging of the duration is inevitable. So it is impossible to meet the deadline and serious problem is on our hands. In my opinion this project has a great potential and there is a possibility to turn it into the whole year project. There is a plenty of various options how to use Kinematovlak's audio-visual equipment and air-conditioned space with fifty-five seats. The train could travel around neighbouring countries and be used as a tool to spread information, knowledge and become an educational centre. In this centre, people from all social groups could be requalified and taught.

How I stated at the beginning of this paper ZLÍN FILM FESTIVAL has a great deal of capacity. It has an ability to grow and develop. The measure of development depends on the production team, its partnerships, sponsorships and creativity. I am certain that this paper could be helpful for festival's development and that it owns an informational value for those who are not submerged in to festival. I look forward to reunion on other ZLIN FILM FESTIVAL's volume.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Knižní zdroje

- [1.] Česká republika. Občanský zákoník. In: 89/2012. Úplné Znění - Sagit, 2012, č. 900. Dostupné z: <http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&fulltext=&nr=89~2F2012&part=&name=&rpp=15#seznam>
- [2.] DAŇHELOVÁ, Šárka. Sportovní marketing. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 72 s. ISBN 80-210-3901-9.
- [3.] DOSTÁL, Petr a Eva KISLINGEROVÁ. Ekonomika kultury: efektivní metody a nástroje podnikání v sektoru kultury. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2012, 172 s. Odborná kniha s vědeckou redakcí. ISBN 978-80-245-1886-2.
- [4.] HÁJEK, O., NOVOSÁK, J. Kohezní politika v širších souvislostech. 1. vyd. Žilina: Georg, 2010, 216 s. ISBN 978-80-89401-19-2.
- [5.] HÁJEK, Oldřich. UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ, Fakulta managementu a ekonomiky Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva. STRATEGIE ROZVOJE STATUTÁRNÍHO MĚSTA ZLÍNA DO ROKU 2020 - ZLÍN 2020: ANALYTICKÁ ČÁST. Zlín, 2012, 242 s. Dostupné z: <http://www.zlin.eu/clanky/dokumenty/2796/a4809905-0-strategie-zlin-2020-analyticka-cast-finalni.pdf>
- [6.] HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [7.] HOUŠKA, Petr a Zdenka PETRŮ. Cestovní ruch v působnosti orgánů EU: (vybrané dokumenty). Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, 275 s. ISBN 978-80-245-1645-5.
- [8.] JANOŠÍK, Rostislav, Jiří KOHOUTEK a Ivo KLÁSEK. Zlín v proměnách času. 1. vyd. Zlín: Ateliér Regulus, 2001, 190 s. ISBN 80-238-6758-X.
- [9.] KLOS, Elmar. Kronika kudlovské stodoly. In: POKLUDA, Zdeněk. Zlínsko od minulosti k současnosti 1995-1997. Zlín: Státní okresní archiv, 1997, 35 – 94 s.

- [10.] KOLČAVOVÁ, Alena. Kvantitativní metody v rozhodování: Studijní pomůcka pro distanční studium. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010, 194 s. ISBN 978-80-7318-950-1.
- [11.] KOSINA, K. et al., 2003. Dobrovolnictví a metodika práce s dobrovolníky. Praha: Agnes. ISBN 80-902633-X-7
- [12.] PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.
- [13.] ROESCH, Stefan, 2009. The Experiences of Film Location Tourists. Bristol: Channel View Publications. ISBN 978-1-84541-120-6.
- [14.] STIMSON, Robert, Roger STOUGH a Brian H. ROBERTS. Regional economic development: analysis and planning strategy. 2nd ed. Berlin: Springer, 2006, 452 s. ISBN 978-3-540-34826-9.
- [15.] TAUSSIG, Pavel. 50 festivalových let: zlínské festivaly. In: 50. ZLÍN FILM FESTIVAL: Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, Zlín 2013. Zlín: FILMFEST, s.r.o., 2010, 181 - 184. Dostupné z: http://www.zlifest.cz/wcd/pages/katalogy/katalog_2010.pdf
- [16.] ZLÍN FILM FESTIVAL. 50. ZLÍN FILM FESTIVAL: Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež, Zlín 2010. Zlín: FILMFEST, s.r.o., 2010, 413 s.

Elektronické zdroje

- [1.] CENTRÁLA CESTOVNÍHO RUCHU VÝCHODNÍ MORAVY, o.p.s. Turistické atraktivity: Zlínsko a Luhačovicko. Zlín, 2011. Dostupné z: <http://www.zlin.eu/turisticke-atraktivita-zlinsko-a-luhacovicko-cl-1432.html>
- [2.] Články: ZLÍN FILM FESTIVAL HLÁSÍ REKORDNÍ POČET PŘIHLÁŠENÝCH FILMŮ. ZLÍN FILM FESTIVAL: 54. Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež [online]. 2014 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://www.zlinfest.cz/25888n-zlin-film-festival-hlasi-rekordni-pocet-prihlasenych-filmu>
- [3.] Filmtourism. What do we do: What is film tourism? [online]. 2014 [cit. 2014-03-17]. Dostupné z: <http://www.film-tourism.com/>
- [4.] Financování a výzvy. MEDIA DESK ČESKÁ REPUBLIKA. Kreativní Evropa: Dílčí program Media [online]. 2008 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.mediadeskcz.eu/cz/financovani/vyzvy/zobrazit/23-evropske-audiovizualni-festivaly/0>
- [5.] HORÁK, Martin. Filmový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje. Zlín, 2013. Diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati - Fakulta managementu a ekonomiky. Vedoucí práce JUDr. Jiří Zícha, Ph.D.
- [6.] HUDSON, Simon a Brent RITCHIE, 2006. Promoting destinations via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives [online]. London: SAGE Publications. Dostupné z: <http://www.51lunwen.org/UploadFile/org201012052003054260/20101205200305445.pdf>
- [7.] CHOWANIEC, Petr. Protektorátní přehlídka Filmové žně. Vznik festivalu jako nové formy propagace domácího filmu na základech výstav, cen a filmových týdnů [online]. 2007 [cit. 2014-02-09]. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Petr Szczepanik. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/60142/ff_m/.

- [8.] MEDIA po roce 2013. MEDIA DESK ČESKÁ REPUBLIKA. Kreativní Evropa: Dílčí program Media [online]. 2008 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.mediadeskcz.eu/cz/co-je-media/media-po-roce-2013/79>
- [9.] Mediální slovník: Sponzoring. MediaGuru.cz [online]. mediální agentura PHD, a.s., 2014 [cit. 2014-03-19]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/sponzoring/>
- [10.] NAVRÁTILOVÁ, A. 2009. Dispositiv rozvoje: trendy v rozvoji rozvoj v trendu? [online]. Brno, [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/19016/fss_d/finalni_verze_x.pdf. Disertační práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce doc. PhDr. Radim Marada, Ph.D.
- [11.] New Zealand Institute of Economic Research (2002). "Scoping the Lasting Effects of The Lord of the Rings." A Report to the New Zealand Film Commission, April. Thorndon, Wellington: New Zealand Institute of Economic Research.
- [12.] O STÁTNÍM FONDU KINEMATOGRAFIE. STÁTNÍ FOND KINEMATOGRAFIE [online]. 2014 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.fondkinematografie.cz/o-fondu/>
- [13.] O programu MEDIA. MEDIA DESK ČESKÁ REPUBLIKA. Kreativní Evropa: Dílčí program Media [online]. 2008 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.mediadeskcz.eu/cz/co-je-media/33>
- [14.] PÁŠMA, Martin. Závěrečná tisková zpráva 51. ZFF. In: T I S K O V Á Z P R Á V A: S KOMPLETNÍ VÝSLEDKOVOU LISTINOU MEZINÁRODNÍCH SOUTĚŽÍ A STATISTIKAMI [online]. Zlín, 4. 6. 2011 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://old.zlifest.cz/cs/2011/pro-media/tiskove-zpravy>
- [15.] PÁŠMA, Martin. ZLÍN FILM FESTIVAL ‚ZDRAŽUJE‘ ZE SMĚŠNÝCH ČÁSTEK NA ÚSMĚVNÉ. In: Tisková zpráva [online]. 17. 4. 2012 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://old.zlifest.cz/cs/2012/pro-media/tiskove-zpravy>
- [16.] PÁŠMA, Martin. Závěrečná tisková zpráva 52. ZFF. In: T I S K O V Á Z P R Á V A: A KOMPLETNÍ VÝSLEDKOVÁ LISTINA MEZINÁRODNÍCH SOUTĚŽÍ

- [online]. Zlín, 1. 6. 2012 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://old.zlifest.cz/cs/2012/pro-media/tiskove-zpravy>
- [17.] PIŠTĚKOVÁ, R. 2007. Motivace dobrovolníků. [online]. České Budějovice, [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: http://theses.cz/id/lr1xi6/downloadPraceContent_adipIdno_9359. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích. Vedoucí práce Mgr. Lucie Maliňáková.
- [18.] PROCHÁZKOVÁ, Petra. Turisty ve Zlínském kraji táhne zoo a skanzen, letos chystají novinky. IDnes.cz: Zlínský kraj [online]. 2014 [cit. 2014-03-30]. Dostupné z: http://zlin.idnes.cz/rok-2013-v-zoo-ve-zline-a-ve-skanzenu-v-roznove-podradhostem-pnj-/zlin-zpravy.aspx?c=A140114_2021809_zlin-zpravy_ras
- [19.] SKAUNIC, Zdeněk. PETR KOLIHA: ZE ZLÍN FILM FESTIVALU NA ČT3. In: Tisková zpráva [online]. 29. 8. 2012 [cit. 2014-03-16]. Dostupné z: <http://old.zlifest.cz/cs/2012/pro-media/tiskove-zpravy>
- [20.] Zlín: město unikátní architektury. TURISTICKÝ PORTÁL ČESKÉ REPUBLIKY CZECOT. CZECOT [online]. 2014 [cit. 2014-03-30]. Dostupné z: http://www.czecot.cz/?id_region=128

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ZFF	ZLÍN FILM FESTIVAL
KUC	Kongresové a univerzitní centrum Zlín
VK	Velké kino Zlín
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
ESF	Evropský sociální fond
Aula	Academia centrum, FaMe UTB
FaME	Fakulta managementu a ekonomiky

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 – Vývoj rozpočtu ZFF. Zdroj: Vlastní tvorba.	23
Obrázek 2 – Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení na území města Zlína. Zdroj: Strategie rozvoje města Zlína 2020.	30
Obrázek 3 – Financování nákladových položek rozpočtu ZFF v období 2008 - 2013. Zdroj: vlastní tvorba	45
Obrázek 4 – Počet ubytovaných osob v období 2007 – 2013. Zdroj: vlastní tvorba.....	52
Obrázek 5 – Vývoj průměrné částky za ubytování v období 2007 – 2013. Zdroj: vlastní tvorba.	53
Obrázek 6 – Vývoj počtu filmů a zemí jejich původu ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.	54
Obrázek 7 – Návštěvnost Zlín Film Festivalu ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.....	55
Obrázek 8 – Kinematovlak, síťový graf projektu a vyznačení kritické cesty Zdroj: vlastní tvorba.	67
Obrázek 9 – Kinematovlak, síťový graf dle programu WinQSB	70

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – Financování Zlín Film Festivalu. Zdroj: FILMFEST s.r.o.	22
Tabulka 2 – Příjmy a výdaje státního fondu kinematografie na roky 2014 a 2015. Zdroj: MK ČR	24
Tabulka 3 – Hotely a pensiony ve Zlíně. Zdroj: vlastní tvorba na základě dat z www.czecot.cz.....	30
Tabulka 4 – TOP 5 nejnavštěvovanějších cílů ve Zlínském kraji. Zdroj: Institut cestovního ruchu, CzechTourism, 2012.	31
Tabulka 5 – Rozpočet ZFF, rozepsání strany nákladů.....	44
Tabulka 6 - Procentuální podíl částek zůstávajících v regionu.	46
Tabulka 7 – Částka z rozpočtu ZFF, která zůstává v regionu.....	46
Tabulka 8 – Ubytování v roce 2007. Zdroj: vlastní tvorba.....	47
Tabulka 9 – Ubytování v roce 2008. Zdroj: vlastní tvorba.....	48
Tabulka 10 – Ubytování v roce 2009. Zdroj: vlastní tvorba.....	48
Tabulka 11 – Ubytování v roce 2010. Zdroj: vlastní tvorba.....	49
Tabulka 12 – Ubytování v roce 2011. Zdroj: vlastní tvorba.....	49
Tabulka 13 – Ubytování v roce 2012. Zdroj: vlastní tvorba.....	50
Tabulka 14 – Ubytování v roce 2013. Zdroj: vlastní tvorba.....	50
Tabulka 15 – Obsazenost ubytovacích kapacit ve sledovaném období. Zdroj: vlastní tvorba.....	51
Tabulka 16 – Počet filmů a návštěvníků v období 2008 – 2013. Zdroj: Filmfest s. r. o.	53
Tabulka 17 – Počet malovaných filmových klatek ve sledovaném období.....	55
Tabulka 18 – Kinematovlak a časová posloupnost jednotlivých činností projektu.....	66
Tabulka 19 – Kinematovlak, časové rezervy pro jednotlivé činnosti projektu.	68
Tabulka 20 – Návrh rozpočtu nového projektu Kinematovlak.....	75

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Dotazník k současnému stavu
- P II Kinematovlak – programový plakát
- P III Kinematovlak – informační leták
- P IV Kinematovlak – pozvánka na Start

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK KE ZJIŠTĚNÍ SOUČASNÉHO STAVU A MOŽNOSTÍ ROZVOJE

ZLÍN FILM FESTIVAL

Dobrý den,

předem bych Vám chtěl poděkovat za vyplnění tohoto dotazníku, Vaše anonymní odpovědi budou sloužit jako podklad k praktické části mé Diplomové práce na téma Evaluace vlivu Zlín Film Festivalu na město Zlín a návrh jeho dalšího rozvoje. Vaše odpovědi vyhodnotím a následně je použiji pro zpracování katalogu projektů a možností dalšího rozvoje ZLÍN FILM FESTIVALu.

Děkuji za Váš čas a názory.

S úctou a pozdravem

Jan Lerl

*Povinné pole

ZLÍN FILM FESTIVAL navštěvuji ... *

- Pravidelně.
- Občas.
- Jednou jsem do Zlína na festival zavítal.
- Ne navštěvuji, nezajímají mne akce tohoto typu.

Když do Zlína na festival zavítám, tak z programu preferuji: *

- filmový program
- doprovodný program
- oboje výše zmíněné
- odborné diskuse
- Jiné:

Z filmového programu mne nejvíce zajímají tyto sekce: *

- Mezinárodní soutěž hraných filmů pro děti
- Mezinárodní soutěž hraných filmů pro mládež
- Soutěž celovečerních hraných debutů
- Mezinárodní soutěž animovaných filmů pro děti

- Informativní sekce
- Uznání za tvůrčí přínos ve filmové tvorbě pro děti a mládež
- Letní kino
- Noční horizonty
- Panoráma
- Dny kinematografie, na kterou je konkrétní ročník festivalu zaměřen)
- Dokumentární filmy
- České novinky
- Young stars

Navštěvují-li akce doprovodného programu, tak nejraději si vybírám: *

- Koncerty a hudební produkce
- Setkávání se s tvůrci a herci na červeném koberci
- Film industry
- Akce se soutěžením pro děti
- Výstavy
- OPEN AIR plac
- Autogramiády
- Nenavštěvují akce doprovodného programu.
- Jiné:

V doprovodném programu bych chtěl, aby bylo více těchto akcí: *

- Koncerty a hudební produkce
- Setkávání se s tvůrci a herci na červeném koberci
- Film industry
- Akce se soutěžením pro děti
- Výstavy
- OPEN AIR plac
- Autogramiády
- Jiné:

Chtěl bych, aby organizátoři pozvali do Zlína slavnější osobnosti filmového života, i za cenu snížení počtu akcí doprovodného programu či filmů: *

- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na filmový program.
- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na doprovodný program.
- Ano, ať pozvou slavnou osobnost a sníží rozpočet na pozvání dalších osobností filmového života.

- Ano, ale ať náklady rozdělí rovnoměrně ve výše zmíněných možnostech.
- Ne, nechci aby zvali hvězdy filmů, jsem s festivalem spokojený.
- Jiné:

Kdybych mohl ovlivnit filmový program, tak ... *

V rámci festivalu ve Zlíně bych chtěl vidět, zažít ... *

V rámci festivalu bych chtěl ve Zlíně potkat ... *

Napište jméno režiséra, herce, herečky, producenta...

Produkční akce velikosti a stáří ZLÍN FILM FESTIVALU vliv na město Zlín a okolí: *

- Má veliký.
- Nějaký asi ano.
- Nemyslím si, že je vliv výrazný.
- Nemá žádný.
- Jiné:

Domnívám se, že tento vliv se projevuje v...

Vyplňte pouze pokud jste v předchozí otázce zatrhli "Má veliký" nebo "Nějaký asi ano"



Moje věková kategorie: *

- 10 - 14 let
- 15 - 18 let
- 19 - 25 let
- 26 - 35 let
- 36 - 50 let
- 51 - 65 let
- 65 - let

Pohlaví: *

- Muž
- Žena

Pokud chcete, uveďte svou kontaktní e-mailovou adresu.

Místo pro Vaši poznámku či vzkaz.



Odeslat

PŘÍLOHA P II: KINEMATOVĽAK - PROGRAMOVÝ PLAKÁT



KINEMATOVĽAK – program 11. 5. – 2. 6. 2011 SLAVNOSTNÍ ZAHÁJENÍ – středa 11. 5., 11.00 hod. www.zlínfest.cz

	8:30 - 9:00	9:00 - 9:30	9:30 - 10:00	10:00 - 10:30	10:30 - 11:00	11:00 - 11:30	11:30 - 12:00	12:00 - 12:30	13:00 - 14:30	15:00 - 16:30
Středa 11. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Čtvrtek 12. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pátek 13. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pondělí 16. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Úterý 17. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Středa 18. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Čtvrtek 19. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pátek 20. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pondělí 23. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Úterý 24. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Středa 25. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pátek 27. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Pondělí 30. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Úterý 31. 5. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Středa 1. 6. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Čtvrtek 2. 6. 2011	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
Krtkova dobrodružství										
	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc
	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc	Olomouc

Změna programu vyhrazena!



Partneři:



PŘÍLOHA P III: KINEMATOVLAK – INFORMAČNÍ LETÁK



51 ZLÍN FILM FESTIVAL

51. Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež
29. 5. – 5. 6. 2011 www.zlinfest.cz

KINEMATOVLAK

celodenní promítání pohádek a filmů pro děti
ZDARMA

Datum	Den	Název stanice
11. 5. 2011	středa	Olomouc
12. 5. 2011	čtvrtek	Olomouc
13. 5. 2011	pátek	Prostějov
16. 5. 2011	pondělí	Krnov
17. 5. 2011	úterý	Opava - východ
18. 5. 2011	středa	Ostrava - Svinov
19. 5. 2011	čtvrtek	Ostrava - Svinov
20. 5. 2011	pátek	Frýdek - Místek

Datum	Den	Název stanice
23. 5. 2011	pondělí	Hranice na Moravě
24. 5. 2011	úterý	Valašské Meziříčí
25. 5. 2011	středa	Vsetín
27. 5. 2011	pátek	Horní Lideč
30. 5. 2011	pondělí	Hulín
31. 5. 2011	úterý	Otrokovice
1. 6. 2011	středa	Zlín - střed
2. 6. 2011	čtvrtek	Vizovice

11. 5. - 2. 6. 2011

NAVŠTIVTE KINO NA KOLEJÍCH NA VAŠEM NÁDRAŽÍ!



REZERVACE MÍST tel.: 577 592 275

Ve všední dny je dopolední promítání rezervováno pro školy – rezervaci si, prosím, zajistěte na uvedeném čísle. Projekce v odpoledních hodinách (od 13.00 hodin) jsou volně přístupné široké veřejnosti. Podrobný program projekcí najdete na všech zastávkách KINEMATOVLAKU nebo na www.zlinfest.cz.

Patron festivalu:



Partneři:



ČD České dráhy **Cargo**

PŘÍLOHA P IV: KINEMATOVLAK – POZVÁNKA NA START



Dovolujeme si Vás srdečně pozvat na slavnostní start Kinematovlaku, který bude na svou trať vypraven již poosmé, a to ve středu 11. května 2011 v 11.00 hodin z hlavního vlakového nádraží v Olomouci.

ZLÍN FILM FESTIVAL – Mezinárodní festival filmů pro děti a mládež ve Zlíně a spoluorganizátor České dráhy a ČD Cargo se těší na setkání.

Kontaktní osoby: Iva JANÁLOVÁ, tel.: +420 603 769 640
Jan LERL, tel.: +420 776 862 100

Patron festivalu:



Hlavní partneři:



Partneři:

