

Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva 2017.-2021.



Hrvatski
audiovizualni
centar
Croatian Audiovisual Centre

izdavač

Hrvatski audiovizualni centar
Zagreb, srpanj 2017.

za izdavača

Daniel Rafaelić

uredili

Hrvoje Hribar
Sanja Ravlić
Uroš Živanović
Daniel Rafaelić

dizajn i prijelom

Šesnić&Turković
Iva Sindik

lektura i korektura

Emina Horvat

ISSN 1847-8786

Predgovori

Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva 2017.-2021. strateški je dokument čiji je cilj osigurati nastavak uspješne reforme audiovizualnog sektora započete donošenjem Zakona o audiovizualnim djelatnostima i osnivanjem Hrvatskog audiovizualnog centra. Sustavnim razvojem, poticanjem kreativnosti i raznolikosti stvaralaštva, hrvatska audiovizualna industrija u proteklom se razdoblju pozicionirala kao relevantan dionik međunarodnog tržista audiovizualne produkcije svih rodova i vrsta, ostvarivši na nacionalnoj razini značajan gospodarski, kulturni i društveni utjecaj.

U razdoblju koje je pred nama, bitno je osigurati preduvjete za nastavak uspješnih trendova kroz konzistentnu kulturnu i medijsku politiku te prilagodbu nacionalnog zakonodavstva novim potrebama digitalnog tržista. Paneuropski projekt jedinstvenog digitalnog tržista predstavlja jedan od najvećih izazova europskog audiovizualnog sektora. Od ključne je važnosti proaktivni angažman Republike Hrvatske

u promicanju europske kulturne raznolikosti, zaštiti nacionalne i europske produkcije te osiguravanju veće vidljivosti i dostupnosti unutar novog digitalnog sustava.

Razvoj postojeće i stvaranje nove publike iznimno je važan za daljnji razvoj hrvatske filmske industrije. Strateški projekti svakako su poticanje filmske i medijske pismenosti u okviru odgojno-obrazovnog sustava i korištenje velikog potencijala digitalizirane kinoprikazivačke mreže za distribuciju i promociju kvalitetnog sadržaja diljem Hrvatske.

Poticanje ulaganja u izvoz audiovizualnih usluga jedna je od najuspješnijih mjera proteklog razdoblja koja je kroz inozemna ulaganja ostvarila izravan gospodarski utjecaj na nacionalnoj i lokalnim razinama. Ova je mjera također potvrdila važnu ulogu audiovizualne djelatnosti i kreativnih industrija kao generatorka razvoja hrvatskog gospodarstva te izravno do prinijela razvoju filmske industrije i profesionalizaciji

produkcijskog kadra. Osiguravanje stabilnog finansiranja ovog sustava osnova je uspješnog nastavka i dalnjeg razvoja mjera poticaja.

Posebnu pažnju u nadolazećem razdoblju potrebno je posvetiti očuvanju, restauraciji, digitalizaciji, dostupnosti i promociji hrvatske audiovizualne baštine kao izuzetno vrijednog kulturnog nasleđa i neizostavnog segmenta hrvatskog kulturnog identiteta. Na kraju, vjerujem kako će svi predstavnici hrvatske filmske zajednice, kao i do sada, sudjelovati u provedbi Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva 2017.-2021. te doprinijeti uspjehu hrvatskog filma i naše nacionalne kinematografije.

ministrice kulture
dr. sc. Nina Obuljen Koržinek

Baš kao i svako filmsko djelo i Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva 2017.-2021. rezultat je zajedničkog rada i promišljanja, u ovom slučaju sadašnjih i bivših djelatnika Hrvatskog audiovizualnog centra. Kao ogledalo jedne kinematografije, Nacionalni program trasira budući, četverogodišnji, audiovizualni put jednog od kulturnih stupova Republike Hrvatske. Taj je stup tim čvršći i tako postaje nezaobilazna preporuka i željena profesionalna razina u vrijeme kada briga o audiovizualnom sektoru postaje obaveza, a ne više opcija. Svojim naglaskom na sustavnom filmskom obrazovanju, Nacionalni program zapravo nastavlja onu dobru tradiciju uspostavljenu prvim Nacionalnim programom, koji se pak naslanjao na višedesetljetoj potrebi sustavnog obrazovanja u filmu i o filmu, a koji je često u praksi izostao.

Europska audiovizualna praksa kroz usvojene smjernice također je ključni dio ovog dokumenta. U svim svojim sastavnicama ovaj Nacionalni program pokazuje kako se vrhunske humanističke stećevine, ulančane sa svijetom "pokretnih slika", mogu i moraju trajno implementirati ali i ponovno osvajati. Naše članstvo u Europskoj uniji na to, na obostranu korist, obvezuje.

Skrb, očuvanje i zaštita filmske baštine ključne su sastavnice ovog dokumenta. Primjena vrhunskih strukovnih i stručnih dosega na tom području vidljiva je i sada, ali u nedovoljnom finansijsko-stručnom opsegu. Napredak u rješavanju baštinskog pitanja u sljedećem razdoblju trebao bi biti iznimno značajan.

Iako vrlo zvučno i medijski uvijek prisutno, ratovanje s piraterijom dugotrajno je i složen proces koji i u svijetu ne daje zadovoljavajuće rezultate. Zbog toga je dugoročno obrazovanje i informiranje po tom pitanju posebno istaknuto u ovom Nacionalnom programu. Tek tako će generacije koje su stasale u digitalnom svijetu u potpunosti moći usvojiti legalistički pristup cjelokupnom audiovizualnom horizontu.

Kontinuitet proizvodnje hrvatskog filma podloga je bez koje sve gore navedeno ne bi imalo smisla. U svijetu umjetničke univerzalnosti potrebno je ne utopiti nego istaknuti vlastitu kreativno-umjetničku specifičnost. Zbog toga redoviti razvoj i proizvodnja hrvatskog filma i njemu srodnih djelatnosti osigurava na duge staze upravo to – kulturnu prepoznatljivost i društvenu potrebu koja se ne smije dovoditi u pitanje.

Stabilni sustav poticaja stranim produkcijama ponovo osigurava domaćim filmskim djelatnicima rad na vrhunskim filmovima i serijama kao i izravne kontakte s vrhunskim svjetskim stručnjacima. Znanje stečeno na taj način direktno se prenosi i na domaću kinematografiju koja se pak sufinancira i državnim proračunom koji te strane produkcije značajno pune. Ovakav, zaočitreni sustav jamac je kinematografske stabilnosti i njega treba stabilnim održavati.

Kontinuitet kinematografije, kontinuitet audiovizualne transverzale te kontinuitet profesionalnosti i umjetničke izvrsnosti ono je čime će se HAVC baviti sljedeće četiri godine, a sve s ciljem da 2021. naša zemљa zaista bude – audiovizualna Hrvatska.

ravnatelj HAVC-a
Daniel Rafaelić

Sadržaj

- 12 Audiovizualna djelatnost kao kreativna industrija
- 14 **1. Prethodni Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva i njegova realizacija**
- 18 **1.1.** Osiguranje cjelovitog funkciranja Hrvatskog audiovizualnog centra i kontinuitet audiovizualne proizvodnje
- 20 **1.2.** Pokretanje izvoza filmskih usluga
- 22 **1.3.** Digitalizacija kinoprikazivačkog sektora
- 24 **1.4.** Povećanje gledanosti i javne vidljivosti domaćeg, europskog i svjetskog filma
- 26 **1.5.** Osamostaljenje Hrvatske kinoteke i osiguravanje adekvatne zaštite, restauracije i prezentacije hrvatske audiovizualne baštine
- 40 **2. Budućnost: Audiovizualna Hrvatska 2021.**
- 44 Neposredni provedbeni ciljevi do 2021.
Strateška područja djelatnosti od 2017. do 2021.:
- 46 **2.1.** Osiguranje materijalnih uvjeta za daljnji razvoj ukupne hrvatske audiovizualne industrije kao gospodarske snage te kreativni rast hrvatske kinematografije kao umjetničkog izraza
- 47 Audiovizualno stvaralaštvo u okviru hrvatske televizijske i internetske proizvodnje
- 51 Nastavak sustavnog poticanja ulaganja u izvoz filmskih usluga
- 54 **2.2.** Poticanje filmske pismenosti i razvoj publike
- 54 Film u odgoju i obrazovanju
- 58 Izgradnja gledalačkih navika
- 60 **2.3.** Očuvanje audiovizualne baštine i unapređenje javne dostupnosti kulturno vrijednog domaćeg i svjetskog audiovizualnog nasljeđa kao zalog budućnosti
- 63 **2.4.** Hrvatska u procesu formiranja jedinstvenog digitalnog tržišta (DSM-a)

Audiovizualna djelatnost kao kreativna industrija

Kreativne se industrije oslanjaju na individualni talent i umijeća, relativno lako mobiliziraju međunarodna kapitalna sredstva i ostvaruju velike izvozne rezultate s malim lokalnim ulaganjima. Nije pretjerivanje kada se kaže da se upravo u kreativnim industrijama ogleda prostor za razvoj Hrvatske što smo zorno i pokazali tijekom proteklih četiri godine izvozom filmskih usluga, ali i produkcijom hrvatskih filmovima. Poslovno najstabilnije televizijske postaje u ovom dijelu Europe nalaze se u Hrvatskoj, IPTV servisi i vezane digitalne videoteke postigle su određenu rasprostranjenost, a možemo govoriti i o kvalitetnoj mreži domaćih komercijalnih i nekomercijalnih kinodvorana. Hrvatska mreža neovisnih kinoprikazivača služi kao uzor mnogim zemljama, ne samo onima u istočnoj Europi. Je li širina i gledanost općeg kinorePERTOARA ili kvaliteta televizijskog programa na razini spomenute infrastrukture, ostaje otvorenim pitanjem. Zadužba ovog Nacionalnog programa je da pridonese njegovu rješavanju.

Za konsolidaciju i razvoj audiovizualnih djelatnosti potrebna su, uz darovitost pojedinka, tri sustavna elementa: znanje, ustrojstvo i tehnologija. Za njihov razvoj pojedinačni talent nije dovoljan. Potrebna je određena "kolektivna darovitost", energija prosvjete-

čenog zajedništva. Na razini male hrvatske audiovizualne zajednice ova vrsta zajedničke usmjerenosti pokazala se, tijekom prethodnih godina, kao učinkovita, realna mogućnost.

O tome svjedoče učinci u značajnoj mjeri ostvarene i time mahom "konzumirane" strategije, vođene našim djelovanjem u proteklom razdoblju. Za uspjeh novog Nacionalnog programa bit će potreban i širi krug partnera.

Temeljem Zakona o audiovizualnim djelatnostima, Hrvatska je tijekom posljednjih godina razvila institucionalni okvir koji je značajno unaprijedio stanje na audiovizualnom području. Postignuća su vidljiva i ostvarena su u razmjerno kratkom razdoblju. Mnoge susjedne zemlje čeznu preuzeti ovaj model zapadno-europskog tipa, o čemu svjedoči niz iskušanih normativnih i organizacijskih reformi na kojima se ustrajalo u Sloveniji, Bugarskoj, Srbiji i Makedoniji.

Ovaj Nacionalni program za novo razdoblje nastaje kao poticaj i bodrenje spomenutoj individualnoj i kolektivnoj darovitosti. U trenutnoj točki svojeg razvoja, hrvatska audiovizualna djelatnost postavlja nove ciljeve. Mora postići više i krenuti dalje.

1. Prethodni Nacionalni program promicanja audiovizualnog **stvaralaštva** i njegova realizacija

O audiovizualnom sektoru u Republici Hrvatskoj skrbi Hrvatski audiovizualni centar, javna ustanova osnovana temeljem Zakona o audiovizualnim djelatnostima (NN 76/07). Stručnjaci Centra, uz vodstvo nadležnog Hrvatskog audiovizualnog vijeća, izradili su 2010. godine dokument pod nazivom „Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva“. Nakon što je obogaćen doprinosima iz javne rasprave, 25. listopada 2010. godine na prijedlog Hrvatskog audiovizualnog vijeća, ovaj dokument je, sukladno Zakonu, potpisao ministar kulture Republike Hrvatske mr. sc. Božo Biškupić. U svojem uvodnom dijelu dokument se osvrnuo na temelje audiovizualne djelatnosti u Hrvatskoj, proteklo desetljeće (2000.-2010.) i aktualno stanje s posebnim naglaskom na kulturne standarde i baštinu, nacionalnu ekonomiju audiovizualnog sektora i njegove dohodovne mogućnosti. Također, identificirao je potencijale sektora i zadaće koje valja ostvariti u narednom razdoblju, pozivajući se na međunarodnu i domaću legitimacijsku vrijednost hrvatskog filma i audiovizualnog sektora.

U prvom Nacionalnom programu identificirani su strateški ciljevi u audiovizualnom sektoru:

1. održanje i razvoj proizvodnje, distribucije, prikazivanja, elektronske difuzije i promocije kulturno vrijednih audiovizualnih djela;
2. širenje filmske i općenito audiovizualne kulture te specifičnih znanja vezanih uz audiovizualno stvaralaštvo;
3. očuvanje audiovizualne baštine i unapređenje javne dostupnosti kulturno vrijednog domaćeg i svjetskog nasljeđa;
4. poticanje ulaganja u domaći film, filmsku industriju i izvoz filmskih usluga.

Definiranjem tih strateških ciljeva formuliran je akcijski plan koji se sastojao od pet neposrednih ciljeva:

- osiguranje cijelovitog funkciranja Hrvatskog audiovizualnog centra i kontinuitet audiovizualne proizvodnje;
- pokretanje izvoza filmskih usluga tj. sustava poticaja ulaganja u audiovizualnu proizvodnju;
- digitalizacija nezavisnog kinoprikazivačkog sektora;
- povećanje gledanosti i javne vidljivosti domaćeg, europskog i svjetskog filma;
- osamostaljenje Hrvatske kinoteke i osiguravanje adekvatne zaštite, restauracije i prezentacije hrvatske audiovizualne baštine.

U trenutku donošenja novog Nacionalnog programa u značajnoj su mjeri ostvarena četiri od pet neposrednih ciljeva spomenutog akcijskog plana.

1.1. Osiguranje cjelovitog funkcioniranja Hrvatskog audiovizualnog centra i kontinuitet audiovizualne proizvodnje

Pregovorima s najvećim obveznicima neposredno po donošenju prvog Nacionalnog programa te Izmjena i dopunama Zakona o audiovizualnim djelatnostima (NN 90/2011) koji unapređuju način naplate, stabilizirale su se financije Hrvatskog audiovizualnog centra. Time je omogućeno kontinuirano i ravnomerno financiranje filmske proizvodnje te drugih audiovizualnih aktivnosti od značenja za hrvatsku kulturu. Povećao se broj sufinanciranih filmova svih rodova i vrsta te se ujedno omogućilo sustavno sufinanciranje razvoja scenarija i projekata kinematografskih i televizijskih djela, kao i stalna podrška koprodukcijama s manjinskim hrvatskim sudjelovanjem. [TABLICE 6, 7, 9](#)

Uvođenjem sufinanciranja razvoja scenarija i razvoja projekta 2010. godine osiguran je rast pouzdanosti i dramaturške izvrsnosti filmskih scenarija te poslovna stabilnost projekata u trenutku realizacije. Ujedno, razvojnim kategorijama u javnim pozivima HAVC-a stvorili su se formalni preduvjeti za pristup hrvatskih producenata selektivnom fondu Kreativna Europa – Potprogram MEDIA Europske unije u kategoriji razvoja audiovizualnih kinematografskih i televizijskih djela koji je iskorišten u velikoj mjeri. Hrvatska je tako postala jedna od najuspješnijih zemalja članica Programa Kreativna Europa – Potprograma MEDIA kada je riječ o povlačenju sredstava u kategoriji razvoja. [TABLICA 3](#)

Sustavno ulaganje u manjinske koprodukcije hrvatske je filmske kreativce uključilo u sustav međunarodne koproducijske razmjene, doprinijelo vidljivoći i prepoznatljivosti Hrvatske kao međunarodnog producijskog partnera i omogućilo hrvatskim većinskim kao i manjinskim koproducijskim projektima zavidnu razinu povlačenja sredstava iz europskog koproducijskog fonda Eurimages. [TABLICA 2](#)

U cilju decentralizacije sustava odlučivanja o potporama, Hrvatski audiovizualni centar s gradskim uredima za kulturu Grada Rijeke i Grada Splita sklopio je posebne sporazume sufinanciranja filmskih projekata prema načelu tzv. *match-fundinga* (50/50%). Od sklapanja prvi takvih sporazuma do kraja 2016. godine sufinancirana su 52 dugometražna i kratkometražna dokumentarna i igrana projekta. Sličan sporazum sklopljen je 2013. godine s Akademijom dramske umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu gdje je HAVC sufinancirao 77 završnih filmskih radova preddiplomskog i diplomskog studija. [TABLICA 10](#)

Od 2010. do 2015. donesene su odluke o sufinanciranju 76 dugometražnih igralih filmova od čega je 27 većinskih koprodukcija. Od 39 većinskih hrvatskih dugometražnih igralih filmova 16 je debitantskih, dok 8 filmova potpisuju redateljice.

Ukupan broj hrvatskih filmova svih rodova i vrsta premijerno prikazanih u domaćoj kinodistribuciji i na festivalima od 2010. do 2016. porastao je s 86 na više od 120 godišnje.

Od 2010. u domaćoj kinodistribuciji i na festivalima premijerno je prikazano 209 dugometražnih hrvatskih filmova. U tom razdoblju njihov broj porastao je dvostruko - s 19 (u 2010.) na više od 40 (u 2016.), dok se kod dokumentaraca taj broj učetverostručio – od 5 (u 2010.) do preko 20 (u 2016.).

Od 2010. do 2016. godine iz koproducijskog fonda Eurimages povučeno je oko 2,3 puta više sredstava od uloženih, odnosno 7 puta više ako se u obzir uzmu europske koprodukcije s manjinskim hrvatskim udjelom.

S dugoročnim ciljem poticanja decentralizacije odlučivanja i financiranja, posebnim sporazumima s Gradom Rijekom i Gradom Splitom 2009. godine pokrenut je sustav tzv. *match-funding* potpore. Njime je HAVC do 2016. sufinancirao 45 filmskih projekata u ukupnoj vrijednosti od 1,73 milijuna kuna.

Match-funding sporazum sklopljen je 2013. godine i s Akademijom dramske umjetnosti Sveučilišta u Zagrebu te je HAVC tako sufinancirao 55 prediplomskih te 22 diplomska filma studenata filmske i TV režije i produkcije.

1.2. Pokretanje izvoza filmskih usluga

U kolovozu 2011., a slijedom ciljeva navedenih u Nacionalnom programu, donesen je Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o audiovizualnim djelatnostima (NN 90/2011). Izmjenom članaka 38. i 39. i uvođenjem članka 39. a) uveden je Program poticanja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela (izvoz filmskih usluga) koji je začivio 1. siječnja 2012. godine. Osnovna mjeru poticaja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela koja se u potpunosti ili djelomično snimaju na teritoriju Republike Hrvatske je 20-postotni povrat opravdanih troškova proizvodnje audiovizualnog djela izvršenog na hrvatskom teritoriju. Pravo na povrat utrošenih sredstava imaju dugometražni kinematografski filmovi, televizijski filmovi i televizijske serije.

Porast broja projekata i lokalne potrošnje iz godine u godinu odraz je sve većeg zanimanja međunarodnih producenata za Hrvatsku kao filmsku destinaciju i povjerenja međunarodne filmske zajednice koje imamo zahvaliti učinkovitosti Programa mjera poticaja koje su prepoznate kao stabilan sustav potpore, kao i komparativnih prednosti Hrvatske kao lokacije za snimanje koja uključuje i izvrsnost hrvatskih filmskih kreativaca i profesionalaca. U razdoblju 2012.-2016. u Hrvatskoj je u sklopu ovog sustava realizirano 34 međunarodnih filmskih i televizijskih projekata.

Pozitivni učinci Programa poticaja¹ su (a) povećanje opsega i razine audiovizualne proizvodnje te korištenja postojećih kapaciteta; (b) komparativno snažniji audiovizualni sektor u smislu postotka BDP-a u ukupnom BDP-u zemlje; (c) snažna decentralizacija audiovizualne djelatnosti prema hrvatskim regijama i gradovima (e) porast zaposlenosti u sektoru; (f) veća mobilnost filmskih radnika i poboljšanje razine njihovih profesionalnih kompetencija; (g) samofinancirajući aspekt programa i (h) diversifikacija postojećih poslovnih modela produkcijskih tvrtki. [TABLICA 5](#)

¹ Studija "Impact Analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe", koju je za potrebe Europskog audiovizualnog opservatorija (EAO) izradila konzultantska kuća Olsberg SPI krajem 2014. godine i koja je obuhvatila 17 europskih zemalja (među kojima i Hrvatsku, koje su u tom trenutku imale programe poticaja za ulaganje u audiovizualnu proizvodnju).

Godine 2012. u Hrvatskoj je pokrenut sustav poticanja izvoza audiovizualnih usluga, odnosno privlačenja međunarodnih filmskih i televizijskih produkcija. Zaključno s 2016., kod nas je tako snimljeno ukupno 34 projekta koji su ostvarili ukupnu lokalnu potrošnju od 390 milijuna kuna, a isplaćeni su im poticaji u ukupnom iznosu od 73 milijuna.

Doprinosi turističkom sektoru izraženi u brojkama, u razdoblju od 2012. do 2015. godine, iznose gotovo 118 tisuća noćenja te 56 milijuna kuna hotelske potrošnje.

Od izvoza filmskih usluga, a putem programa poticaja, lokalne i regionalne samouprave (2012.-2015.) uprihodile su ukupno 2,62 milijuna kuna poreznih beriva. Izravni prihod državnog proračuna s iste osnove u ovom razdoblju iznosi 61,5 milijuna kuna, što je u visini iznosa poticaja isplaćenih korisnicima iz istog državnog proračuna (60,7 milijuna). Pri tome, ne zaboravimo "drugu proračunsku žetu" – onu nastalu kolanjem realiziranog prihoda uključenih hrvatskih pravnih osoba, odnosno hrvatskim platnim prometom. Nalaz Instituta za javne financije svakoj iz proračuna isplaćenoj kuni predviđa ukupni povrat u visini 1,5-2,3 kune, što je detektirano već prve godine uvođenja mjera poticaja (istraživanje iz 2013. godine).

Jedan od glavnih ciljeva sustava izvoza filmskih usluga je poticanje zapošljavanja te stručnog usavršavanja hrvatskih filmskih profesionalaca. Na međunarodnim produkcijama od 2012. do 2015. godine bilo je angažirano 14,5 tisuća hrvatskih djelatnika (profesionalaca, pripravnika i statista). Sličan multiplikatorski faktor kao i u ukupnom povratu svake u proračun uplaćene kune (2-3) manifestira se i u broju zaposlenih u industrijama koje se nalaze u lancu opskrbe ili pak zbog povećane potrošnje nastale zaposlenošću u audiovizualnoj industriji, a u odnosu na broj izravno zaposlenih hrvatskih djelatnika na stranim produkcijama.

Uz HAVC-ov Odjel za poticanje ulaganja u audiovizualnu proizvodnju (Filming in Croatia), koji zaprima i obrađuje zahtjeve za ostvarivanje prava na finansijski poticaj te promiče mjere poticaja ulaganja, kako s korisnicima sredstava i nadležnim državnim tijelima tako i s medijima, u siječnju i lipnju 2015. godine otvorena su dva regionalna filmska ureda – Filmski ured Zadar i Istarska filmska komisija (sa sjedištem u Puli). Uz primarnu namjeru dislociranosti središta razvoja izvoza filmskih usluga, njihov učinak, kao primjer dobre prakse, bit će poticaj i drugim jedinicama lokalne i regionalne samouprave diljem Hrvatske da pokrenu slične mehanizme i unaprijede svoje gospodarske, kulturne i kreativne potencijale.

1.3. Digitalizacija kinoprikazivačkog sektora

U periodu 2010./2011. dogodio se globalni prelazak s analognog na digitalno kinoprikazivanje. Hrvatska je 2011. raspolagala s 90 digitalno opremljenih kinodvorana, no sve su bile u sastavu komercijalnih višedvoranskih (multipleks) kinematografa, smještenih u većim gradovima. Ondašnja nemogućnost malih nezavisnih kinoprikazivača, osobito onih u manjim sredinama, da osiguraju nove naslove u tehnički primjerenoj novoj digitalnoj tehnici, umjesto starije tehnologije (35 mm), prijetila je tada izumiranju malih kina, odnosno kinematografske djeplatnosti u manjim sredinama. Dostupnost doživljaja kinopredstava bila je nepravedno reducirana na velike gradove, uz dodatne posljedice na nacionalnoj razini: gušenja raznolikosti repertoara i uskraćivanja prilike nekomercijalnom filmu.

Ministarstvo kulture Republike Hrvatske u suradnji s Hrvatskim audiovizualnim centrom u jesen 2011. godine pristupa izradi Projekta digitalizacije nezavisnih kinoprikazivača kojim je u prvoj fazi i u suradnji s lokalnim vlastima digitalnom tehnologijom za prikazivanje opremljeno 28 jednodvoranskih kina u 27 hrvatskih gradova u 18 županija te 6 filmskih festivala, a do kraja 2016. godine još 28 kinodvorana.

TABLICE 11, 12

Realizacijom ovog nacionalnog projekta osigurani su uvjeti za opstanak nezavisnih kina u uvjetima značajne tehnološke mijene (prelaska s analognog na digitalni format prikazivanja) te su stvoreni temelji za unapređenje dostupnosti raznolikijeg kinorepertoara. Nezavisni kinoprikazivači u sklopu preuzimanja potpore za digitalizaciju (sklapanja ugovora s Ministarstvom kulture) ujedno ugovorno na sebe preuzimaju obaveze prikazivanja raznovrsnog i kulturno vrijednog kinorepertoara (ugovor s HAVC-om), sve u cilju povećanja gledanosti europskih, hrvatskih i nezavisnih svjetskih naslova u kinima te obogaćivanja raznolikosti kulturne ponude. Mjerila za određivanje kakvoće repertoara uglavnom koreliraju s mjerilima organizacije Europa Cinemas i onima Programa Kreativna Europa – Potprograma MEDIA, a ovaj zahtjevni programski koncept održava se i razvija uz potporu dvaju tijela: HAVC-a i Hrvatske mreže neovisnih kinoprikazivača (Kino mreže).

Kino mreža je osnovana u studenom 2014. godine i danas broji 39 članova (52 kina) iz svih hrvatskih županija. U suradnji s Hrvatskim audiovizualnim centrom Mreža provodi i usklađuje zajedničke programske aktivnosti u svrhu organizacije raznovrsnih

zaokruženih filmskih programa. Cilj je postići što veći odaziv lokalne publike te ostvariti dobar odjek u medijima i javnosti objedinjenim oglašavanjem i koordiniranim odnosima s javnošću. Zajednički se radi na razvoju publike, uz prilagodbu svakoj sredini u kojoj djeluju pojedini članovi mreže.

Projektom digitalizacije nezavisnih kinoprikazivača, sredstvima Ministarstva kulture, lokalnih i gradskih vlasti i vlasnika kinodvorana, omogućena je digitalizacija 56 neovisnih kina u 47 hrvatskih gradova. U prvoj fazi (2013.) digitalizirano je 28 kina u 27 hrvatskih gradova te 6 filmskih festivala, a potom je u idućim fazama (2014., 2015. i 2016.) digitalizirano još 28 kina.

Uz digitalizaciju, osnivanjem Kino mreže (Hrvatske mreže neovisnih kinoprikazivača) u studenom 2014. godine zaključeni su temeljni preduvjeti za daljnji dugoročni razvoj kinoprikazivaštva u Hrvatskoj i izgradnje gledalačkih navika svih generacija. Kino mreža je do ljeta 2017. okupila 52 hrvatska kina.

Digitalizacija je omogućila razvijanje specijaliziranih strateških projekata na lokalnoj i regionalnoj razini kojima se oživjava kinoponuda u krajevima u kojima nema ili dugo nije bilo stalnog kina. Također, digitalizacija neovisnih kina, kao što je istaknuto u dijelu o strateškim planovima ovog Nacionalnog programa, ključni je faktor u nastojanjima poticanja filmskog obrazovanja djece i mladih. Uz već postojeće programe u Zagrebu i Rijeci iz razdoblja prije digitalizacije, danas i drugi gradovi, poput primjerice Pule i Čakovca, intenzivno razvijaju edukativni repertoar.

Suradnjom Kino mreže i HAVC-a organiziraju se tzv. dislocirane premijere domaćeg filma kako bi se potaknuo interes za kino, ali i općenita kulturna ponuda u manjim sredinama. Od 2015. godine organizirano je više od 20 premijera za 7 hrvatskih dugometražnih noviteta.

1.4. Povećanje gledanosti i javne vidljivosti domaćeg, europskog i svjetskog filma

Digitalizacijom nezavisnih kinodvorana te radom Hrvatske mreže neovisnih kinoprikazivača stvaraju se prepostavke za diversifikaciju kinorePERTOARA i sustavni rad na povećanju gledanosti i javne vidljivosti domaćeg, europskog i svjetskog filma s ciljem rada na razvoju gledalačkih navika. Na općoj razini, primjetni su stabilni napreci: u razdoblju od 2010. do 2016. raste broj prodanih kinoulaznica po stanovniku u Hrvatskoj - s 0,75 na 1,02, kao i udio gledatelja tijekom vikenda (četvrtak-nedjelja) u odnosu na čitav tjedan (s 20,9% na 27,8%). Od 2009. do 2016. ukupni udio prodanih ulaznica za domaći, europski (neanglofoni) i svjetski film narastao je dvostruko – sa 7,5 na 15%, čime je dosegnut primarni cilj u području povećanja gledanosti, zacrtan prethodnim Nacionalnim programom. [TABLICA 13](#)

Pozitivni pomaci u gledanosti, na koje je izravno utjecala digitalizacija neovisnih kina, odražava se u tom razdoblju i na domaći film. U razdoblju od 2011. do 2016. sedam je cijelovečernjih filmova ostvarilo vrlo dobar rezultat prodajom ulaznica - veću od 40.000 (1% ukupne nacionalne gledanosti), dok su četiri filma ostvarila vrhunski rezultat prodavši više od 100.000 ulaznica (2,5% ukupne gledanosti). Tri najgledanija domaća filma u razdoblju od 2011. do 2016. ujedno su među najgledanijih 20 filmova na repertoaru uopće u promatranom razdoblju. [TABLICE 14, 15](#)

Uz gore navedene brojčane podatke tijekom proteklih nekoliko godina ostvareni su iznimni pomaci u kinoprikazivaštvu na lokalnoj i regionalnoj razini, čiji će se učinak na gledanost, doživljaj domaćeg filma i izgradnju gledalačkih navika te ujedno na širi društveni okoliš, tek moći adekvatno sagledati u budućnosti.

Zastupljenost hrvatskog, europskog i nezavisnog filma u domaćim kinima te porast njihove gledanosti nije lak posao, posebice u uvjetima sustavnih ograničenja, kao što su stalni manjak promotivnih sredstava i pritisak obaveza poput tzv. prikazivačke naknade za virtualnu kopiju (VPF).

Unatoč vrlo dobrom rezultatima u gore spomenutim kategorijama od 40, odnosno 100 tisuća prodanih ulaznica po filmu, u najskromnijej kategoriji domaćih filmova, koji su prodali 10.000 ulaznica, rezultati su uglavnom jednakih trendova (oko dva filma godišnje) kao u protekla dva desetljeća.

S obzirom da je od siječnja 2017. godine presta-la naplata VPF-a od najvećeg prikazivača zbog isteka obveza prema *major* studijima, očekuje se dodatno olakšanje pristupa kinodistribuciji malim, artističkim, nepopulističkim filmovima koji su ostvarivali relativno malu gledanost (10.000 gle-

datelja kao spomenuto okvirno mjerilo), čijoj se distribuciji u odgovarajućim kinima treba posvetiti posebna pažnja.

Broj kinoposjeta po stanovniku u razdoblju od 2010. godine u stalnom je porastu – od 0,75 do 1,02 (podaci za 2016. godinu). Nastavi li se trend, do 2021. godine prosječan broj prodanih ulaznica mogao bi iznositi 1,15-1,2 po stanovniku, odnosno ukupno između 4,75 i 5 milijuna.

Procijenimo li red veličine prosječne gledanosti svih hrvatskih filmova naspram svih filmova u redovnoj kinodistribuciji od 2009. do 2016., on se otpriklje kreće u odnosu 16 naspram 19 tisuća gledatelja po filmu. Međutim, ako usporedimo filmove u širokoj distribuciji (oni koji se otvaraju s više od 10 kopija) onda taj omjer iznosi otpriklje 40 tisuća po filmu – kako hrvatskog tako i cijelokupnog repertoara. Takvi podaci indikator su interesa za nacionalnu kinematografiju i zalog za daljnja snažna nastojanja u povećanju kvalitete distribucije i promocije.

Hrvatski kratkometražni animirani, dokumentarni, eksperimentalni iigrani filmovi gotovo su redovito selektirani u programe renomiranih manifestacija kao što su festivali u Clermont-Ferrandu, Oberhausenu i Rotterdamu, a hrvatski kratki metar dvije je godine zaredom osvojio nagrade Europske filmske akademije za najbolji film (*Kokoška* 2014. i *Piknik* 2015.). U odnosu na prethodno razdoblje, dugometražni igrani film gotovo pa redovito sudjeluje na festivalima prve kategorije. Od 2010. godine do danas barem je jedan hrvatski film u manjinskoj ili većinskoj koprodukciji selektiran u neki od programa Berlina, Cannes-a i Venecije. TABLICA 1

Od 2011. godine sedam dugometražnih filmova (*Koko i duhovi*, *Larin izbor: Izgubljeni princ*, *Zagonetni dječak*, *Ljubav ili smrt*, *Zvizdan*, *Narodni heroj Ljiljan Vidić i ZG80*) ostvarilo je vrlo dobru gledanost - preko 40 tisuća prodanih ulaznica, a četiri su se filma našla u kategoriji iznad 100 tisuća gledatelja i više (*Parada*, *Sonja i bik*, *Svećenikova djeca*, *Šegrt Hlapić*). U obje kategorije to je više filmova nego u čitavom prethodnom razdoblju od 1991. do 2010. godine.

Uz redovne domaće i međunarodne kinodistribucijske kanale, nemoguće je sagledati rezultate vidljivosti nacionalne kinematografije mimo europske i svjetske festivalske mreže. Ona ne samo da je komplementarna kinima i važna u smislu uspjeha i nagrada, već kroz široku paralelnu mrežu festivalskih sajmova predstavlja mjesto promocije i plasmana – vidljivost i ostvareni rezultati hrvatskog dugometražnog igranog filma neodvojivi su od ekvivalentnog uspjeha i sustavne festivalske prisutnosti hrvatskog kratkometražnog igranog, animiranog, dokumentarnog i eksperimentalnog filma.

U proteklom razdoblju ostvareni su i značajni rezultati za međunarodnu redovnu distribuciju domaćeg filma. *Svećenikova djeca* igrala su u više od 20 zemalja diljem svijeta tijekom 2014. i 2015. godine gdje ih je pogledalo 113 tisuća gledatelja. *Zvizdan* se prikazivao u kinima diljem svijeta, a samo u talijanskim kinima pogledalo ga je 45 tisuća ljudi. Međunarodnu distribuciju ostvarili su također i *Kauboji*, *Obrana i zaštita i S one strane*.

1.5. Osamostaljenje Hrvatske kinoteke i osiguravanje spašavanja, zaštite, obnove i sustavnog prikazivanja hrvatske audiovizualne baštine

Jedini neostvareni cilj, od pet zacrtanih prethodnim Nacionalnim programom, jest osiguranje adekvatne dostupnosti, te zaštite, restauracije i prezentacije hrvatske audiovizualne baštine.

Od ukupno 300 hrvatskih dugometražnih naslova koji su pohranjeni u Hrvatskom filmskom arhivu, za samo 25 postoji digitalno restaurirani arhivski primjerak (9%).

Od spomenutih 25 digitalno restauriranih primjera, 23 je prilagođeno prikazivanju u digitaliziranoj kinodvorani (na tzv. digitalnom kinopaketu, odnosno DCP-u). Briga za sustavno prikazivanje svjetske, europske i hrvatske filmske klasične u Hrvatskoj ne postoji - ni u specijaliziranoj kinematografskoj dvorani (kakva bi bila nužna prema standardima FIAF-a, Međunarodnog udruženja filmskih arhiva i kinoteka) ni u ponovljenoj kinodistribuciji, pa čak ni na javnoj televiziji. Razlog tomu je s jedne strane neadekvatno tehničko stanje kopija, a s druge strane sporenja oko vlasništva, autorskih prava i time vezanih uvjeta korištenja.

Hrvatska kinoteka tj. Hrvatski filmski arhiv i dalje se nalazi u neadekvatnom institucionalnom položaju u sklopu Hrvatskog državnog arhiva, a trpi i zbog neadekvatne razine financiranja svojih redovitih dje-

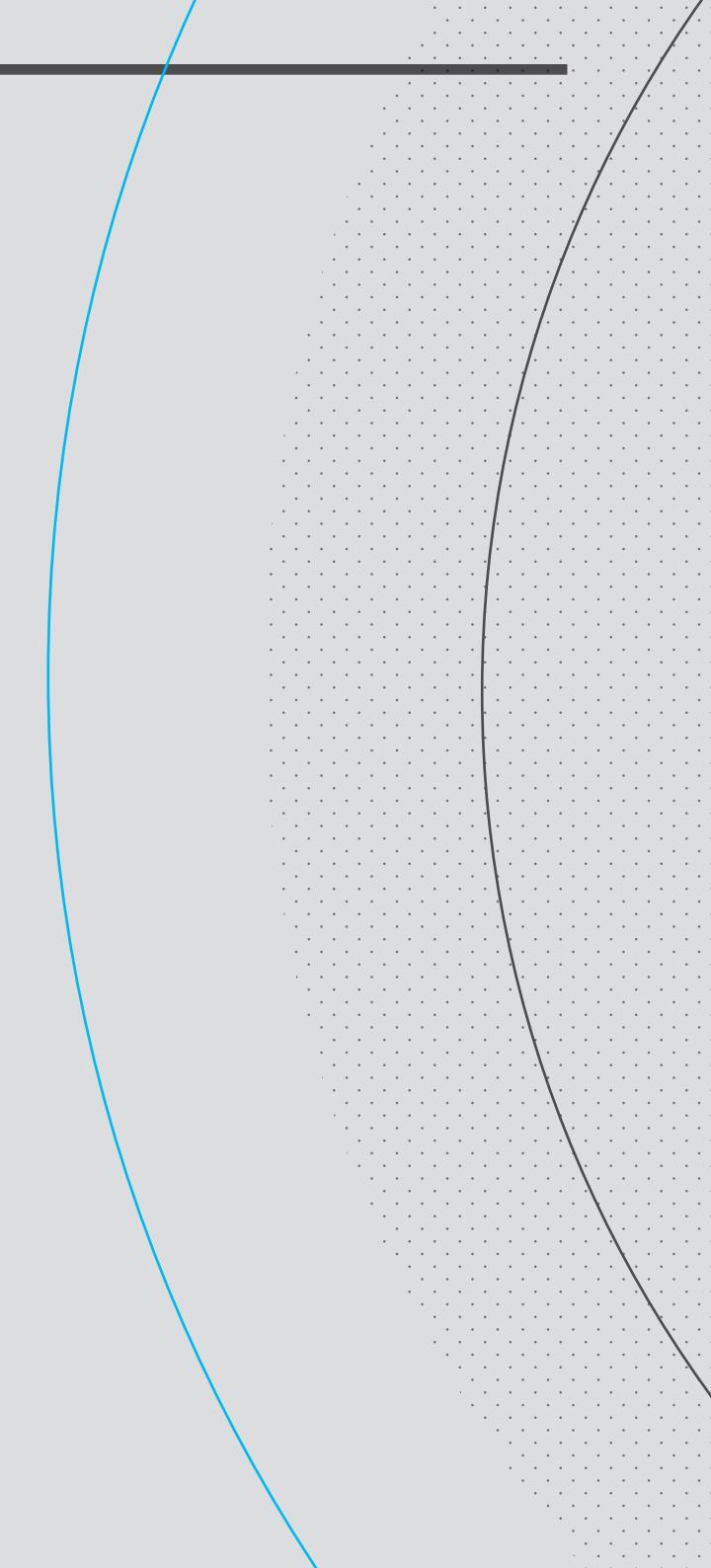
latnosti (pohrana, očuvanje i restauracija). Sredstva koja Hrvatski audiovizualni centar ima na raspolaganju za Hrvatski državni arhiv putem Javnog poziva za komplementarne djelatnosti ne mogu biti dostatna za svršishodno obavljanje redovite osnovne djelatnosti, a kamoli za sustavnu obnovu zapuštene baštine ili za realizaciju proklamirane nacionalne dostupnosti hrvatske filmske klasične.

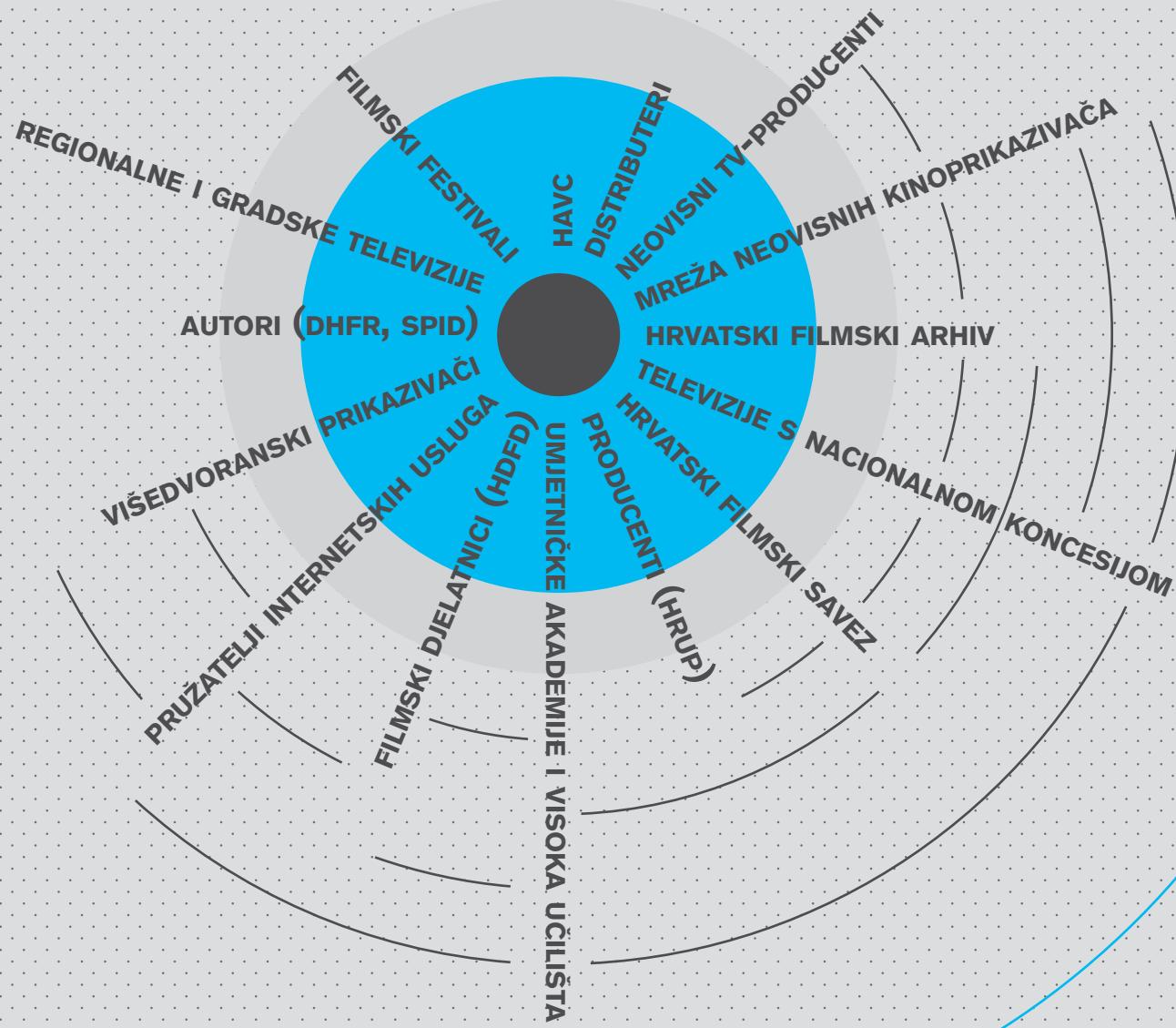
Neriješeno pitanje vlasničkih prava nad klasičnim hrvatskim filmom jedan je od glavnih uzroka nemoćnosti korištenja raspoloživih EU fondova u svrhu obnove i digitalizacije. Sve navedeno uzrokuje postojeće stanje "baštinske amnezije", odnosno "baštinskog deficit-a", koje iskače kao središnji problem ukupne djelatnosti, a ujedno svojim pokazateljima Hrvatsku snažno izdvaja iz zajednice kulturnih europskih nacija.

Propadanjem filmske baštine nepovratno se gubi poveznica s kolektivnom prošlošću te se zakidaju potencijali filmskog obrazovanja i razvoja kinotečne publike u budućnosti.

Od preko 300 hrvatskih baštinskih dugometražnih igranih naslova do 2017. godine digitalno ih je restaurirano samo 25, a od toga su na DCP-u dostupna 23. Uz to, digitalno su restaurirana tek 2 srednjometražna igrana, 76 kratkometražnih igranih i dokumentarnih te 33 animirana filma.

Hrvatski audiovizualni krajolik





Kako AV djelatnost privlači strana ulaganja u RH

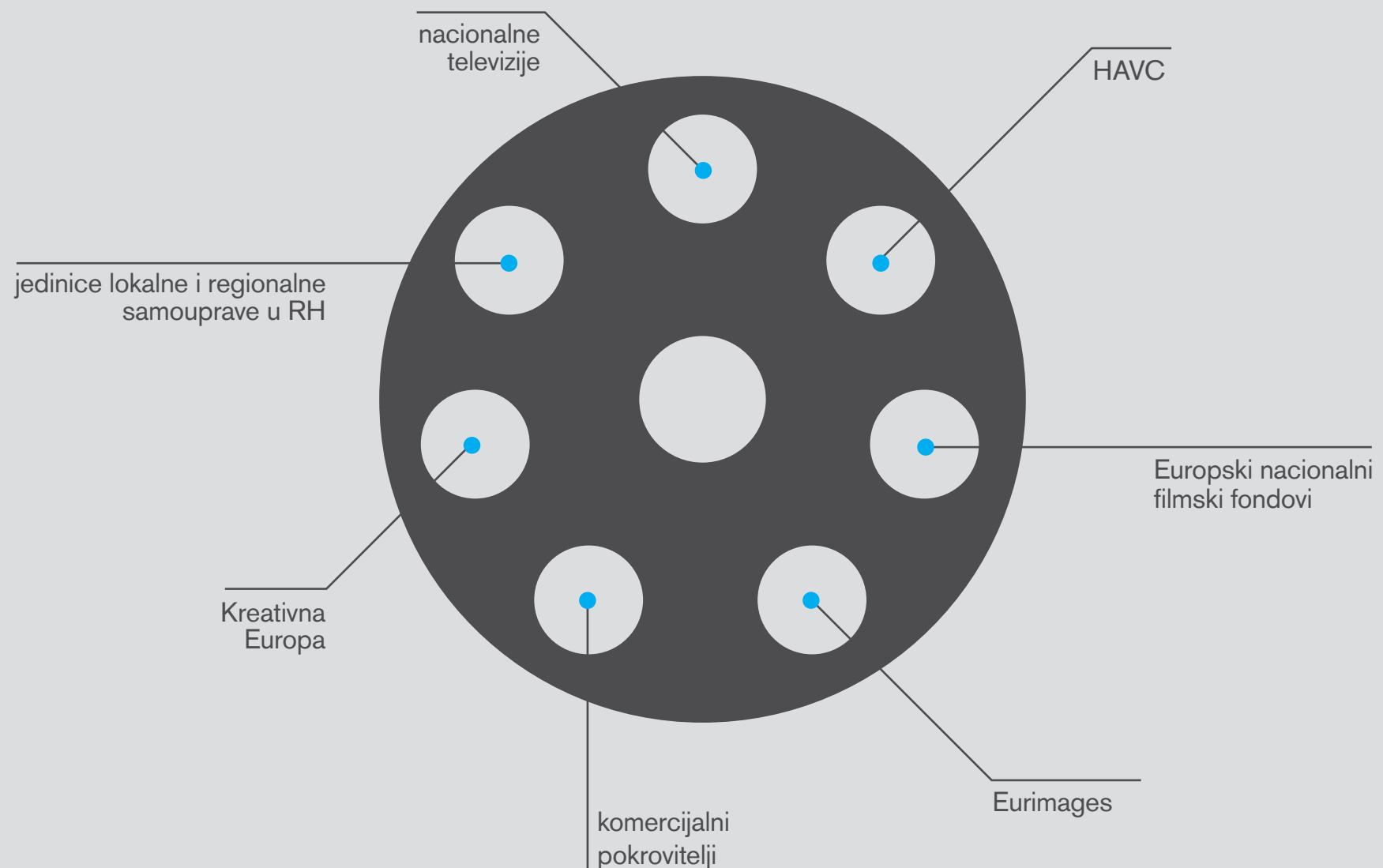
390

milijuna kuna ukupne lokalne potrošnje u RH

73

milijuna kuna isplaćenih poticaja

Kako se financira nacionalna filmska proizvodnja

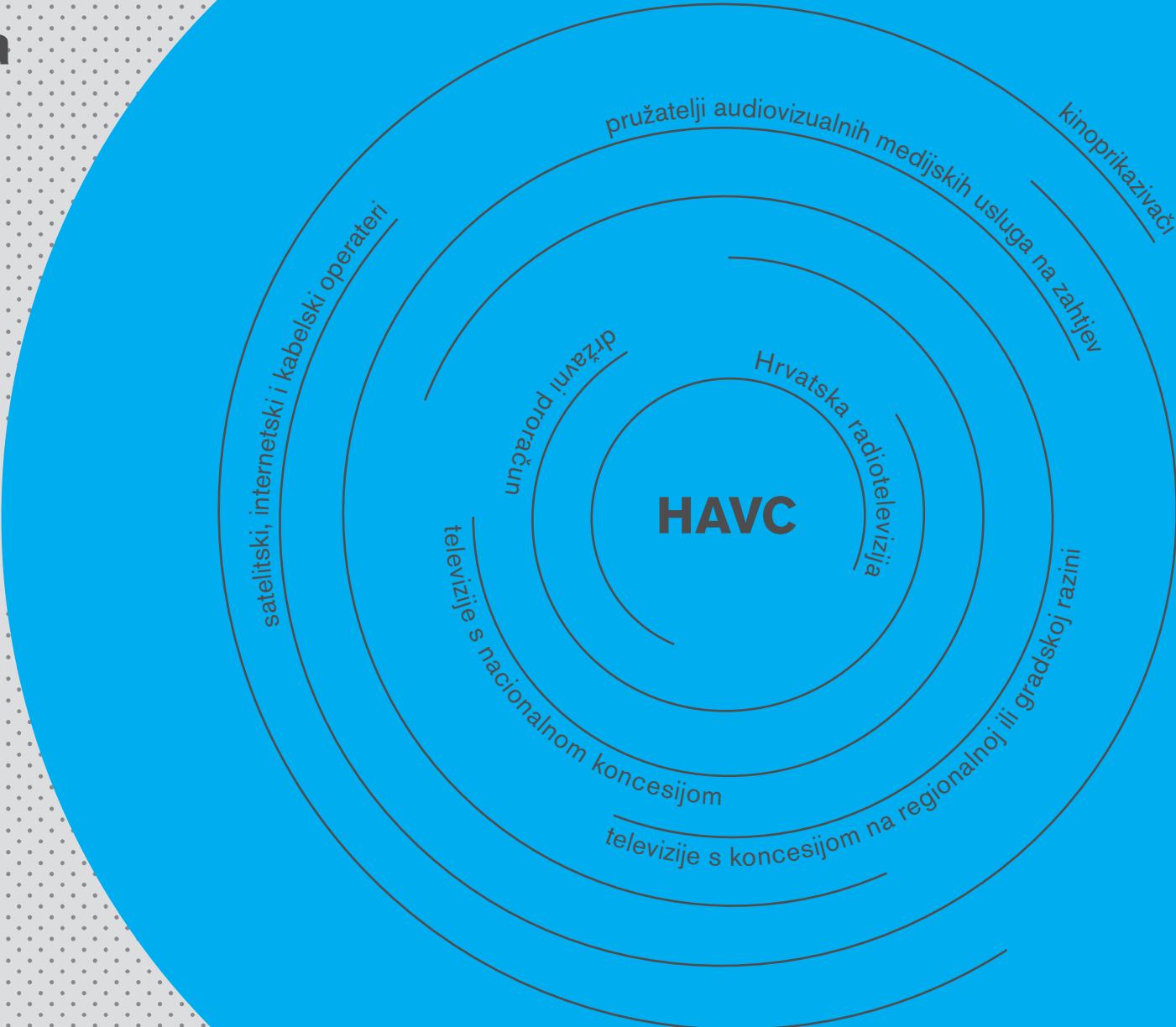


Koprodukcije

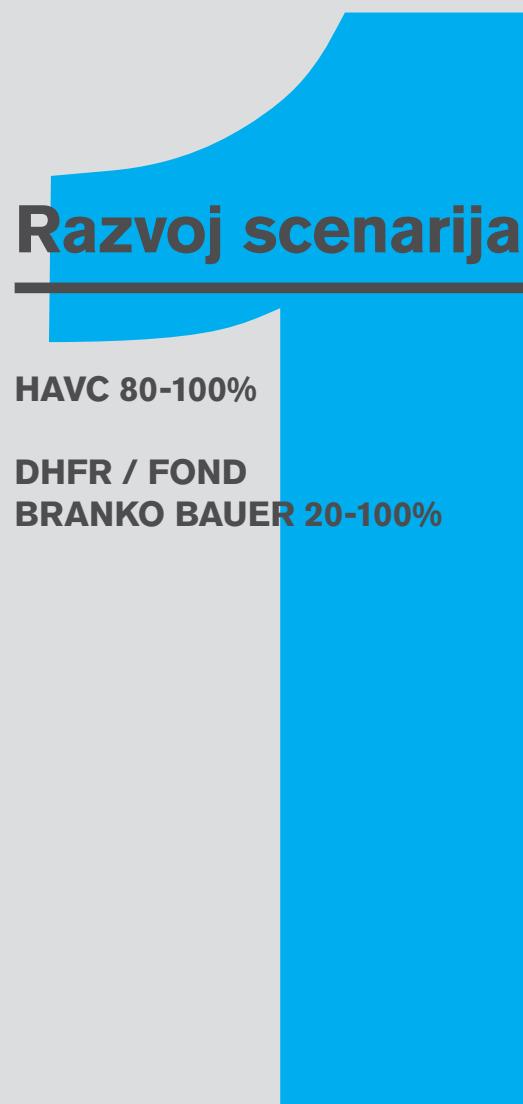
većinske koprodukcije

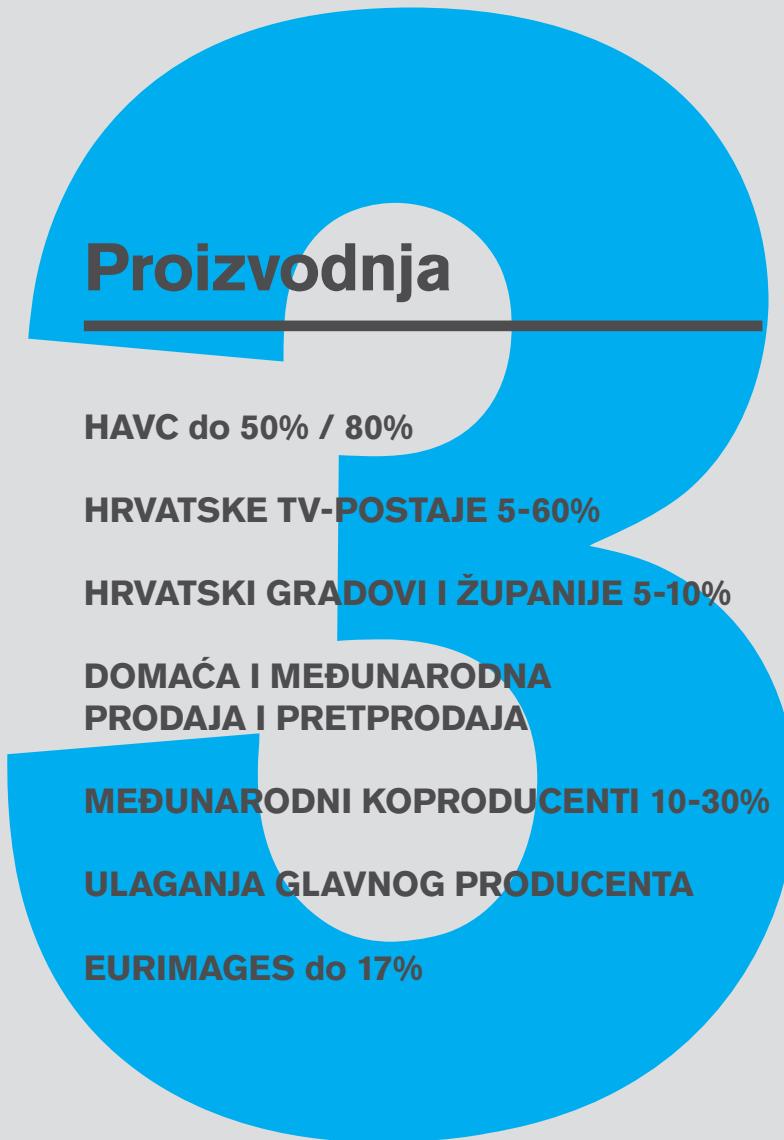
manjinske koprodukcije

Kako se financira HAVC

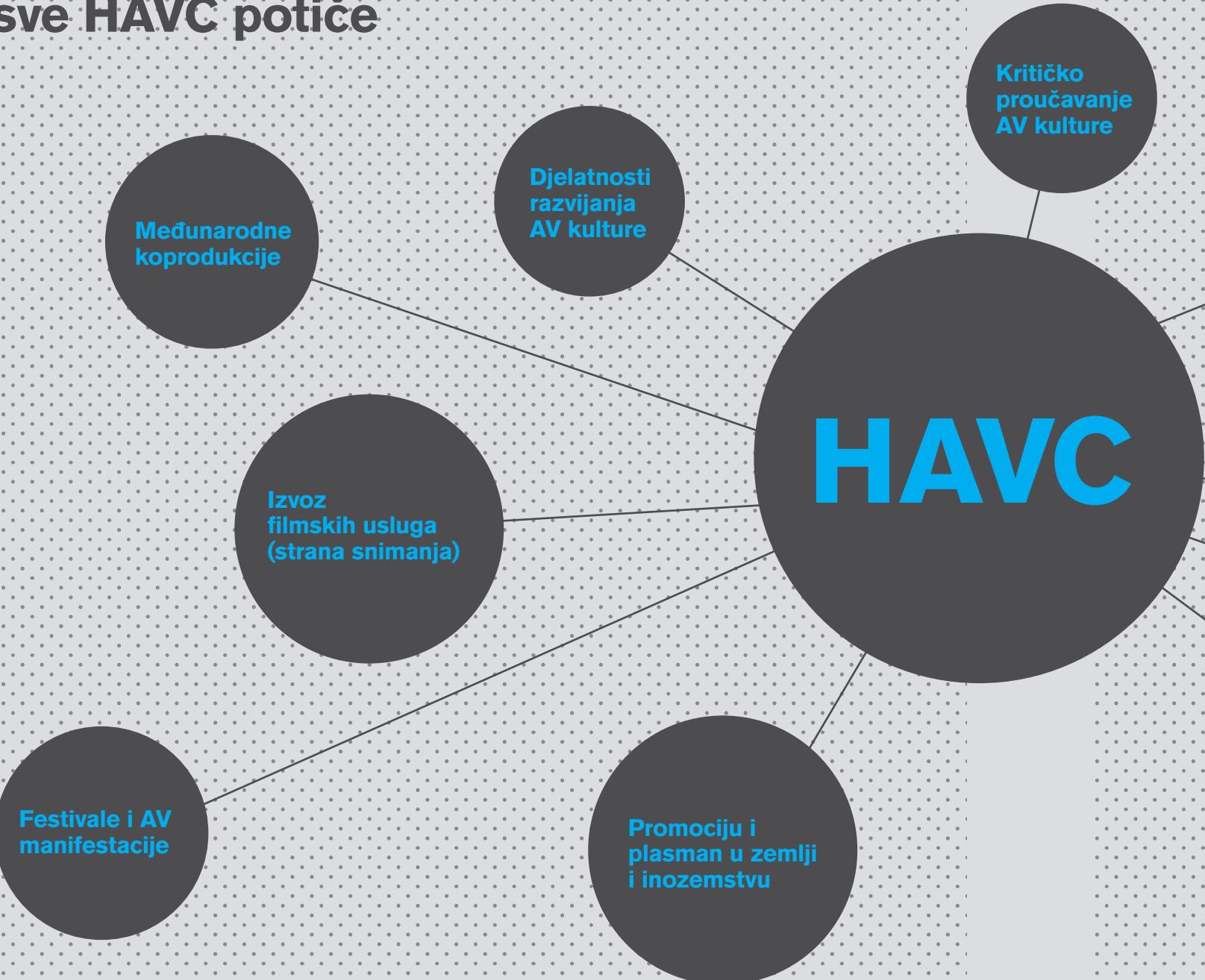


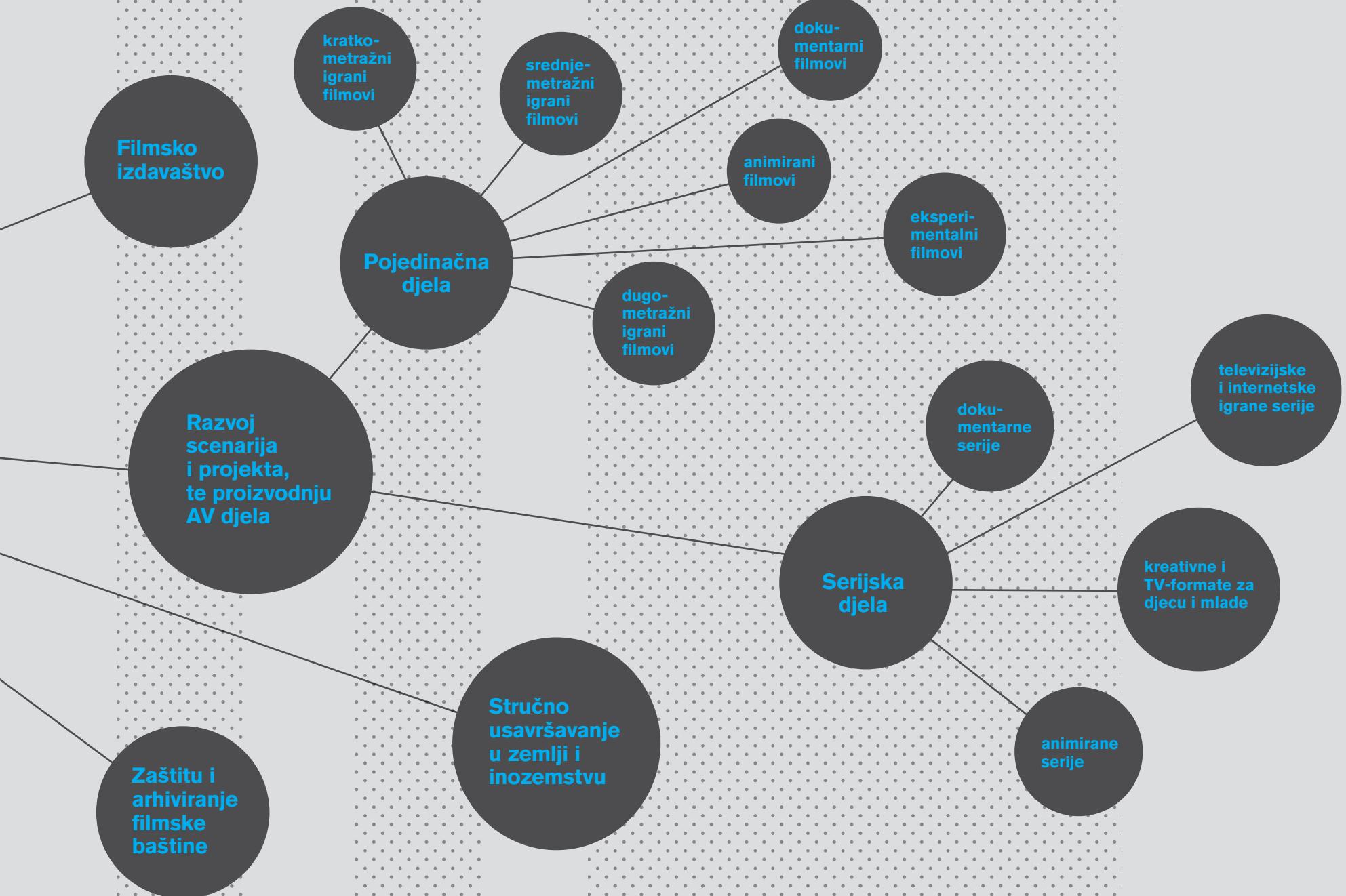
Kako se potiče hrvatski film





Što sve HAVC potiče





Lanac života hrvatskog filma

Razvoj

Proizvodnja

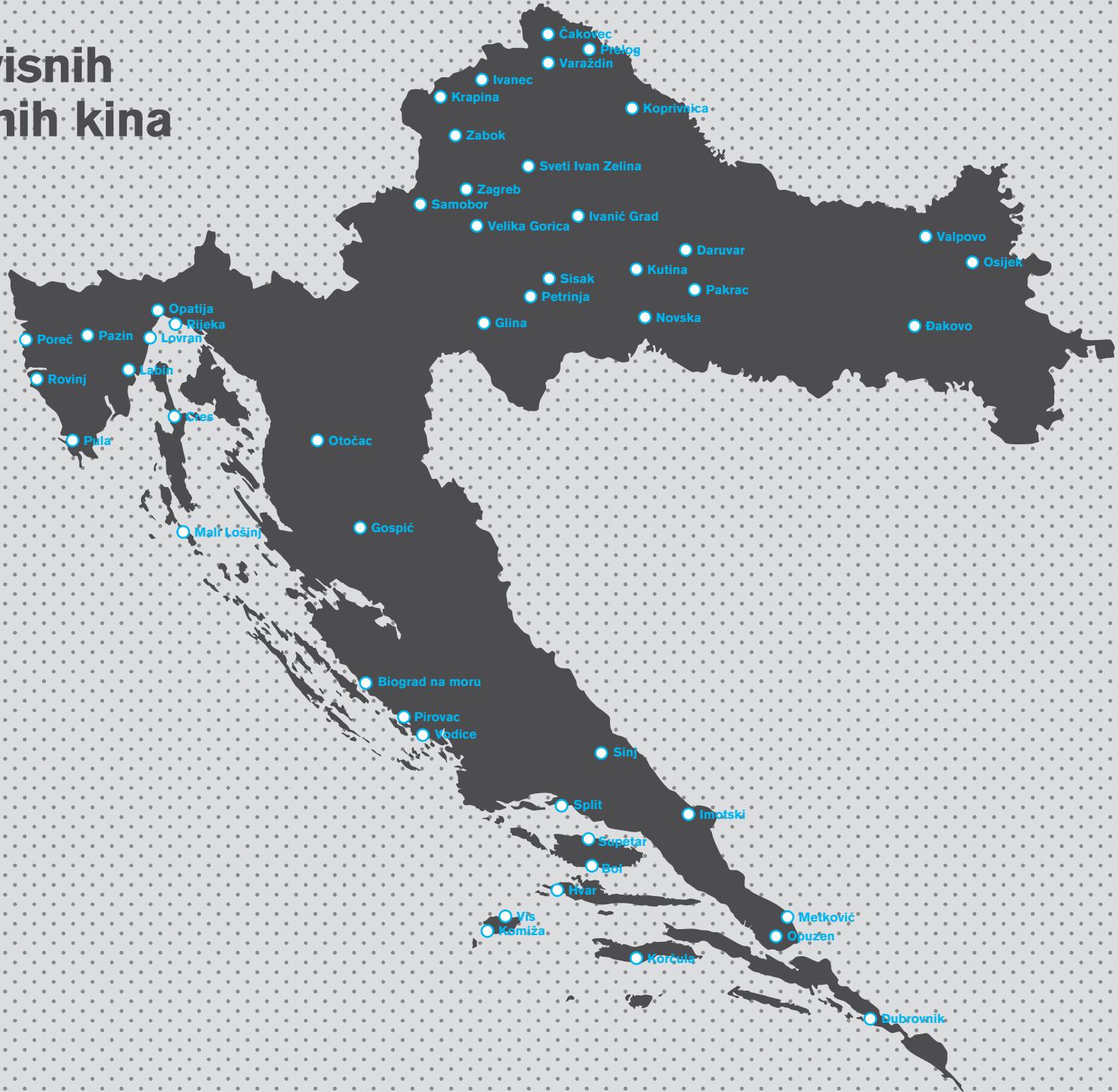
Promocija

Distribucija

Prikazivanje

Filmska baština

Mapa neovisnih digitaliziranih kina



2. **Budućnost: Audiovizualna Hrvatska 2021.**

Prosperitet nacionalnog audiovizualnog sektora uvelike ovisi o kulturnim navikama publike i obratno. U digitalnom dobu ta međuovisnost još je snažnija, a širenje dobrih navika i mjerila sve je teži zadatku zbog raspršenosti distribucije audiovizualnih djela, odnosno zbog njihove heterogene dostupnosti. Radi opstanka i boljštaka audiovizualnog sektora, u sljedećem razdoblju nužno je odgajati buduće naraštaje publike kao i buduće naraštaje autora koristeći sve digitalne mogućnosti. Podjednako je važno osigurati gledateljima srednje i starije dobi osigurati "povratak u kino", danas uglavnom zapriječen njihovim često lošim socijalnim i finansijskim stanjem.

Pogled u budućnost u velikoj se mjeri oslanja i na hrvatsko i na svjetsko audiovizualno nasljeđe. Arhivske kolekcije mogle bi publici poslužiti kao izvor razabiranja i poticaj gledalačke razgovijetnosti, potrebne građanima kao dionicima ne samo kinogledališta već i sredine koju žive i koju grade. Filmski zapis dokument je kulturne povijesti kao i one političke te iznad svega živa slika (buduće) povijesti svakodnevice. Doktrine koje su u zapadnoj Europi postale historiografski srednji put još u sedamdesetima, u hrvatskoj akademskoj zajednici valjalo bi da budu prepoznate u nadolazećem razdoblju.

Analitički statistički godišnji podaci govore da se audiovizualni sektor uspješno opire stagnaciji i gospodarskoj krizi. Imamo razloge vjerovati kako će se trend nastaviti u budućnosti. Tri su razloga za ovo izuzeće od općeg stanja u društvu: međunarodna povezanost i finansijska vitalnost filmske zajednice te pragmatični sustav javne podrške filmskoj proizvodnji. Uz državni proračun, u financiranju Hrvatskog audiovizualnog centra ravnopravnim iznosom sudjeluju televizije, telekomi i drugi dionici industrije. Time je omogućeno da se repertoar hrvatskog igranog filma, u okviru svojih skromnih produkcionskih proračuna, udvostruči. Usporedno poticanje popularnog i autorskog repertoara, alati kao što su razvoj scenarija i projekata te napredak producentskih vještina i redateljskog umijeća pripomogli su ovim promjenama.

U ovako brojčano oporavljenoj proizvodnji, iduće razdoblje valja doprinijeti ne samo dalnjem rastu proizvodnje već i rastu produkcijske vrijednosti pojedinačnih proizvedenih naslova.

U isto vrijeme, dokumentarni, animirani i eksperimentalni filmovi zadobili su u Hrvatskoj kreativnu i javnu vrijednost kakvu su imali u svojim sretnim vremenima – na prijelazu iz šezdesetih u sedamdesete

godine prošlog stoljeća. Niz nacionalnih *blockbuster*–a, kao i nekoliko zapaženih dokumentarnih naslova distribuiranih u nezavisnoj prikazivačkoj mreži obnovili su suradnju između publike i hrvatskog filma. Niz osvojenih međunarodnih festivalskih nagrada i distribucija na nacionalna tržišta Europske unije i prekomorske zemlje, govori u prilog tomu da hrvatski film svoju dinamiku uspijeva komunicirati dalje od svojih matičnih granica.

U idućem razdoblju valja se boriti za održanje živosti popularnog filma i jednako tako za širenje javnog razumijevanja drugačijeg i novog filmskog stvaralaštva.

Strateški ciljevi u audiovizualnom sektoru do 2021. godine

U sljedećem razdoblju obuhvaćenom ovim Nacionalnim programom promicanja audiovizualnog stvaralaštva Hrvatska se mora usredotočiti na sljedeća **četiri strateška područja djelovanja:**

- Osiguranje materijalnih uvjeta za daljnji razvoj ukupne audiovizualne industrije kao gospodarske snage, te kreativni rast hrvatske kinematografije kao umjetničkog izraza.
- Poticanje filmske pismenosti i razvoj publike.
- Očuvanje audiovizualne baštine i unapređenje javne dostupnosti kulturno vrijednog domaćeg i svjetskog audiovizualnog nasljeđa.
- Pozicioniranje Hrvatske u procesu formiranja jedinstvenog europskog digitalnog tržišta.

U skladu s time definirali smo **osam neposrednih provedbenih ciljeva** akcijskog plana do 2021. godine.

Neposredni provedbeni ciljevi do 2021.

KONTINUITET RANIJEG PROGRAMA

- 1 Razvijati hrvatsku audiovizualnu proizvodnju kao izraz generacijski i stilski raznolikih autorica i autora, poticati promociju i plasman hrvatskih djela.
- 2 Razvijati i konsolidirati postojeći izvoz hrvatskih filmskih usluga.
- 3 Razvijati mjere za razvoj publike vezane uz gledanost i javnu vidljivost vrijednih audiovizualnih djela, te osigurati sustavnu dostupnost filma u odgoju i obrazovanju.
- 4 Ustrajati na rješenju "baštinskog deficit": potaknuti državna nadleštva ka rješenju titulara filmova nastalih u ranijim razdobljima te jednako tako u rješavanju institucionalnog statusa Hrvatske kinoteke.

NOVI PROVEDBENI CILJEVI

- 5 Poduprijeti formiranje filmskog studija ozbiljnog kapaciteta, kako radi izvoza usluga tako i na dobrobit nacionalne filmske, televizijske i računarske proizvodnje.
- 6 Organizirati operativne celine filmskog djelovanja na lokalnoj razini i time povezati, uskladiti i unaprijediti suradnju kinoprikazivača, filmskih festivala, filmskih ureda, izvoza usluga, lokalnih i županijskih vlasti, odgojno-obrazovnih ustanova, udruga i nezavisnih organizacija te audiovizualnih profesionalaca unutar teritorijalne zajednice.
- 7 Osigurati uvjete za nastajanje audiovizualnih djela od posebne tematske vrijednosti, a izvan uobičajenih producijskih ograničenja, temeljem specijaliziranih javnih natječaja, uz dodatni doprinos javnih dionika i nadleštava.
- 8 Unaprijediti sustav provođenja Nacionalnog programa, proširenjem i opremanjem HAVC-a nedostajućim djelatnicima i tehnologijom, te unapređenjem operativnih finansijskih i planskih postupaka/ procedura, sve u cilju usvajanja najboljih europskih praksi, uz nužnu harmonizaciju s nadležnim nacionalnim propisima.

2.1. Osiguranje materijalnih uvjeta za daljnji razvoj ukupne hrvatske audiovizualne industrije kao gospodarske snage, te kreativni rast hrvatske kinematografije kao umjetničkog izraza

“Audiovizualna djela, osobito filmovi, imaju važnu ulogu u oblikovanju europskih identiteta. Odražavaju kulturnu raznolikost različitih tradicija i povijesti država članica i regija EU-a. Audiovizualna djela istovremeno su gospodarska dobra koja pružaju znatne mogućnosti stvaranja bogatstava i radnih mesta i kulturna dobra u kojima se naša društva održavaju i oblikuju.”

—
Komunikacija Europske komisije o državnoj potpori za filmove i ostala audiovizualna djela (2013/C, 332/01)

U srcu aktivnosti Hrvatskog audiovizualnog centra, krovne organizacije u audiovizualnom sektoru u Republici Hrvatskoj, podupiranje je kreativnosti i izvrsnosti u hrvatskom filmu. U narednom razdoblju potrebno je nastaviti sa sustavnim ulaganjem u nove talente, nove ideje i nova znanja, uz daljnju podršku već afirmiranim stvaraocima; obogaćivati i diversificirati hrvatsku audiovizualnu produkciju putem usporednog poticanja popularnog i autorskog repertoara svih filmskih vrsta i rodova alatima poput razvoja scenarija i projekata te napretkom producentskih vještina i redateljskog umijeća. Podjednako je važno nastaviti ohrabrivati i konkretnim mjerama poticati sudjelovanje hrvatskih filmskih djelatnika u međunarodnim koprodukcijama svih vrsta. Potrebno je također u narednom razdoblju posvetiti pažnju sektoru videoigara čiji kreativni i gospodarski značaj raste. Videoigre na tržištu Unije s ostvarenih 16 milijardi eura ukupnog prometa ostvaruju 12% ukupnog prometa audiovizualnog sektora unutar europskih kreativnih i kulturnih industrija, upošljavajući pritom 7% ukupnog broja djelatnika u tom sektoru.

Reputacijski zamašnjak

Rast hrvatske audiovizualne proizvodnje u proteklom razdoblju očitovao se i u količini i kakvoći proizvodnje mjerenoj brojem proizvedenih djela i njihovo

voj međunarodnoj vidljivosti, te u stečenoj reputaciji izraženoj kroz festivalska priznanja, odjek u središnjim svjetskim medijima te putem međunarodne distribucije i prodaje. Gledano iz pozicije audiovizualne ekonomije, navedeno je rezultiralo povećanim privlačenjem međunarodnih sredstava iz nacionalnih i nadnacionalnih EU fondova. Iz pozicije države i njezinih međunarodnih interesa možemo rezimirati i sljedeće: putem organizirane audiovizualne aktivnosti Hrvatska je stekla međunarodnu reputaciju kao država sposobna za iznimnu organizaciju audiovizualne industrije u uvjetima ograničenih finansijskih mogućnosti. Analizom članaka i priloga koje donose najutjecajniji globalni (tiskani i elektronički) mediji, lako je utvrditi kako uz sporadične sportske izvoještaje i turizam, audiovizualna djelatnost prednjači kao glavna pozitivna tema vezana uz Hrvatsku, medijski globalno zapostavljenu zemlju. Tema audiovizualnog (i domaćeg i servisnog) djelovanja povod je da se mediji bave Hrvatskom i to u iznimno pozitivnom svjetlu. Hrvatski film postao je tako jedan od oslonaca ugleda svoje zemlje.

Politički, kreativni i poslovni ugled Republike Hrvatske koji je generirala nacionalna audiovizualna industrija, neadekvatno je tretiran u državnom proračunu, uzmemu li kao mjerilo finansijsku potporu koja se godišnje raspoređuje filmu.

Izdvajanja iz proračuna namijenjena hrvatskoj kinematografiji 2008. iznosila su 38 milijuna kuna. Izdvajanja za 2016. godinu, nakon ostvarenog razvoja i postignutih rezultata iznosila su 30 milijuna kuna.

Osnovno očekivanje vezano uz nadolazeće razdoblje (uokvireno novim Nacionalnim programom) jest vjera u konsolidaciju i razvoj svih navedenih učinaka djelovanja hrvatskog audiovizualnog sustava, vraćanje na izdvajanja iz 2008. kao i sigurnost u racionalnije i svrhovitije alimentiranje njegovih finansijskih potreba – sve na posve aritmetičkim osnovama razvojnog i finansijskog doprinosa koji ova djelatnost ostvaruje za državu i njezine građane, kako u kulturnom, tako i u gospodarskom, socijalnom i razvojnem smislu.

Audiovizualno stvaralaštvo u okviru hrvatske televizijske i internetske proizvodnje

Hrvatske televizijske kuće trojako sudjeluju u razvoju filmske industrije: kao prikazivači, kao proizvođači i kao ulagači (putem neovisne proizvodnje te putem obveznog sufinanciranja realizacije hrvatskog Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva).

Razmjere dinamičnog televizijskog krajolika određuje mnoštvo lokalnih TV postaja i prodor IPTV servisa koje u hrvatska domaćinstva dostavljaju stotine svjetskih TV kanala, od kojih su mnogi jezično prilagođeni hrvatskim građanima. Središnju snagu tog i takvog krajolika, dakako, predstavljaju dvije kompanije i jedna javna ustanova – tri hrvatske televizijske postaje s nacionalnom koncesijom. Uz snagu ova tri televizijska pogona, važno je uočiti i njihova trajna ograničenja: dvije privatne (komercijalne) televizije ograničene su relativno malim nacionalnim tržištem i niskom cijenom oglasnog prostora. Javni medijski servis ograničen pak je masovnošću svojeg "hladnog pogona" i visinom vezanih troškova.

Izazov nadolazećeg razdoblja sastoji se u nadviđavanju spomenutih ograničenja. Promjene gospodarskih i demografskih okolnosti će potrajati, no za to vrijeme moguće je promijeniti način i mentalni okvir donošenja odluka te domisliti novi način participacije, od ranije uključeni, a nedovoljno korišteni instrument – neovisnu produkciju.

Neovisna produkcija u televizijskom poslovanju zasad je prepoznata mahom kao sredstvo "smanjivanja" (da ne kažemo rušenja) "cijene proizvodnje programskog naslova".

Promjena koju očekujemo jest da se neovisna proizvodnja prepozna kao sredstvo međunarodnog prodora, temelj za prodaju i preprodaju, međunarodne koprodukcije i učinkovito korištenje javnog i privatnog međunarodnog kapitala, a sukladno time kao podrška nacionalnoj televizijskoj proizvodnji.

Osnovno očekivanje svodi se na jednostavnu sliku: ovaj Nacionalni program hrvatskoj televizijskoj industriji predlaže da promijeni svoje prakse – po uzoru na promjene koje je poduzela hrvatska filmska industrij (donedavno zastarjela i konzervativna, a zatim brzo reorganizirana).

Poteškoće u primjeni hrvatskih zakona i europskih praksi kada je u pitanju nezavisna TV produkcija prisutne su dugi niz godina – kako u kvalitativnom tako i u kvantitativnom smislu. Unatoč zakonskom usklađivanju s europskom legislativom, postojanjem propisa i nezavisnog regulatora, institucionalni otpor televiziji da prihvate podjelu financija i participacije neovisnih subjekata u osmišljavanju i stvaranju TV sadržaja redovito su nadjačavali naoko skromne snage koje su ih na to poticale, uključujući ne samo nezavisne producente nego i Hrvatski audiovizualni centar. Iz različitih razloga, s različitim pozicijama u ovom ometanju razvojnih medijskih i društvenih procesa sudjelovali su i sudjelujući privatni TV nakladnici i javni servis.

Posljedica je zaostalost hrvatskog medijskog tržišta u odnosu na razvoj medija u Europi i svijetu, ekonomска ograničenja medijske proizvodnje, socijalna nestabilnost kreativnog medijskog sektora, te uz iznimke – okljevanje da se redovitije i učestalije proizvede međunarodno kompetitivni hrvatski kulturni proizvod koji će u budućim vremenima predstavljati kulturnu baštinu i identitet suvremene Hrvatske, ali i ostvarivati izvozne probitke, jačajući i stabilizirajući ekonomsku podlogu domaće kreativne industrije.

Prilikom prve adaptacije europskog zakonodavstva, definicije nezavisnog proizvođača u Zakonu o elektroničkim medijima i kasnije u Zakonu o HRT-u, preuzete su uvidom u neprimjerene zakonske preloške. Važeća zakonska definicija, značajno nepričagođena lokalnom tržištu (a prilagodba osnovne regulative lokalnom tržištu je bio i jest naputak Europske komisije) učinila je taj segment zakona više ili manje neprovedivim, odnosno otvorenim za različita, pa i kontradiktorna tumačenja. Predstojeće najavljenе izmjene Zakona o elektroničkim medijima i Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji koje će nužno trebati obaviti tijekom 2018. i 2019. godine radi usklađivanja s novom verzijom osnovnog europskog zakonodavnog teksta iz tog područja, Direktivom Europskog parlamenta i Komisije o audiovizualnim medijskim uslugama, trebale bi donijeti promjene u ovom području.

Osnaziti poziciju nezavisnog audiovizualnog sektora

Europska strategija razvoja i regulacije medijskog tržišta postavljena je prvi put prije tridesetak godina i od tada se stalno razvija i dorađuje. Upravo sudjelujemo u doradi ključne regulative medijskog tržišta – EU Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Dorada je odgovor na krupne promjene

medijskog okruženja koje su u posljednjih nekoliko godina poprimile iznimne razmjere uvođenjem digitalne tehnologije te digitalne ekonomije. Tehnološke promjene (razvoj širokopojasnog interneta, digitalizacija i sve više novih medijskih platformi i pristupa medijskom sadržaju), nove okolnosti rastuće globalizacije i uređenja međugranične distribucije, učinile su stari model velikih, uglavnom državnih medijskih korporacija koje iz monopolne pozicije same osmišljavaju, proizvode i emitiraju cijelokupni medijski sadržaj – zastarjelim i besmislenim. Europa prepoznaje javni interes u pluralizmu medijskih platformi kao i u pluralizmu medijskih sadržaja.

Europska regulativa, postojeća i buduća, s jedne strane nastoji zaštiti tržišnu održivost, konkurenčnost i slobode privatnih/nezavisnih sudionika medijske scene, dok s druge želi reformirati stare državne televizije u moderne javne servise kako bi se građanima osigurala održiva nezavisna medijska usluga bez presudnog utjecaja komercijalnih i partikularnih interesa, bilo onih krupnog kapitala, bilo političkih ambicija nauštrb slobode stvaralaštva.

Neupitna prednost razvoja nezavisnog sektora je u tome što su neovisni proizvođači, koji su znatno manji, učinkovitiji te rentabilniji od velikih proizvodnih sustava, ujedno izloženi međusobnom natje-

canju te time prinuđeni na dinamičnost, razvijanje specijalizacija i usvajanje inovacija. Podržani od programskog vodstva i moćnog financiranja velikih nakladnika televizije, neće zaostajati u realizaciji i najsloženijih zadaća. A izvest će ih brže, bolje i za manju cijenu. Nezavisni proizvođači lakše i brže pronalaze put do međugranične suradnje, koproducijskog sufinanciranja i preprodaje svojih djela, povezujući razinu stručnosti i razvoj kompetencija ukupnog sektora.

Izgradnja jakog neovisnog sektora pokazala se ekonomski lukrativnom za europska društva, a da pri tom nije ni najmanje ugrozila, već dapače, unaprijeđila, snagu kompanija ili javnih medijskih servisa koji su se na ovakvu vrstu proizvodnje oslonili. O tome zorno svjedoče primjeri brojnih europskih zemalja.

Hrvatski audiovizualni centar već je u prethodnom Nacionalnom programu iz 2010. godine upozorio na nužnost sinergije nezavisnog produksijskog sektora i televizija, naročito u kontekstu djelovanja javnog televizijskog servisa – Hrvatske radiotelevizije.

Tijekom četiri godine mandata Programskega vijeća HRT-a, u zadnjem sazivu od listopada 2012. do listopada 2016., članovi Vijeća gotovo neprekidno upozoravaju na činjenice da je sustavna izgradnja i

potpora jakom nezavisnom audiovizualnom sektoru preduvjet unapređenja djelatnosti HRT-a u smislu što učinkovitijeg ispunjavanja njegove javne funkcije i zadovoljavanju njegove javne zadaće definirane ne samo Zakonom o HRT-u nego i Ugovorom s Vladom RH, te da je mobilizacija svih hrvatskih kreativnih snaga na proizvodnji kulturno vrijednih trajnih medijskih sadržaja nužna za očuvanje hrvatskog nacionalnog kulturnog izričaja.

Hrvatski audiovizualni centar od 2010. godine sustavno radi na tome kako bi svojim znanjem i ekspertizom pomogao Hrvatskoj radioteleviziji u identificiranju zanimljivih i kulturno značajnih televizijskih projekata u nastajanju, kontinuirano ulažući u razvoj TV djela. Od uvođenja Javnog poziva za razvoj scenarija i razvoj projekata televizijskih djela 2010. godine, Hrvatski audiovizualni centar do danas je finansijski podržao razvoj ukupno 106 pojedinačnih ili serijskih televizijskih djela, što kroz razvoj scenarija, što kroz razvoj televizijskih djela, s ukupnom svotom od 5.050.000,00 kuna. HAVC je također uveo i praksu "TV burze" – javnog predstavljanja projekata u užem izboru. Neki od projekata koji su dobili potporu Hrvatskog audiovizualnog centra bili su prepoznati od HRT-a i danas su vrlo popularneigrane i dokumentarne serije. Usprkos visokoj kvaliteti potpomognutih projekata, činjenici da partnerska ustanova financira

razvoj projekta u ranoj fazi, HRT je od uvođenja spomenutog koncepta profitirao tek parcijalno.

Hrvatski audiovizualni centar i HRT potpisali su prosincu 2015. godine Ugovor o uređenju međusobnih prava i obaveza. Članak 4.3. tog Ugovora predviđao je što skorije osnivanje posebne radne skupine sastavljene od predstavnika HRT-a, predstavnika HAVC-a, predstavnika Hrvatske udruge producenta, uz potporu i sudjelovanje Deska Kreativne Europe – Ureda MEDIA Hrvatske, a s ciljem implementacije opće programske suradnje.

Osnovni cilj osnivanja toga radnog tijela trebala je biti stručna analiza koja će definirati prijedloge uskladištenja praksi ili poslovnih rutina koje određuju suradnju HRT-a te drugih sudionika hrvatske i europske audiovizualne industrije, a u korist svih strana.

Neposredni cilj bio je poduprijeti prilagodbe poslovnih praksi HRT-a, osobito na području ugovornih i drugih pravnih procedura, te pridonijeti unapređenju postojećih postupaka odabira projekata, odnosna razvoja i proizvodnje audiovizualnih djela, kao i sustava nadzora troškova, kako unutar dometa HRT-a tako i u hrvatskoj audiovizualnoj industriji uopće.

Dugoročni strateški cilj osnivanja tog radnog tijela bio je: olakšati HRT-u pristup međunarodnim izvorima financiranja i međunarodnom televizijskom tržištu, osobito poboljšanjem uvjeta za međunarodne televizijske i filmske koprodukcije; postići veću zastupljenost hrvatskih televizijskih djela na televizijskim i internetskim ekranima izvan Hrvatske; postići učinkovitu protočnost između televizijske proizvodnje HRT-a i internetskih servisa u zemlji i inozemstvu, osobito u odnosu na djela, pojedinačna i serijska, proizvedena i suproizvedena u ranjem, sadašnjem i budućem razdoblju. U dolazećem razdoblju, valjalo bi pristupiti, za sada odgođenoj, realizaciji ugovorene koordinacije.

Audiovizualno stvaralaštvo i videoigre

Ove dvije kreativne industrije zasad uspješno funkcioniрају odvojeno, svaka ostvaruje značajne rezultate unutar i izvan Hrvatske. Kao takve prepoznate su u svojim internim krugovima - kako suradnika tako i korisnika. Poučen primjerima dobre prakse - uspješnicama videoigara utemeljenima na filmskim pričama te obrnuto – Program MEDIA 2007, u razdoblju od 2007. do 2013. godine, uvodi mogućnost prijave interaktivnih projekata s naglaskom na transmedije i

krosmedije. Europa ide korak dalje te spajanjem dva-ju Potprograma, Kultura i MEDIA, u Program Kreativna Europa 2014. godine daje mogućnost *game developerima* da samostalno prijavljuju vlastite projekte u kategoriji potpore razvoju videoigara. Smjernice za razvoj filmskih projekata, naročito onih namjenjenih djeci, ističu mogućnost stjecanja dodatnih automatskih bodova ako se filmski sadržaj proširi na transmediju, odnosno popratne interaktivne sadržaje. Slijedeći brojne europske primjere dobre prakse, uvrštavajući gaming industriju kao sastavni i ključni dio nacionalnih strategija razvoja, također uzimajući u obzir da su ravnopravni korisnici, zajedno s filmskim profesionalcima, Potprograma MEDIA, potrebno je i u hrvatskom kontekstu poraditi na što boljoj sinergiji tih dviju kreativnih industrija.

Slijedom navedenoga, potrebno je pronaći mehanizam dodatnog sufinanciranja stvaralačkog razvoja videoigara, njihovih aktivnosti – konferencija – koje su prepoznate i priznate ne samo na europskoj već i na svjetskoj razini, ali isto tako biti i podrška njihovom ravnopravnom sudjelovanju u okviru kreativnih industrija u smislu poreznih olakšica, odnosno izuzetaka (problem dvostrukog oporezivanja). Isto tako, s obzirom na kvalitetu znanja i iskustva i prepoznatljivost istih u Europi i svijetu, idući korak bi

svakako bio njihovo uvrštavanje u već uhodani mehanizam *cash rebate* sustava, a koji je uspostavljen pri Hrvatskom audiovizualnom centru.

Naime, s golemlim iskustvom u dosadašnjem radu u poticanju proizvodnje i promidžbe audiovizualne djelatnosti, Hrvatski audiovizualni centar pojavljuje se kao prirodan saveznik hrvatskih autora videoigara u čije je nastajanje uključeno tehničko osoblje (programeri), ali i glumci, skladatelji, scenaristi, crtači, itd.

Hrvatske videoigre nastaju u skromnim produkcijskim uvjetima (u usporedbi s globalnim trendovima) pa će od neizmjerne važnosti u procesu promidžbe domaćih videoigara biti usporediva iskustva Centra s domaćim filmom. Od velike su važnosti i edukacija, poticanje rastućeg broja malih studija (tzv. *indie*), izdavaštvo i razvoj koprodukcije i tehnološke konvergencije. Također je važno istaknuti da kvaliteta videoigre nastale u Hrvatskoj nije upitna – naime, istovremeno se nadmeću za pažnju publike na brzorastućem svjetskom tržištu (trenutna vrijednost procjenjuje se na oko 100 milijardi američkih dolara, uz godišnju stopu rasta od 10%), čiji rast jednakom brzinom prati i konstantni razvoj postojeće tehnologije, kao i uvođenje novih rješenja (poput nadolazeće virtualne stvarnosti).

Nastavak sustavnog poticanja ulaganja u izvoz filmskih usluga

Prema podacima objavljenim u studiji pod naslovom "Impact Analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe", koju je za potrebe Europskog audiovizualnog opservatorija (EAO) izradila konzultantska kuća Olsberg SPI krajem 2014. godine - 17 europskih zemalja (među kojima je i Hrvatska) imalo je barem jedan od tri uobičajena oblika poticanja ulaganja u audiovizualnu proizvodnju.

Od datuma publikacije te studije do danas još je pet europskih zemalja uvelo ili najavilo skoro uvođenje takvih mjera, među kojima su i naši neposredni susedi, Slovenija i Srbija.

Od uvođenja sustava poticaja do kraja 2016. godine ukupno 34 međunarodnih koprodukcija i servisnih produkcija snimalo je u Hrvatskoj i ostvarilo pravo na poticaje. Ukupna ostvarena lokalna potrošnja iznosila je 2012. godine 24,6 milijuna kuna. U 2013. godini ukupna lokalna potrošnja narasla je na 58 milijuna, u 2014. godini na 82,9 milijuna, da bi u 2015. godini dosegla čak 155,8 milijuna kuna.

Koristi od proizvodnje AV djela imaju ne samo audiovizualna industrija, već i mnoge druge povezane grane koje od ove aktivnosti ostvaruju direktnu dobit, od čega su najveći priljev sredstava kao posljedicu povećane AV proizvodnje ostvarili: turizam, ugostiteljstvo, prijevoz i transport, kao i državni proračun kroz uplaćene poreze na dohodak, PDV i prihode lokalnih samouprava. S obzirom na rasprostranjenost ove djelatnosti na teritoriju RH, pri čemu se ističu 7 jadranskih i 3 kontinentalne županije, osobito su vidljivi razvojni učinci na lokalne zajednice. Ovaj projekt daje iznimian doprinos decentralizaciji filmske industrije, odnosno decentralizirane distribucije dobiti koju generira središnji sustav u nadležnosti Hrvatskog audiovizualnog centra.

Iz svega gore navedenog proizlazi da je na dobrobit Republike Hrvatske izuzetno važno nastaviti s Programom poticanja ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela, ali i da je nužno, kao preduvjet optimizacije gospodarskih učinaka Programa, što prije učiniti neke bitne promjene.

Iznaći primjereni model stabilnog financiranja Programa mjera poticaja iz državnog proračuna no što je postojeći, osobito s obzirom na način rezervacije sredstava u državnom proračunu na godišnjoj razini.

Dosadašnji model godišnje rezervacije sredstava u državnom proračunu bio je primjeren početnim godinama po uvođenju Programa mjera poticaja 2012. godine, ali se iz prakse pokazalo da nije bio u mogućnosti pratiti gotovo stopostotni godišnji rast lokalnih prihoda, a koji se zaredao tijekom proteklih godina.

Kroz pragmatični i konzistentni model financiranja Programa poticaja moći će se u budućnosti održati stečeno povjerenje međunarodnih ulagača te tako nastaviti koristiti velik kulturni i dohodovni potencijal audiovizualnog sektora.

Partneri u provedbi: Hrvatski audiovizualni centar, Vlada Republike Hrvatske (Ministarstvo kulture; Ministarstvo financija, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstvo turizma), Hrvatska turistička zajednica.

Osigurati sustavno i učinkovito školovanje i doškolovanje hrvatskih stručnih kadrova u deficitarnim, mahom "tehničkim" filmskim zanimanjima kako bi se jačanjem profesionalnih kompetencija stvorila konkurentna i obrazovana lokalna radna snaga koja je u stanju učinkovito servisirati i najzahtjevnije strane i domaće filmske produkcije.

Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i striktnom primjenom pravne stečevine Europske unije (slobodan protok dobara, kapitala, ljudi i usluga) kao i objavom nove Komunikacije Europske komisije o državnoj potpori za filmove i ostala audiovizualna djela, u studenom 2013. godine otvorilo se i goruće pitanje izobrazbe hrvatskih profesionalnih filmskih djelatnika u deficitarnim, mahom "tehničkim" zanimanjima kako bismo mogli biti konkurentni zemljama Unije u našem posrednom i neposrednom okruženju. Prema podacima kojima raspolaže Hrvatsko društvo filmskih djelatnika (HDFD), koje u svojim stručnim ograncima okuplja velik dio aktivnih profesionalnih filmskih i televizijskih djelatnika, postotak učlanjenja novih članova iz tzv. tehničkih zanimanja iznosi u posljednje dvije do tri godine tek 10%, dok je prosječna starosna dob u nekim izuzetno važnim specijalizacijama preko 40 godina (npr. u scenskoj tehničici – grip).

Hrvatska je uvođenjem Mjera za poticanje ulaganja u audiovizualnu proizvodnju stvorila preduvjete za dolazak velikih stranih filmskih i servisnih produkcija i koprodukcija u Hrvatsku, no potrebno je što skorije profilirati djelatnu i učinkovitu obrazovnu politiku na području izobrazbe kvalificiranog radnog filmskog kadra kroz kombinaciju specijalizacije u srednjim strukovnim školama i programe doškolovanja. Prvi

korak u tom smjeru 2014. godine bilo je uvođenje obaveze angažmana hrvatskih filmskih pripravnika, po jednog u svim producijskim odjelima na produkcijama onih filmova i televizijskih djela koja se snimaju u Hrvatskoj i koriste mjere poticaja u visini preko 4 milijuna kuna, a njih će, ako je suditi prema trendu iz 2015. godine, biti sve veći broj. Od uvođenja te obaveze na najskupljem ikad projektu koji je sniman u Hrvatskoj od uvođenja mjera poticaja 2012. godine – snimanju filma *Jezero*, u produkciji najjače europske producijske kuće Europacorp Luca Besson, radilo je 13 hrvatskih pripravnika.

Ne pozabavimo li se sustavno i promišljeno specijalističkim školovanjem i doškolovanjem filmskih tehničkih zanimanja, izlažemo se opasnosti da umjesto da naši filmski profesionalci u zahtjevnim tehničkim filmskim zanimanjima – koji su devedesetih godina prošlog stoljeća obučavali kolege u zemljama bivšeg Istočnog bloka – postanu oni koje podučavaju, ili još gore, oni bez čijeg se znanja i iskustva može (s obzirom na propise koji tečno olakšavaju uvoz radne snage).

Bilo bi dobro da Hrvatsko društvo filmskih djelatnika (HDFD), uz potporu Hrvatskog audiovizualnog centra i uz stručnu suradnju drugih sudionika, (npr. Hrvatskim zavodom za zapošljavanje), izradi studiju

koja bi mapirala sve strukturalne deficite filmskog kadra u Republici Hrvatskoj s posebnim naglaskom na deficitarna, većinom "tehnička" zanimanja. Ovakav dokument poslužit će oblikovanju učinkovite politike obrazovanja filmskih kadrova, a u cilju zapošljavanja hrvatskih građana, posebno mladih, u audiovizualnom sektoru.

Partneri u provedbi: Hrvatski audiovizualni centar, Hrvatsko društvo filmskih djelatnika, Hrvatska udružuga producenta, Vlada Republike Hrvatske (poglavitno u sljedećim resorima: Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije), Hrvatski zavod za zapošljavanje.

Izgradnjom novog filmskog studija tj. "kompletiranjem ponude" potrebno je osnažiti producijske kapacitete Hrvatske kao filmske destinacije

Hrvatska kao zemlja, zbog svog specifičnog položaja, geografske raznolikosti i šarolike povijesti, raspolaže čitavim dijapazonom različitih lokacija u vrlo malom radijusu što se pokazalo kao njena najveća komparativna prednost u odnosu na konkurentske zemlje u okružju (Mađarska, Bugarska, Srbija, Ru-

munjska). Snimanja zahtjevnijih, visokobudžetnih filmova ili TV serija odvijaju se, međutim, kombinacijom tzv. "prirodnih objekata" i studija, za što postoje i kreativni i tehnički razlozi. Tijekom proteklih četiri godine, činjenica da Hrvatska ne raspolaže funkcionalnim i modernim studijskim kompleksom, imala je za posljedicu to da većina međunarodnih produkcija koja je snimana na hrvatskim prirodnim lokacijama, studijski dio posla morala obavljati izvan granica Hrvatske (najčešće u Mađarskoj ili Češkoj). Laički rečeno: sve dok nismo u mogućnosti ponuditi stranim ekipama koje su došle snimati u Hrvatsku "cjelovit paket" usluga, koji danas neizostavno uključuje i mogućnost studijskog snimanja, nećemo u potpunosti razviti svoje velike potencijale kao zemlja za snimanje.

Taj moderni filmski studio ne bi trebao biti puki franšizni holivudski studio, nego industrijska jedinica u kojoj će biti jednakopravni svi, uključujući i europske i hrvatske filmske profesionalce, na tragu usmjerenja Hrvatske kao *boutique* destinacije za snimanje kakvom se isprofilirala od samog uvođenja Programa poticaja 2012. godine.

Ovaj projekt izgradnje modernog filmskog studija mogao bi se osloniti na hibridni model financiranja u kojem bi državna i lokalna zajednica sudjelo-

vale lokacijom kao naturalnim udjelom u projektu i izvedbenom dokumentacijom kao gotovinskim troškom. Sama realizacija projekta oslonila bi se na EU fondove u svom osnovnom gabaritu te na privatna sredstva uložena u opremu i prateće sadržaje. Privatna sredstva bi se mogla uključiti na više mogućih načina: kao osnovno ulaganje privatnog ili međunarodnog investitora, kao ulaganje u veliku europsku franšizu ili kao konzorciji manjih vlasnika opreme iz Hrvatske i recimo Slovenije.

2.2. Poticanje filmske pismenosti i razvoj publike

Prethodnim Nacionalnim programom promicanja audiovizualnog stvaralaštva započeto je dosezanje ciljeva vezanih uz širenje filmske i općenito audiovizualne kulture te specifičnih znanja vezanih uz audiovizualno stvaralaštvo. Veći dio tih postignuća omogućen je stabilnim sufinanciranjem kroz Javni poziv za komplementarne djelatnosti, a sklopljeni su i bitni sporazumi kojima je cilj osigurati da strategija razvoja audiovizualne kulture bude integrirana s visokoškolskim obrazovanjem, audiovizualnom proizvodnjom i potrebama tržišta rada pa tako Centar danas sufinancira završne preddiplomske i diplomske filmove studenata režije i produkcije pri zagrebačkoj Akademiji dramske umjetnosti te sudjeluje po principu *match-fundinga* fondova audiovizualne proizvodnje Grada Rijeke i Grada Splita. Govoreći o poticanju filmske pismenosti i razvoju publike, drugi bitan moment koji se dogodio u tom smislu projekt je digitalizacije nezavisnih kina.

Time su zaključeni osnovni preduvjeti da se u naредnom razdoblju posebna strateška pozornost posveti:

- sveobuhvatnoj suradnji audiovizualnog i odgojno-obrazovnog sustava koja će dugoročno rezultirati povećanjem kvantitete i kvalitete nastave filmske umjetnosti, korištenju filma u obrazovanju

te obrazovanja za film kao profesiju, na nacionalnoj razini;

- izgradnji cijeloživotnih gledalačkih navika kroz projekte razvoja publike te poticanju daljnog razvoja digitalne kinoprikazivačke mreže;
- poticanju šireg društvenog i medijskog okvira vrednovanja filma;
- te, posebno, da se u ova nastojanja uključe različite društvene skupine.

Film u odgoju i obrazovanju

Dugoročno stabilna nacionalna kinematografija i audiovizualno stvaralaštvo mogući su jedino ako novim generacijama mlađih osiguramo filmsko obrazovanje i dostupnost kulturno vrijednog filmskog stvaralaštva. S druge strane, na audiovizualnoj zajednici leži odgovornost da im omogući znanja i kompetencije za život u multimedijalnom i digitalnom svijetu, odnosno da im pruži mogućnosti filmske pismenosti kao jednog od temelja medijske pismenosti.

Pod pojmom filmske pismenosti ovdje podrazumijevamo sve audiovizualne forme koje svojim formalnim i sadržajnim obilježjima nalikuju filmu, pa se danas često za sve to (opet) koristi naziv "pokretne slike" – dakle ravnopravno film, televizijski sadržaji, transmedija i videoigre.

Medijska pismenost imperativ je digitalnog doba i za 21. će stoljeće značiti ono što je literarno i jezično opismenjavanje značilo za 19. i 20. stoljeću. Uz informatičku, informacijsku, digitalnu i finansijsku danas se svrstava u skupinu temeljnih funkcionalnih pismenosti, a kao takvu definira je i Strategija obrazovanja, znanosti i tehnologije Hrvatskog sabora iz 2014. godine.

Znanja o povijesti filma, filmskom jeziku, strukturi filmske cjeline, rodovima, vrstama, žanrovima, stilu, dramaturgiji, priči, simbolima i značenju intrinzično su povezana sa znanjima klasičnih umjetnosti koje su filmu kronološki prethodile, kao i s fundamentalnim filozofskim, estetskim i spoznajnim pojmovljem kojim objašnjavamo svijet oko sebe. Film ne samo da je povezan s klasičnim umjetnostima nego ih sve u sebi sažima te za umrežene generacije rođene u 21. stoljeću praktički već ima status jedne od njih, klasične, pa čak i, uvjetno rečeno, "stare" umjetnosti. Međutim, time predstavlja alat nemjerljivog potencijala koji će tim mladim "digitalnim urođenicima" omogućiti znanja i vještine za život u digitalnoj stvarnosti, a ne obrnuto.

Uz svoju umjetničku i misiju opismenjavanja, film je vjerojatno od svih kulturnih (i zabavnih) sadržaja najadekvatniji da ga se konzumira na izvornom jeziku i stoga predstavlja jedno od najvažnijih sredstava za afirmaciju europskih kulturnih različitosti i promicanje nacionalnih identiteta s druge strane – posebno malih jezika poput hrvatskog. Kao univerzalno razumljiv vizualni kód, film ima potencijal da gradi europski transnacionalni identitet, a filmsko i audiovizualno stvaralaštvo da otvori nove prostore društvene, kulturne i gospodarske suradnje.

Stoga je u jezgri interesa ovog novog Nacionalnog programa promicanja audiovizualnog stvaralaštva definiranje ključnih polazišnih točaka za strateški nacionalni projekt poticanja filmske pismenosti i značajnog unapređenja položaja filmske umjetnosti u sustavu odgoja i obrazovanja, kao zalogom razvoja filmske i audiovizualne kulture općenito.

Ova se strategija, prije svega, mora oslanjati i nadovezivati na sve ono što je na području razvijanja medijske kulture do sada u Hrvatskoj postignuto, počevši od osnivanja školskih filmskih i videodružina te uvođenjem medijske kulture u nastavu hrvatskog jezika, što se događalo tijekom druge polovice 20. stoljeća. Uz škole i klubove, u to su utkani iznimni i višedesetljetni doprinosi brojnih udruga, organizacija, autora i entuzijastičnih pojedinaca, filmsko-pedagoške djelatnosti Hrvatskog filmskog saveza, Učiteljskog fakulteta, umjetničkih akademija, odjeka za hrvatski jezik i književnost te komparativnu književnost na društvenim fakultetima te dugoj i bogatoj hrvatskoj filmološkoj tradiciji i literaturi.

Dugoročni ciljevi nacionalne strategije poticanja filmske pismenosti i značajnog unapređenja položaja filmske umjetnosti u odgojno-obrazovnom sustavu Republike Hrvatske bili bi porast i unapređenje filmske i medijske kulture i pismenosti; promicanje

filma kao umjetnosti i poticanje interdisciplinarnog promišljanja filma; promicanje filmološkog diskursa o filmu; osjećivanje ideje o filmskoj pismenosti kao temelju i preduvjetu medijske pismenosti; razvijanje kritičko-analitičkih sposobnosti recepcije filma i medija općenito; razvijanje sposobnosti filmskog stvaralaštva; razvijanje kinokulture i poticanje gledalačkih navika umjetnički i kulturno vrijednih audiovizualnih sadržaja u svim medijima; otvaranje novih prostora društvenog i gospodarskog razvoja povezanih s audiovizualnim stvaralaštvom te vrednovanje filmske umjetnosti u širem kontekstu izgradnje demokratskog i građanskog društva, očuvanja i promicanja hrvatskog nacionalnog identiteta, kulture i baštine te suživota u kulturno, jezično i politički pluralnoj zajednici europskih država.

U svrhu što kvalitetnije i učinkovitije provedbe ovih strateških nastojanja, fokusirat ćemo se stoga na 5 užih područja djelovanja: školu i kina kao mjesta filmskog obrazovanja, školsko osoblje u neposrednom radu s učenicima, sustavno istraživanje i evaluaciju, razvijanje dugoročno stabilnih načina financiranja te fizičke i *online* dostupnosti audiovizualne grde.

Osnovna i srednja škola, kao i dječji vrtići (posebno predškolska godina) trebaju biti primarno mjesto filmskog obrazovanja iz mnogo razloga, a po-

sebno radi što veće i jednakopravne dostupnosti svim učenicima. Ovo se posebno naglašava zbog sveprisutne tendencije komercijalizacije školstva te svih izazova koje će u budućnosti donositi socioekonomski i politički utjecaji na odgojno-obrazovni sustav. Suradnjom sa svim nadležnim institucijama težimo ka uvođenju filmske umjetnosti kao predmetnog sadržaja u škole, bilo obveznog, izbornog, fakultativnog predmeta, kao i međupredmetne, modularne, zavičajne i drugih oblika nastave.

Dok je fizički prostor škole najadekvatniji za filmsko obrazovanje, za doživljaj filmskog sadržaja najvažnije mjesto je kino, čak i u suvremenom svijetu u kojem mediji konvergiraju i nude pristup filmu na nizu najrazličitijih platformi. Kino ne samo da je školi komplementarno mjesto za razvijanje filmske i medijske pismenosti, već u pojedinim slučajevima može biti i glavno. O kinu kao mjestu filmskog obrazovanja prvenstveno se misli na one hrvatske gradove i sredine koji imaju digitalizirana kina te će osnova ovog područja djelovanja biti partnerska suradnja HAVC-a i Kino mreže (Hrvatske mreže neovisnih kinoprikazivača).

Ključno i temeljno područje ove strategije čine vrijedni ljudi koji neposredno pružaju znanje djeci i mladima – učitelji, profesori, odgajatelji, voditelji

školskih kinoklubova, školski knjižničari i svi drugi odgojno-obrazovni radnici. Poseban izazov strategiji predstavlja činjenica da je medijska kultura iznimno slabo zastupljena ili čak potpuno izostaje u studijskim programima koji oспособljavaju učitelje razredne nastave, nastavnike hrvatskog jezika u osnovnim te hrvatskog jezika i književnosti u srednjim školama, a to su ona nastavna područja u kojima je najviše, ili bi trebala biti, zastupljena medijska kultura i obrazovanje o filmu. Složen međuodnos brojnih faktora – pravnih akata o stručnoj spremi nastavnika, izvedbenih programa pojedinih studija, potreba tržišta rada, položaja izvaninstitucionalnog obrazovanja itd. – nalaže da će za rješavanje ovog pitanja biti potrebna temeljita i šira suradnja obaju predmetnih područja, i to: utjecanjem na legislativu, mogućnostima prekvalifikacije, institucionalnim i izvaninstitucionalnim stručnim usavršavanjem i nostrifikacijom istog, promjenama pojedinih studijskih programa (od znanstvenih u pedagoška usmjerenja) i drugo.

Pritom Hrvatski audiovizualni centar polazi od pozicije da je učionički rad, odnosno nastavno iskustvo, primarni pedagoško-metodički okvir za svaku daljnju stratešku fazu poticanja filmske pismenosti koja će proizaći iz ovog Nacionalnog programa.

Dugotrajnost implementacije i provođenja reformi ili značajnih promjena i inovacija u odgojno-obrazovnom sustavu nalaže da se o njima mora provoditi sustavno istraživanje, praćenje i evaluacija. Prije svega, to se odnosi na sustavno prikupljanje informacija i podataka o tijeku provedbe strategije poticanja i promicanja filmske i medijske kulture i pismenosti, kvantitativnu i kvalitativnu analizu istih, evaluaciju pojedinih faza provođenja strategija, evaluaciju vanjskih programa koji razvijaju filmsku i medijsku kulturu te komparaciju različitih usporedivih varijabli na nacionalnoj i međunarodnoj razini.

Također, potrebno je razvijanje posebnih – dugoročnih i stabilnih – modela financiranja programa i djelatnosti kojima se potiče i promiče filmska i medijska kultura i pismenost, kako u audiovizualnom tako i u odgojno-obrazovnom sustavu. Usporedno s time, zadatak nam je i da potičemo maksimalnu efikasnost postojećih institucionalnih mehanizama, a koji ne zahtijevaju dodatna sredstva.

Mobilizirati ukupnu audiovizualnu zajednicu u kreiranju dugoročne nacionalne strategije poticanja filmske pismenosti i filmskog obrazovanja

Poticanje filmske pismenosti i filmskog obrazovanja, kao jedan od osnovnih strateških ciljeva Hrvatskog audiovizualnog centra u narednom razdoblju, za razliku od svih drugih ciljeva, kako onih u prethodnom Nacionalnom programu iz 2010., tako i u ovome, predstavlja svojevrstan izlazak iz audiovizualnog kruga u jedno složenije društveno područje, kodirano bitno drugačijim mehanizmima, legislativama i tradicijama.

- Stoga se kao strateški okvir nameće, prije svega, suradnja svih dionika audiovizualne zajednice (autora, kinoprikazivača, festivala, udruga i drugih) s odgojno-obrazovnom i akademskom zajednicom u donošenju zajedničkih stajališta o budućnosti filmskog obrazovanja u Hrvatskoj, kroz oblikovanje dalnjih strateških i kurikulske dokumenata.
- Zatim, valja osigurati fizičku (knjižničnu) i mrežnu dostupnost filma i druge audiovizualne građe – uz popratne nastavne materijale, sredstva i pomagala: osigurati potrebnu "opremu" kao podršku učiteljima, profesorima i odgajateljima.
- U svjetlu neizvjesnih reformskih nastojanja oko hrvatskog odgojno-obrazovnog sustava koja su se događala usporedno s oblikovanjem ovog Nacionalnog programa, zajednička suradnja dionika

audiovizualne zajednice znači i jasno pozicioniranje i raščlambu mogućnosti audiovizualnih "po-djedinica": koji su to ciljevi u području filmskog obrazovanja u kojima treba ustrajati na javnim i institucionalnim mehanizmima, a koji mogu biti provođeni od izvaninstitucionalnog, civilnog i umjetničkog sektora kao podrška nedostatnim kapacitetima javnog.

Također, u kontekstu cjeloživotnog poticanja filmske pismenosti i filmskog obrazovanja, ističemo i nekoliko posebnih ciljeva, odnosno područja djelovanja u narednom razdoblju:

- Motivirani kreativno-industrijskim snagama audiovizualnog sektora, kako domaće proizvodnje tako i izvoza usluga, ističemo da je potrebno posebno poticati sve one mehanizme koji vertikalno povezuju strukovno i umjetničko srednje obrazovanje s tržištem rada i profesionalnim stvaralaštvom te s nastavkom obrazovanja tj. s visokim obrazovanjem, a što je dijelom pojašnjeno u točki 2.1. ovog dokumenta.
- Prepoznajemo potencijal narodnih knjižnica kao mjesta javnog, cjeloživotnog obrazovanja o filmu, posebno za kratkometražni film te posebno za građane starije životne dobi, koji su redovni posje-

titelji popratnih programa knjižnica, a uglavnom su istisnuti iz korpusa publike multipleks kina.

- Na audiovizualnoj zajednici i svim nadležnim tijelima leži posebna zadaća da u narednom razdoblju na nacionalnoj i institucionalnoj razini ostvari snažne iskorake u poticanju prilagodbe i dostupnosti audiovizualnih i kinosadržaja gluhim, nagluhim, slijepim, slabovidnim i gluhoslijepim osobama, a u korak s konkretnim prednostima koje za to danas pruža digitalna tehnologija.
- Potrebno je prepoznati i potaknuti mogućnosti filma i audiovizualnog stvaralaštva u procesima društvene integracije azilanata, tražitelja azila i osoba pod supsidijarnom zaštitom, jer u dosadašnjem hrvatskom iskustvu, kao i drugim europskim zemljama, upravo se područja kulture i umjetnosti pokazuju iznimno pogodnjima u tom smislu.
- U ostvarenju svih ciljeva ovog dijela Nacionalnog programa nužno je predvidjeti specifične filmsko-obrazovne potrebe djece i učitelja u najudaljenijim dijelovima Hrvatske, dijelovima Hrvatske od posebne državne skrbi i izrazito siromašnim sredinama.

Partneri u provedbi: Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Ministarstvo kulture, Agencija za odgoj i ob-

razovanje, Hrvatski državni arhiv – Hrvatski filmski arhiv, Agencija za elektroničke medije, Sveučilišni računalni centar, Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, gradovi i županije, Nacionalna i sveučilišna knjižnica; općenito sve odgojno-obrazovne ustanove (vrtići, osnovne škole, srednje škole, učenički, dječji i odgojni domovi), visoka učilišta, knjižnice te udruge i organizacije koje djeluju u području filmskog obrazovanja.

Izgradnja gledalačkih navika

Istraživanja provedena u nekim europskim zemljama pokazuju da osobe koje su kao djeca redovito išle u kino, tri puta češće od ostalih idu u kino kao odrasli. Za pretpostaviti je da bismo sličnu sliku dobili i kad bismo takvo istraživanje proveli u Hrvatskoj.

Agencija za ispitivanje javnog mnjenja Promocija plus provela je za potrebe Hrvatskog audiovizualnog centra u rujnu i listopadu 2013. godine kvantitativno i kvalitativno istraživanje pod naslovom "Navike gledanja filmova i doživljaj domaćeg filma". Na pitanje koliko često gledaju filmove (bez obzira gdje i kako ih gledaju) gotovo 80% ispitanika odgovorilo je da gleda barem jedan film tjedno. Kao "mjesto" najčeštalijeg gledanja filmova daleko prednjače televizijski kanali – 73,6% dok tek vrlo mali broj ispitanika, njih 2,2% film najčešće gleda u kinu. Ostatak otpada na internet, PC, IPTV. Upitani kada su posljednji put bili u kinu gotovo 29% ispitanika reklo je da je to bilo unutar više od jedne godine. Prema rezultatima ovog istraživanja, u kino najrjeđe odlaže oni u dobroj skupini od 50+, a to je i dobna skupina u kojoj preko 90% ispitanika najčešće film konzumira posredstvom televizijskih kanala. Najviše ispitanika u kino ide u društvu prijatelja, potom

u društvu partnera, zatim u obiteljskom okruženju, dok samostalno u kino odlazi tek 4% ispitanika.

Kada smo, uz neke izmjene, proveli istovjetno istraživanje u ljeto 2015. godine, po većini ključnih varijabli mogli su se uočiti mali, ali stabilni pomaci: npr. broj onih koji film najčešće gledaju u kinu porastao je na 3,7%, a što je i u skladu s podatkom o linearnom povećanju broja prodanih ulaznica po stanovniku u Hrvatskoj od 2009. naovamo.

Premda sažeta za potrebe ovog teksta, statistika je indikativna i pruža dobru osnovu za promišljanje budućih strategija za povećanje participacije publike u kinima. Ona je s jedne strane odraz sve kompleksnijeg digitalnog svijeta koji nas okružuje te promjene gledalačkih navika u nekoliko posljednjih desetljeća, ali i odraz činjenice da u trenutku kad je prvo istraživanje provedeno (2013.), velika većina ispitanika (izvan velikih gradskih sredina tj. u malim gradovima) nije ni imala priliku ići u kino jer ona u njihovim sredinama nisu bila u potpunosti u funkciji tj. tada su još bila nedigitalizirana. Prema rezultatima online istraživanja koje su za Europsku komisiju provele konzultantske tvrtke Attentional i Headway Interantional pod naslovom "A profile of current and future audiovisual audiences" iz 2014. godine kojim

je između 10 zemalja bila obuhvaćena i Hrvatska, 16% ispitanika u Hrvatskoj nema kino koje se nalazi u radiusu od 30 minuta od kuće, dok je europski prosjek 14%.

Da je moguće povećati broj odlazaka u kino na nacionalnoj razini i naročito u manjim gradskim sredinama, svjedoče pozitivna iskustva cijelog niza europskih zemalja gdje proliferacija filmskih sadržaja na digitalnim televizijskim kanalima i posredstvom interneta nije drastično smanjila broj odlazaka stanovnika u kino, nego ih čak i povećala.

Kinematografi su i dalje mjesto gdje Europljani u najvećem broju "zajednički/u društvu" konzumiraju neki kulturni proizvod (film). I taj moment zajedništva, događaja, zajedničkog izlaska vjerojatno će i dalje biti ono što odlasku u kino daje prednost pred ostalim načinima i mjestima "konsumacije" filmskih sadržaja, bez obzira na konvergentni digitalni svijet u kojem živimo.

Valja držati na umu kako u sve složenijem i sve kaočnjem digitalnom okolišu, publici biva sve teže odlučiti se za film koji bi htjeli pogledati, a ako odluka unaprijed postoji – film nije lako pronaći. Vidljivost i dostupnost hrvatskog, europskog i nezavisnog

filma u kinima i *online*, gdje će vrlo teško biti u najvećoj mjeri ostvariti njegov kulturni i dohodovni potencijal, time je dodatno ugrožena. Stoga je nužno udahnuti novi život u navike publike – bilo da ona film gleda u kinima ili pak putem računarske mreže. Osobito publici u manjim gradskim sredinama valja osigurati što veću prisutnost filma i audiovizualnih djelatnosti ne samo kao prikazivačke činjenice već i kao teme popratnih, diskurzivnih sadržaja.

Riječ je o dugoročnoj strategiji čiji je cilj investirati u buduće ljubitelje filma i pokrenuti promjene koje će donijeti veći izbor audiovizualnih djela dostupnih publici. Razumijevanjem filmske kulture u njenom cjelokupnom bogatstvu i raznolikosti, kao i osiguranjem uvjeta za njeno širenje, ova strategija pomoći će direktno i indirektno kulturnom i gospodarskom uspjehu hrvatskog audiovizualnog sektora. Digitalno doba u kojem živimo također nam pruža mogućnost da kapitaliziramo na radikalno drukčijim načinima obrazovanja i dostupnosti raznolikog audiovizualnog repertoara jednako svim građanima Republike Hrvatske.

U skladu s time, kao neposredni cilj ovog Nacionalnog programa istaknut je daljnji razvoj kinoprikazivačke mreže i raznolikosti i kvalitete repertoara.

Uz neposredne ciljeve koji proizlaze iz ovog strateškog područja Nacionalnog programa, izvodi se i zahtjev za većom prisutnošću kvalitetnog diskursa o filmu u javnim medijima (HRT), što je preduvjet stvaranja šireg društvenog okvira u kojem će filmsko stvaralaštvo zauzimati visoko vrijednosno mjesto u percepciji i važnosti kulturne proizvodnje.

2.3. Očuvanje audiovizualne baštine i unapređenje javne dostupnosti kulturno vrijednog domaćeg i svjetskog audiovizualnog nasljeđa kao zalog budućnosti

Izgradnja gledalačkih navika publike u budućnosti nije moguća bez uvida u nacionalno i svjetsko audiovizualno nasljeđe. Nacionalni filmski i audiovizualni arhivi svjedoče prošlosti, propitaju sadašnjost i generiraju budućnost. Temeljno svojstvo filma je "da se mijenja dok ga ne gledamo": novo vrijeme gledanja znači novo očište i nova otkrivena značenja. Arhivske filmske zbirke mogu nam kao publici, iskoristimo li mogućnosti koju nam pruža digitalna tehnologija, dati uvid u sliku nekadašnjeg svijeta i u priču koju je taj svijet o sebi uspostavljao putem univerzalnih medija filma i televizije. Najširoj publici kinotečni repertoar omogućuje putovanje kroz vrijeme, a autorima i drugim filmotvorcima ujedno i poticajno vrelo nadahnuća.

Pojavom mogućnosti trajnog zapisa slike, zvuka i pokreta, audiovizualna djela postala su u 20. stoljeću bitna sastavnica kolektivnog sjećanja razvijenih društava, naše kulturne baštine i kao takva zaslužuju punu zaštitu. Osim što je riječ o kulturno značajnim djelima, riječ je i o djelima koja sadrže podatke o razvoju hrvatskog i europskog društva, te predstavljaju važan element u obrazovanju kao i upoznavanju društva i civilizacije općenito.

Europske institucije za očuvanje audiovizualne baštine raspolažu i čuvaju zbirke koje potiču od najra-

nijih dana pojave pokretnih slika do danas i u njima je pohranjena većina naših osobnih i kolektivnih sjećanja kroz ovaj medij. Te kolekcije predstavljaju neprocjenjivo blago za Europu, njenu kulturu, povijest, identitet i audiovizualnu industriju.

Digitalizacija tih zbirki, njihova digitalna distribucija i povećanje njihove javne dostupnosti predstavljaju osnovu svake ozbiljne nacionalne digitalne strategije. Audiovizualna baština bitna je sastavnica audiovizualne industrije, a poticanje njenog očuvanja, restauracije i iskoriščavanja može uvelike doprinijeti poboljšanju kompetitivnosti te industrije.

Podaci za europsku kinematografiju u, primjerice, 2010. godini, govore da je proizvedeno oko 1200 dugometražnih filmova, prodana je gotovo jedna milijarda kinoulaznica, što predstavlja utržak na kinoblagajnama (*box-office*) od gotovo 6,5 milijardi eura, da je film glavni sadržaj na televizijskim kanalima te da Europa ima veliko tržište kućnog videa i videa na zahtjev (VOD). Sve to svjedoči da kinematografija istovremeno predstavlja važnu kritičnu masu u okviru europske medijske industrije, kao i nezamjenjivo kulturno i povijesno blago.

Rezolucija Europskog vijeća od 26. lipnja 2000. godine o očuvanju i povećanju europskog filmskog

nasljeđa naglašava kako "audiovizualna baština može odigrati presudnu ulogu u konsolidaciji kulturnog identiteta europskih zemalja jednako u njihovim zajedničkim aspektima i njihovo različitosti. Građani će, posebice buduće generacije, kroz medij tih djela, imati pristup jednom od najvažnijih oblika umjetničkog izražavanja u posljednjih 100 godina i jedinstvenom zapisu života, običaja, povijesti i zemljopisa Europe."

Želimo da publika uživa i valorizira čitav raspon našeg filmskog i audiovizualnog nasljeđa i koristi ga i kao kreativnu inspiraciju i kao obrazovno sredstvo. Budući razvoj i procvat filmske kulture počiva velikim dijelom i na mogućnosti revalorizacije kulturno vrijednog AV nasljeđa. Kako bi to bilo uopće moguće potrebno je da ta naša zajednička baština bude dostupna svima nama.

Učiniti našu bogatu filmsku i audiovizualnu baštinu dostupnom svima, staviti i široj i profesionalnoj publici na raspolaganje raznolik repertoar hrvatskog i svjetskog audiovizualnog stvaralaštva te tako privući novu publiku raznovrsnijem i bogatijem izboru audiovizualnih djela integralni je dio šire kulturne ambicije u čijem je srcu prije svega hrvatski film i hrvatski autori.

Trenutno stanje

Hrvatska javnost trajno trpi osjetan manjak ponude domaćeg, i u nekoj mjeri i svjetskog kinotečnog repertoara, osobito kada je riječ o prikazivanju u kinima. Kao zornu ilustraciju ponovili bismo činjenicu da je, samo kad se radi o domaćem dugometražnom igranom filmu, u Hrvatskom filmskom arhivu pohranjeno ukupno 300 naslova hrvatskih dugometražnih igranih filmskih djela, a od te brojke za samo njih 25 postoji arhivski digitalno restaurirani primjerak. No i kod tih 25 naslova riječ je o arhivskom primjerku koji nije dostupan za prikazivanje već koji tek može poslužiti kao osnova za izradu digitalnih distribucijskih kopija na profesionalnom prikazivačkom formatu 2K u slučaju kinoprikazivanja.

Stoga je neophodno što prije osigurati prave uvjete za sustavnu fotokemijsku i digitalnu restauraciju, ali i digitalizaciju naše kulturno vrijedne audiovizualne baštine jer će u suprotnom izuzetno velik dio hrvatskih klasičnih, baštinskih i ne tako recentnih filmova i audiovizualnih djela biti ne samo fizički nepovratno izgubljeno, već i s potpunim prelaskom tehnologije kinoprikazivanja s analognog na digitalni, ostati i dalje nedostupno domaćoj i svjetskoj publici.

Nedostupnost kulturno vrijednog audiovizualnog nasljeđa za šиру publiku, bez obzira na prikazivačku platformu, predstavlja eroziju javnih vrijednosti.

Potrebno je riješiti pitanje titulara nad hrvatskom AV baštinom kao javnim dobrom

Hrvatska predstavlja iznimku među bivšim socijalističkim zemljama, budući da za razliku od Mađarske, Češke, Poljske, Albanije, Bugarske, Slovenije, a odnedavno i Srbije – nije na adekvatan način i na dobrobit svojih građana riješila pitanje vlasništva nad filmskim djelima nastalim prije 1991. Neprocjenjivo vrijedna filmska baština u procesu privatizacije filmskih poduzeća dospjela je – i to neprodana i ne-kupljena – u nedovoljno dokumentirani i ne posve transparentni posjed novih uprava starih poduzeća, postavljenih od novih vlasnika.

Partikularni interesi i česti poslovni problemi spomenutih novih upravljača hrvatske filmske baštine predstavljaju prepreku u omogućavanju jednakopravnog pristupa audiovizualnom nasljeđu i kapitalnim djelima hrvatske kulture. Najveći problem, međutim jest onemogućavanje dostupnih EU fondova u pomoći kod skupog procesa obnove i digitalizacije vrijedne hrvatske baštine, a sve iz opisanih razloga.

Rješenjem problema titulara bit će moguće pokrenuti nužne nacionalne inicijative po modelu javno-privatnog partnerstva koje su neke europske zemlje iskoristile da bi digitalizirale barem jedan dio svoje audiovizualne građe i učinile je dostupnom javnosti, a na prvom mjestu osigurati preduvjete za povlačenje sredstava iz europskih strukturnih fondova za posebne projekte digitalizacije AV baštine.

Ne riješimo li ovaj problem, postoji opasnost da Hrvatski filmski arhiv (p)ostane deponij artefakata kojima nitko nema pristup, čime bi Republika Hrvatska ostala bez jednog od najvažnijih dijelova svojeg kolektivnog pamćenja

Osnovne prepostavke za ostvarenje ovih nastojanja su: stvaranje novog zakonskog okvira na razini RH koji bi omogućio veću dostupnost i vidljivost hrvatske audiovizualne baštine; dovršetak nacionalnog projekta osamostaljivanja Hrvatske kinoteke rješavanjem njezina neodgovarajućeg rezidentnog statusa u sklopu Hrvatskog državnog arhiva; osiguranje dodatnih spremišnih prostora Hrvatskom filmskom arhivu kao i sredstava nužno potrebnih za očuvanje i obnovu domicilne građe i adekvatnog kataloga svjetske klasičke; nastavak prikupljanja, očuvanja i prezentacije neprofesijske i druge filmske građe u sklopu postojećih aktivnosti Hrvat-

skog filmskog saveza; poticanje osnutka regionalnih filmskih arhiva u okviru polivalentnih regionalnih filmskih centara u cilju promicanja audiovizualne kulture i razvijanja regionalnih resursa na području audiovizualnih djelatnosti; osiguravanje uvjeta za povrat, dostupnost i/ili obradu filmske građe značajne za Hrvatsku, a koja se trenutno nalazi pohranjena i u vlasništvu drugih bivših republika SFRJ.

Prioriteti u financiranju trebali bi biti: obnova i digitalizacija domicilne audiovizualne građe; nabava adekvatnog kataloga svjetske klasične; prikupljanje, zaštita i restauracija profesijske i neprofesijske filmske građe; izrada baze podataka i očevidnika imalaca cjelokupne pohranjene audiovizualne baštine u Republici Hrvatskoj te agregacija iste u širi nacionalni projekt Digitalizacije hrvatske baštine i posredno u agregatore na europskoj razini, poput Europeane.

Partneri u provedbi: Hrvatski audiovizualni centar, Hrvatski državni arhiv, Ministarstvo državne imovine, Ministarstvo kulture, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Središnji državni ured za razvoj digitalnog društva.

2.4. Hrvatska u procesu formiranja jedinstvenog digitalnog tržišta (DSM-a)

Digitalna agenda za Europu (DAE) inicijativa je Europske komisije u okviru Strategije Europa 2020. i jedan od glavnih prioriteta Europske komisije tijekom njenog petogodišnjeg mandata od 2014. do 2019. godine.

Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, usvojena 6. svibnja 2015. godine, obuhvatila je niz ciljanih mjera, među kojima se značajan broj njih odnosio izravno na audiovizualni sektor. Pritom je od Europske komisije posebno istaknuto bilo sljedeće: uspostava, po mišljenju Komisije, modernijeg i europskog zakonodavnog okvira za autorska prava (moguća revizija europskog zakonodavstva u području zaštite autorskih i srodnih prava, uključujući reviziju Direktive Vijeća 93/83/EEZ o koordinaciji određenih pravila s obzirom na autorsko pravo i srodnna prava koja se odnose na satelitsko emitiranje i kabelsko reemitiranje), te preispitivanje i po potrebi izmjena osnovnog europskog zakonodavnog okvira za audiovizualne medijske usluge (Europska direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama).

Ambicija Europske komisije da uspostavi jedinstveno digitalno tržište u Europi pred europski, a time i hrvatski audiovizualni sektor, postavila je i nastavlja postavljati mnoge izazove. Stvaranje jedinstvenog digitalnog tržišta u Europi s jedne strane

predstavlja priliku da se kapitalizira na prednostima koje pružaju digitalne tehnologije, a u cilju što veće europske inovativnosti i gospodarskog rasta, otvaranja radnih mjeseta, jačanja europske audiovizualne industrije i samim time jačanja kulturne raznolikosti na dobrobit europskih građana. S druge strane predstavlja ozbiljan izazov jer je nužno osigurati da se sve to odvija na održiv način i da proizvođačima u audiovizualnom sektoru ostavlja slobodu da se prilagode digitalnoj promjeni na način na koji im to najviše odgovara.

Hrvatski audiovizualni centar, zajedno s kolegama iz filmskih i audiovizualnih fondova drugih europskih zemalja okupljenih u mrežnoj organizaciji EFADs (European Film Agencies Directors) zauzeo je već 2015. godine zajedničko stajalište. U srži tog zajedničkog stajališta želja je da film bude u srcu šire europske digitalne ekonomije i da odigra značajnu ulogu u ostvarenju cilja Europske komisije - uspostavi jedinstvenog digitalnog tržišta.

Digitalno okruženje kojem svjedočimo proteklih godina većinom ima pozitivan predznak jer je osnažilo ponudu i stvorilo mnoštvo novih mogućnosti za stvaranje i distribuciju audiovizualnih djela. U tom svojem pozitivnom aspektu razvoj digitalnog tržišta predstavlja ekonomsku i kulturnu priliku za Europu.

Pojačanu potražnju za visokokvalitetnim i filmovima i televizijskim serijama koje odražavaju raznovrsni svakodnevni život i kulturu Europe treba smatrati glavnim motorom kreativnog, kulturnog i ekonomskog razvoja EU.

Uspostava jedinstvenog europskog digitalnog tržišta prilika je da se poveća cirkulacija europskih audiovizualnih djela – u korist europske filmske i audiovizualne industrije i time svih građana Europe. No pritom nikako ne smijemo smetnuti s umičnjenicu da je financiranje i distribucija europskog filma nerijetko složen proces pun izazova. Stoga je izuzetno važno da kreatori javnih politika u predstojećim prilagodbama postojećih europskih i zakonodavnih okvira to učine na način koji će u konačnici tijekom vremena doprinijeti širenju načela kulturne raznolikosti, a ne njegovom poništenju. U tom smislu naročito je važno da se pronađe način kako bi se stimulirala *online* distribucija europskih audiovizualnih djela koja u konačnici doprinosi financiranju, produkciji i distribuciji europskih audiovizualnih djela.

U većini europskih zemalja domaći film je popularan kod gledatelja, a u nekim zemljama tržišna pozicija nacionalnog proizvoda izrazito je jaka ukoliko se u obzir uzme opseg njihove domaće audiovizualne in-

dustrije. Isto tako, u Europi često koproduciramo i kroz oblik prekogranične suradnje razmjenjujemo svoje kreativne i tehničke vještine te udružujemo izvore financiranja.

Financiranje europskog filma višestruki je i osjetljiv proces. Filmski producijski sektor u Europi većinom čine nezavisne produkcijske tvrtke koje, da bi filmove proizvodile i distribuirale, u velikoj mjeri ovise o financiranju iz nacionalnih i europskih javnih fondova koji predstavljaju prijeko nužan korektor tržišta. Veličina javnog doprinosa varira od države do države i to s obzirom na broj javnih potpora kao i političkog i zakonodavnog okruženja nacionalnih audiovizualnih djelatnosti. Kada je riječ o privatnom sektoru u Europi, njegova ulaganja su većinom visokorizična ulaganja u djelatnost producijskih i distribucijskih tvrtki, a investicije s tržišta kapitala u europsku audiovizualnu industriju izrazito su ograničene.

Razvoj digitalnog okruženja odražava se na strukture financiranja europskog filma. Proliferacija digitalnih medijskih usluga u nekoliko posljednjih godina rezultirala je još većom fragmentacijom europskog filmskog tržišta i fragmentacijom prihoda. Uočen je vrlo značajan pad prihoda od tzv. "fizičkih medija" poput DVD-a, kao i pad prihoda od prodaje prava zemaljskim prikazivačima i pay-TV-a. *Online* gleda-

telji u sve većem broju preferiraju korištenje pretplatničkih VOD-servisa (video na zahtjev) ili servisa koji se financiraju oglašavanjem, što znači i puno manje prihode za imatelje prava (autore i producenete) nego kad je riječ o tradicionalnim distribucijskim servisima.

Ovaj pad u prihodima, koji se odražava na budućnost audiovizualne proizvodnje u Europi, ne može se kompenzirati isključivo iz javnih izvora, a novi globalni digitalni distributeri, odnosno distribucijski kanali još se uvijek nisu iskazali kao stvarni investitori u lokalna audiovizualna djela kroz mehanizme predotkupa prava na prikazivanje. Ujedno, isti zasad koriste pravne praznine izbjegavajući zakonske doprinose audiovizualnim proračunima zemalja koje su dosegli ponudom svojih usluga. Također, iluzorno je očekivati da će baš svi biti zainteresirani odigrati svoju ulogu u financiranju europskih filmskih djela. Stoga je strateški vrlo važno osigurati obavezne mehanizme većeg ulaganja novih *online* servisa u europska djela, u istoj mjeri kao kada je riječ o već duži niz godina etablimanim igračima, kao što su kinoprikazivači, distributeri te javne i privatne televizije.

Ovo predstavlja još veći izazov kada se uzme u obzir i daljnja dominacija filmova koje distribuiraju

američki *majors* tj. holivudski veliki studiji na europskom tržištu, a koja više nije samo u kinima ili na televizijama nego se inercijom "precrtala" i na digitalni sektor.

Iz svega gore navedenog jasno je da na nacionalnoj i europskoj razini treba raditi na tome da se u procesu revidiranja zakonodavnog europskog okvira osigura održivo i pravično jedinstveno digitalno tržište u Europi

Partnerstvo između privatnog i javnog sektora čini okosnicu europskog filmskog sektora. Iz perspektive zemalja članica, europski zakonodavni okvir treba biti dovoljno fleksibilan da dopusti razvoj digitalnih politika i sustava finansijske potpore koji odgovaraju nacionalnim strukturama, prilikama i vizijama razvoja.

Iz paneuropske i globalne perspektive Europa bi trebala podržati digitalne "igrače" uz uvjet da se obavežu da će raditi na izgradnji održivog i posebnog europskog audiovizualnog tržišta. Zauzvrat tradicionalni igrači trebali bi biti otvoreni prema restrukturiranju tržišta na dobrobit svih.

Budući zakonodavni okvir EU trebao bi itekako voditi računa da se stvori tzv. *level playing field* između

europskih i globalnih čimbenika na tržištu. U Europskom *level playing field* znači da svi sudionici na tržištu moraju sudjelovati i doprinositi stvaranju lokalnog sadržaja i da se moraju pridržavati nacionalnih odredbi, kao i ustanovljenih zajedničkih europskih normi, primjerice u oglašavanju i zaštiti maloljetnika. *Level playing field* isto tako znači da svi tržišni sudionici trebaju imati istu startnu mogućnost da uspiju na tržištu koje je u kulturnom, umjetničkom i gospodarskom smislu bogato ali isto tako i fragmentirano.

Osigurati što veću dostupnost i promociju europskih audiovizualnih djela na digitalnim platformama koje operiraju u Europi, bilo da se radi o nacionalnim ili međunarodnim digitalnim platformama

Nacionalni i međunarodni VOD-operateri predstavljaju značajnu priliku za razvoj europskog filma i njegove vidljivosti. Digitalne poslovne strategije dizajnirane su tako da nude visokokvalitetne filmske i audiovizualne kataloge koje karakterizira veliki stupanj fleksibilnosti što se tiče ponude sadržaja u okviru postojećeg europskog autorsko-pravnog zakonodavnog okvira. Digitalni operateri bi zauzvrat trebali u svoje poslovne strategije integrirati mjeru kojima je cilj ojačati europski filmski sektor, ne samo tako što će ulagati u financiranje europskih

audiovizualnih djela, već i pomoći učinkovitoj promociji, vidljivosti i dostupnosti europskih audiovizualnih djela na svojim platformama.

Smisao jedinstvenog europskog digitalnog tržišta nije samo u tome što bi ono trebalo biti "bez graniča" već bi trebalo ponuditi nove mogućnosti europskim građanima da uživaju u bogatstvu europske filmske i audiovizualne kulture što se jednim dijelom može ostvariti većom ponudom zakonski dostupnog europskog filma.

Isto tako izuzetno je važno da javni sudionici imaju uvid u podatke o tržišnim pozicijama VOD-servisa na nacionalnoj i europskoj razini, kako bi mogli s pravim informacijama analizirati trendove na tržištu i kako bi osigurali da javne politike i javne potpore budu učinkovite.

Osigurati stabilan i jasan zakonodavni okvir po pitanju autorskih prava

Stabilan i jasan zakonodavni okvir po pitanju autorskih prava koji osigurava naknade za autore audiovizualnih djela i omogućuje nadzor nad eksplatacijom audiovizualnih djela na različitim teritorijima u osnovi je poslovnih modela audiovizualnog sektora u cijelom svijetu i na njemu treba ustrajati.

Ustrajati u borbi protiv piratizacije audiovizualnih sadržaja

Piratizacija audiovizualnih sadržaja i nedovoljno poticanje razvoja legalne dostupnosti istih, dugoročni su problem koji izravno utječe na prihode čitavog audiovizualnog sektora te bi borba protiv piratizacije trebala biti u fokusu aktivnosti ovog Nacionalnog programa.

Štete zbog piratizacije izravno se očituju u obliku manje gledanosti, kako inozemnog tako i domaćeg filma, te neizravno – u vidu manjih poreza, manjih davanja i time, poslijedično, dodatno smanjenim budžetima za nova audiovizualna djela što vodi u spiralu stalnog smanjenja sveukupne djelatnosti.

Uz utjecaj na zakonodavstvo i izvršnu vlast, iznimno bitnom smatramo edukaciju samih korisnika i svih dionika audiovizualnog sektora o štetnosti piratstva i prednostima legalne dostupnosti.

Princip "teritorijalnosti" na kojem počiva cijeli svjetski ekosistem financiranja filmskih i audiovizualnih djela mora se održati

Pri tome valja istaknuti da princip teritorijalnosti nije sinonim za "geoblokiranje". Naprotiv, taj princip nu-

žan je kako bi se osigurala ravnoteža između ponude (autori i producenti) i potražnje (medijski servisi). On omogućuje kreativni rizik i kao takav preduvjet je budućih ulaganja u visokokvalitetna europska audiovizualna djela. Postojeći europski zakonodavni okvir, kada je riječ o autorskim pravima, u potpunosti ispunjava svoju svrhu i nije ometač ili prepreka putovanju europskog filmova onkraj granica, odnosno njihovoj dostupnosti izvan zemalja proizvodnje. Pragmatično poboljšanje principa "prenosivosti" audiovizualnih sadržaja, uz još čvršće osiguranje zaštite autorskih prava, u digitalnom dobu treba biti prioritet svake akcije Europske unije na ovom području.

Bilo kakvo ukidanje teritorijalne ekskluzivnosti dovest će do toga da će se vodeće multinacionalne online digitalne distribucijske platforme najviše okoristiti jedinstvenim digitalnim tržistem i to na štetu producenata i distributera europskog nacionalnog filma. Takve digitalne platforme u pravilu će potrošačima Europske unije zapravo nuditi sadržaj izvorno producirani na glavnim jezicima Europske unije, kao i sadržaj s matičnih tržista, što je istovremeno suprotno težnji za očuvanjem raznolikosti europskog filma i njegove dostupnosti unutar Europske Unije, s obzirom da će se sama produkcija filma, posljedično, prenijeti izvan europskih granica.

Multinacionalne *online* digitalne distribucijske platforme imaju nesagledivu finansijsku, utjecajnu i tržišnu prednost nad lokalnim nacionalnim poduzetnicima te će se ukidanjem teritorijalne ekskluzivnosti prihodi umjesto lokalnim poduzetnicima usmjeriti u multinacionalne korporacije izvan nacionalnih tržista i time izravno utjecati na porezne prihode, zaposlenost i konkurentnost lokalnih poduzetnika.

Na razini Republike Hrvatske trebala bi se оформiti nacionalna koordinacija za praćenje prilagodbe jedinstvenog digitalnog tržista, s predstavnicima izvršne, zakonodavne vlasti, HAVC-a, poduzetnika, nacionalnih televizija i predstavnika Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, a kako bi na vrijeme utjecali na stav Republike Hrvatske vezano uz ova ko važno pitanje.

Dugoročni ciljevi ovog strateškog područja Nacionalnog programa nalažu da bi prije svega bilo potrebno:

— Potaknuti televizije s nacionalnom koncesijom na konsolidiranje i snažni razvoj digitalnih platformi za izravno preuzimanje programa, a osobito u dijelu ponude usluge na zahtjev.

- Pokrenuti snažan nacionalni ili regionalni filmski portal s uslugama na zahtjev.
- Izboriti prodor hrvatskih filmskih djela na vodeće europske i svjetske platforme, te osigurati adekvatni algoritamski položaj istih djela.
- Uz zakonodavne radnje, pokrenuti pregovore i sporazume nositelja autorskih prava za jedinstvene uvjete eksploatacije djela na digitalnim platformama uz osiguravanje eventualno povlaštenih uvjeta na edukativnim servisima koje ćemo razvijati uz korisnička ograničenja i nadzirani doseg.
- Formirati koordinacijsko tijelo koje će pripremati nacionalno stajalište, pratiti razvoj, anticipirati učinke i dr.

Partneri u provedbi: televizije s nacionalnom koncesijom, televizije s regionalnom i gradskom koncesijom, pružatelji audiovizualnih medijskih usluga na zahtjev, telekomi, strukovne udruge (autori), Agencija za elektroničke medije, Državni zavod za intelektualno vlasništvo, Ministarstvo kulture

Popis tabličnih priloga:

1. Hrvatski filmovi na najznačajnijim svjetskim festivalima (2010.-2016.)
2. Potpore Eurimagesa (2010.-2016.)
3. Program MEDIA 2007.-2013. i Program Kreativna Europa – Potprogram MEDIA 2014.-2020. (2010.-2016.)
4. Producirani filmovi (2010.-2016.)
5. Program mjera poticaja (2012.-2016.)
6. Ukupne potpore po javnim pozivima HAVC-a (2010.-2016.)
7. Potpore po javnim pozivima za proizvodnju audiovizualnih djela i filmske koprodukcije s manjinskim hrvatskim udjelom (2010.-2016)
8. Potpore po javnim pozivima za poticanje komplementarnih djelatnosti (2010.-2016.)
9. Potpore za razvoj scenarija i razvoj projekata audiovizualnih i televizijskih djela (2010.-2016.)
10. Posebni sporazumi (2010.-2016.)
11. Projekt digitalizacije nezavisnih kinoprikazivača (2013.-2016.)
12. Struktura kinoprikazivačkog sektora (2009.-2016.)
13. Podaci o gledanosti (2009.-2016.)
14. Najgledaniji filmovi u hrvatskim kinima (1992.-2016.)
15. Gledanost hrvatskih filmova u kinodistribuciji (1992.-2016.)

1. Hrvatski filmovi na najznačajnijim svjetskim festivalima

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
2010.			
Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Nespavanje ne ubija</i>	Konkurenca kratkometražnih filmova	
Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Moj put</i>	Konkurenca kratkometražnih filmova	
Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Miramare</i>	Program diplomskog filma	
Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Duga</i>	Kratkometražni film – izvan konkurenca	
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Žuti mjesec</i>	Konkurenca kratkometražnih filmova	
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Na putu</i>	Natjecateljski program (Službena selekcija)	
Međunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Miramare</i>	Cinefondation	
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Tulum</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni festival dokumentarnog filma u Amsterdamu – IDFA (Nizozemska)	<i>Selo bez žena</i>	Reflecting Images – Panorama	
Međunarodni filmski festival u Rotterdalu (Nizozemska)	<i>Kenjac</i>	Bright Future	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Neka ostane među nama</i>	Natjecateljski program (Službena selekcija)	Nagrada za najbolju režiju Europa Cinemas Label Award
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Ostavljeni</i>	Natjecateljski program East of the West	
2011.			
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Nespavanje ne ubija</i>	Lab Competition	
Hot Docs, Toronto (Kanada)	<i>Marijine</i>	Next	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Soba 304</i>	Natjecateljski program (Službena selekcija)	Posebno priznanje žirija za glazbu
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Marijine</i>	Natjecateljski program East of the West	Nagrada FEDEORA
Filmski festival u Locarnu (Švicarska)	<i>Imaš ti neku priču?</i>	Pardi di domani – Short Film Competition	
Međunarodni filmski festival u Rotterdalu (Nizozemska)	<i>Onda vidim Tanju</i>	Spectrum Shorts	

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
2012.			
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Parada</i>	Panorama	Nagrada publike Posebno priznanje Ekumenskog žirija Nagrada Victory Column
Tjedan kritike / Međunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Posljednja ambulantna kola Solije</i>	Konkurenčija dugometražnih filmova	France 4 Visionary Award
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Dove sei, amor mio</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Otac</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Medunarodni festival dokumentarnog filma u Amsterdamu – IDFA (Nizozemska)	<i>Posljednja ambulantna kola Sofije</i>	Panorama – Best of Fests	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Le Samoura</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Zimica</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>The Spectres of Veronica</i>	MuVi	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Posljednja ambulantna kola Sofije</i>	Natjecateljski program dokumentarnog filma	Grand Prix – Najbolji dokumentarni film
Filmski festival u San Sebastianu (Španjolska)	<i>Košnice</i>	International Film Students Meeting	
2013.			
Medunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Obrana i zaštita</i>	Forum	
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Krugovi</i>	Forum	Nagrada Ekumenskog žirija
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Otac</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Hot Docs, Toronto (Kanada)	<i>Gangster te voli</i>	World Showcase	
Međunarodni festival dokumentarnog filma u Amsterdamu – IDFA (Nizozemska)	<i>Kismet</i>	Konkurenčija srednjometražnog filma	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Presuda</i>	Spectrum Shorts	

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Iza ogledala</i>	Signals Regained	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Site Selection</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Svečenikova djeca</i>	Natjecateljski program (Službena selekcija)	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Gangster te voli</i>	Natjecateljski program dokumentarnog filma	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Baršunasti teroristi</i>	Natjecateljski program East of the West	Nagrada FEDEORA
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Adria Blues</i>	Natjecateljski program East of the West	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Dvojina</i>	Natjecateljski program East of the West	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Okupacija, 27. slika</i>	Povratak korijenima	
Filmski festival u Sundanceu (SAD)	<i>Krugovi</i>	World Cinema	Posebna nagrada žirija

2014.

Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Slom</i>	Program diplomskog filma	
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Baršunasti teroristi</i>	Forum	Nagrada publike
Tjedan kritike / Međunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Kokoška</i>	Konkurenca kratkometražnih filmova	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Skriveni talent</i>	L'ecole va au cinema	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Otac</i>	Collections	
Međunarodni festival dokumentarnog filma u Amsterdamu – IDFA (Nizozemska)	<i>Baršunasti teroristi</i>	World Showcase	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Ljubavna odiseja</i>	International Competition	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Tlo pod nogama</i>	Spectrum Shorts	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Sitna ptica</i>	Spectrum Shorts	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Mama Europa</i>	Signals Regained	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Najmanji</i>	Međunarodni natjecateljski program	

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>U ime naroda</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Autofocus</i>	Natjecateljski program dokumentarnog filma	Najbolji kratkometražni film
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Spomenik Michaelu Jacksonu</i>	Natjecateljski program East of the West	
Filmski festival u Locarnu (Švicarska)	<i>Cure – Život druge</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Filmski festival u Locarnu (Švicarska)	<i>Otok ljubavi</i>	Piazza Grande	
Međunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Kosac</i>	Contemporary World Cinema	
Međunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Itsi Bitsi</i>	Contemporary World Cinema	
Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Takva su pravila</i>	Horizonti	Najbolje glumačko ostvarenje – Emir Hadžihafizbegović
Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Ničije dijete</i>	Settimana della critica	Nagrada publike, nagrada Udruženja filmskih kritičara Europe i Mediterana FEDEORA za najbolji scenarij i nagrada Svjetskog udruženja filmskih kritičara FIPRESCI za najbolji film u dvama programima, Tjednu kritike i Horizontima

2015.

Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Život s Hermanom H. Rottom</i>	Konkurenčija kratkometražnih filmova	
Međunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Vučje igre</i>	Konkurenčija studentskih filmova	
Medunarodni festival animiranog filma u Annecyju (Francuska)	<i>Miramare</i>	Žene u animaciji – posebni program	
Medunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>Piknik</i>	Generation 14plus	
Međunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Zvizdan</i>	Un Certain Regard	Nagrada žirija
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>A.D.A.M.</i>	3D	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Kosac</i>	Spectrum	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Manjača</i>	Spectrum Shorts	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Da je kuća dobra i vuk bi je imao</i>	Signals: Really? Really!	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Velike stijene</i>	Signals: Really? Really!	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Don Kihot</i>	Signals: Really? Really!	

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Levitacija</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Međunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Arheo 29</i>	3D	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Ti mene nosiš</i>	Natjecateljski program East of the West	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Takva su pravila</i>	Another View	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Kosac</i>	Izbor kritičara Varietyja	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Zvizdan</i>	Horizonti	
Filmski festival u San Sebastianu (Španjolska)	<i>Vrapci</i>	Natjecateljski program	Zlatna školjka za najbolji film
Međunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Vrapci</i>	Contemporary World Cinema	
Međunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Full Contact</i>	Platforma	
Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Belladonna</i>	Horizonti	Najbolji kratkometražni film
Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Trema</i>	Horizonti	

2016.

Medunarodni festival animiranog filma u Annencyu (Francuska)	<i>Planemo</i>	Konkurenčija kratkometražnih filmova	
Medunarodni festival animiranog filma u Annencyu (Francuska)	<i>Dota</i>	Kratkometražni film – izvan konkurenčije	
Međunarodni filmski festival u Berlinu (Njemačka)	<i>S one strane</i>	Panorama	Europa Cinemas Label: posebno priznanje žirija
Quinzaine des Réalisateurs / Medunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Zvir</i>	Konkurenčija kratkometražnih filmova	Posebno priznanje
Medunarodni filmski festival u Cannesu (Francuska)	<i>Sieranevada</i>	Natjecateljski program (Službena selekcija)	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Clermont-Ferrandu (Francuska)	<i>Piknik</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Kraj</i>	Međunarodni natjecateljski program	
Medunarodni festival kratkometražnog filma u Oberhausenu (Njemačka)	<i>Novi Južni Zagreb</i>	Međunarodni natjecateljski program	

Festival	Naslov filma	Festivalski program	Nagrade
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Houston, imamo problem!</i>	Natjecateljski program East of the West	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Kuća drugih</i>	Natjecateljski program East of the West	Najbolji film
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Turizam!</i>	Future Frames	
Međunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>S one strane</i>	Horizons	
Medunarodni filmski festival u Karlovim Varyma (Češka)	<i>Dobra žena</i>	Horizons	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Sve, još uvijek, u orbiti</i>	Natjecateljski program kratkometražnog filma	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Tu tamo</i>	As Long As it Takes: Voices	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Belladonna</i>	As Long As it Takes: Short Stories	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Minotaur</i>	Birght Future: Mid-length	
Medunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Puni udar</i>	Limelight (nenatjecateljski)	
Međunarodni filmski festival u Rotterdamu (Nizozemska)	<i>Zvizdan</i>	Limelight (nenatjecateljski)	
Filmski festival u Sundanceu (SAD)	<i>Belladonna</i>	Natjecateljski program kratkometražnog filma	
Filmski festival u Sundanceu (SAD)	<i>Dobra žena</i>	Natjecateljski program	
Medunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Po čovika</i>	Short Cuts	
Medunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Sieranevada</i>	Masters	
Medunarodni filmski festival u Torontu (Kanada)	<i>Kada se moj otac pretvorio u grm</i>	Kids	
Dani autora / Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Ne gledaj mi u pijat</i>	Natjecateljski program	
Međunarodni filmski festival u Veneciji (Italija)	<i>Sretno, Orlo!</i>	Horizonti	

2. Potpore Eurimagesa

Godina	Iznos godišnje hrvatske članarine	Potpore većinskim hrvatskim produkcijama	Potpore manjinskim hrvatskim produkcijama	Ukupne potpore
2010.	106,691.50	180,000.00	550,000.00	730,000.00
2011.	106,928.90	310,000.00	629,520.00	939,520.00
2012.	116,235.00	180,000.00	690,000.00	870,000.00
2013.	116,535.00	460,000.00	85,000.00	545,000.00
2014.	119,777.00	340,000.00	1,157,000.00	1,497,000.00
2015.	133,169.00	460,000.00	527,426.00	987,426.00
2010.-2015.	699,336.40	1,930,000.00	3,638,946.00	5,568,946.00
2016.	149,265.00	-	350,000.00	350,000.00
UKUPNO	848,601.40	1,930,000.00	3,988,946.00	5,918,946.00

*svi iznosi u eurima

3. Program MEDIA (2007. - 2013) i Program Kreativna Europa – Potprogram MEDIA (2014. - 2020.)

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2010.-2016.
PROGRAM MEDIA (2007. - 2013.)								
NEZAVISNI PRODUCENTI								
Razvoj pojedinačnih projekata	55,000.00	50,000.00	78,100.00	105,000.00				288,100.00
Razvoj skupnih projekata		126,000.00						126,000.00
i2i Audiovisual		8,642.00						8,642.00
DISTRIBUCIJA								
Selektivna potpora	109,000.00	73,600.00	68,300.00	53,100.00				304,000.00
Automatska potpora - dodatno ulaganje		85,795.00	153,524.00					239,319.00
Automatska potpora - stvaranje potencijalnih sredstava	95,376.00	105,589.00	106,587.00	222,131.00				529,683.00
KINO								
Digitalizacija kina			60,000.00	20,000.00				80,000.00
Kinomreže - Europa Cinemas	67,662.00	73,589.00	86,048.00	79,800.00				307,099.00
FESTIVALI	123,000.00	123,000.00	122,710.00	143,679.00				512,389.00
USAVRŠAVANJE			24,000.00	24,000.00				48,000.00

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2010.-2016.
PROGRAM KREATIVNA EUROPA - POTPROGRAM MEDIA (2014. - 2020.)								
NEZAVISNI PRODUCENTI								
Razvoj pojedinačnih projekata					140,000.00	205,000.00	105,000.00	450,000.00
Razvoj skupnih projekata						73,000.00		73,000.00
DISTRIBUCIJA								
Selektivna potpora					90,300.00	85,100.00	60,900.00	236,300.00
Automatska potpora - dodatno ulaganje					96,879.00	152,782.00	131,988.00	381,649.00
Automatska potpora - stvaranje potencijalnih sredstava					128,124.00			128,124.00
KINO								
Kinomreže - Europa Cinemas						108,548.00	106,856.00	215,404.00
FESTIVALI					149,000.00	149,000.00	76,000.00	374,000.00
USAVRŠAVANJE					24,000.00	24,000.00	24,000.00	72,000.00
RAZVOJ PUBLIKE (hrvatski partneri)					60,000.00			60,000.00
UKUPNO								
	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2010.-2016.
PROGRAM MEDIA (2007. - 2013.)	450,038.00	646,215.00	699,269.00	647,710.00				
PROGRAM KREATIVNA EUROPA - POTPROGRAM MEDIA (2014. - 2020.)					688,303.00	797,430.00	504,744.00	
								4,433,709.00

*svi iznosi u eurima

4. Producirani filmovi

	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2010.-2016.
IGRANI								
Dugometražni	13	17	13	20	22	15	16	116
Kratkometražni	21	26	31	24	30	44	33	209
Ukupno	34	43	44	44	52	59	49	325
DOKUMENTARNI								
Dugometražni	5	9	11	12	12	14	17	80
Srednjometražni	2	5	8	7	9	9	13	53
Kratkometražni	11	11	8	11	9	16	24	90
Ukupno	18	25	27	30	30	39	54	223
ANIMIRANI								
Dugometražni	1	0	1	0	0	0	0	2
Kratkometražni	19	21	20	11	28	20	16	135
Ukupno	20	21	21	11	28	20	16	137
EKSPERIMENTALNI								
Dugometražni	0	0	0	1	1	0	1	3
Kratko- i srednjometražni	12	15	11	11	13	18	18	98
Ukupno	12	15	11	12	14	18	19	101
UKUPNO SVI RODOVI								
Dugometražni	19	26	25	33	35	29	34	201
Kratko- i srednjometražni	65	78	78	64	89	107	104	585
Ukupno	84	104	103	97	124	136	138	786

*Pet filmova je hibridno; ukupni broj filmova je 781 (odstupanje 0.64%)

5. Program mjera poticaja

	Ukupna lokalna potrošnja	Iznos poticaja
2012.		
Diana	5,695,565.11	1,012,735.70
Na putu s Elsom	4,438,065.01	768,527.77
Igra prijestolja (3. sezona)	6,810,225.91	1,362,045.18
Zagorjela ljubav	4,803,834.31	918,225.40
Cure – Život Druge	2,838,708.48	512,870.20
Ukupno	24,586,398.82	4,574,404.25
2013.		
Domoljub	4,060,628.44	678,379.54
Otok ljubavi	6,084,944.21	1,002,746.29
Igra prijestolja (4. sezona)	38,312,152.41	7,662,430.48
Itsi Bitsi	9,548,485.12	1,620,287.48
Ukupno	58,006,210.18	10,963,843.79
2014.		
Borgia (3. sezona)	9,530,952.59	1,897,583.78
Božić na suncu	6,179,979.54	1,127,689.04
Jonathan Strange i gđin Norrell	3,373,150.18	631,600.04
Full Contact	3,995,660.20	675,336.09
Winnetouove žene	4,963,719.64	898,403.32
Igra prijestolja (5. sezona)	40,113,392.39	7,948,527.55
Iskopina (1. sezona)	10,835,782.49	2,110,156.50
Čekaj me	3,884,911.24	643,678.50
Ukupno	82,877,548.27	15,932,974.82

	Ukupna lokalna potrošnja	Iznos poticaja
2015.		
Iskopina (2. sezona)	20,993,343.06	4,182,242.55
Obožavatelj	5,293,177.07	970,424.43
Granice zločina (3. sezona)	5,345,119.79	955,170.26
Uzvodno rijekom	3,280,293.62	578,126.26
Chris the Swiss	8,027,620.22	1,175,008.33
Jezero	47,998,468.36	9,068,749.67
Winnetou	41,787,099.66	8,063,756.96
Odiseja	6,980,031.32	1,251,293.12
Odjel za umorstva Split (I i II)	11,982,021.99	2,198,470.20
Kada se moj otac pretvorio u grm	4,099,985.42	791,389.26
Ukupno	155,787,160.51	29,234,631.04
2016.		
Space Bear	23,344,618.58	4,288,648.49
Three Heists and a Hamster	3,310,395.1	640,418.96
Knightfall	8,361,575.97	1,587,395.79
Drugi najbolji	5,669,682.96	938,510.4
All Inclusive	7,281,895.54	1,146,739.11
McMafia (ep. 1-4)	19,273,913.83	3,325,589.18
Year Million	20,993,343.06	374,820.78
Ukupno	69,124,893.27	12,302,122.71

UKUPNO 2012.-2016.	Ukupna lokalna potrošnja	Iznos poticaja
	389,971,152.13	73,007,796.61

6. Ukupne potpore po javnim pozivima

	Iznos (kn)	Udio		Iznos (kn)	Udio	Iznos (kn)	Udio
JAVNI POZIVI	2010.		2011.		2012.		
PROIZVODNJA AV DJELA	42,722,716.54	74.50%		45,804,750.00	75.16%	27,314,105.73	62.31%
proizvodnja	35,957,283.00			41,224,750.00		22,141,857.40	
manjinske koprodukcije	6,765,433.54			4,580,000.00		5,172,248.33	
RAZVOJ AV I TV DJELA	2,675,000.00	4.66%		2,405,000.00	3.95%	3,121,100.00	7.12%
KOMPLEMENTARNE DJELATNOSTI	11,656,225.73	20.33%		12,453,357.50	20.43%	13,180,237.00	30.07%
POSEBNI SPORAZUMI	295,000.00	0.51%		280,000.00	0.46%	220,000.00	0.50%
Rijeka i Split	295,000.00			280,000.00		220,000.00	
ADU							
UKUPNO	57,348,942.27			60,943,107.50		43,835,442.73	
JAVNI POZIVI	2013.		2014.		2015.		
PROIZVODNJA AV DJELA	36,766,909.00	65.78%		48,574,724.00	72.25%	55,874,967.70	76.43%
proizvodnja	32,523,409.00			41,854,724.00		50,507,097.70	
manjinske koprodukcije	4,243,500.00			6,720,000.00		5,367,870.00	
RAZVOJ AV I TV DJELA	3,994,800.00	7.15%		5,280,000.00	7.85%	3,826,500.00	5.23%
KOMPLEMENTARNE DJELATNOSTI	13,959,411.65	24.97%		12,110,903.00	18.01%	12,675,998.04	17.34%
POSEBNI SPORAZUMI	1,172,840.00	2.10%		1,262,463.98	1.88%	732,707.78	1.00%
Rijeka i Split	305,000.00			275,000.00		140,000.00	
ADU	867,840.00			987,463.98		592,707.78	
UKUPNO	55,893,960.65			67,228,090.98		73,110,173.52	

7. Potpore po javnim pozivima za proizvodnju audiovizualnih djela i filmske koprodukcije s manjinskim hrvatskim udjelom

KATEGORIJA		2010.		2011.		2012.
PROIZVODNJA AV DJELA						
ANIMIRANI FILMOVI	3,200,000.00 kn	18	2,914,750.00 kn	12	3,565,100.00 kn	13
EKSPERIMENTALNI FILMOVI	1,377,500.00 kn	20	1,810,000.00 kn	20	660,000.00 kn	5
KRATKOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	2,290,000.00 kn	14	1,480,000.00 kn	6	1,510,000.00 kn	6
KRATKOMETRAŽNI DOKUMENTARNI FILMOVI	2,511,111.00 kn	19	880,000.00 kn	7	1,493,000.00 kn	11
DUGOMETRAŽNI DOKUMENTARNI FILMOVI	1,028,672.00 kn	7	2,140,000.00 kn	9	3,599,750.00 kn	10
DUGOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	22,700,000.00 kn	6	25,200,000.00 kn	11	17,600,000.00 kn	5
DEBITANTSKI DUGOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	2,850,000.00 kn	2	2,800,000.00 kn	1	3,000,000.00	1
DUGOMETRAŽNI ANIMIRANI FILMOVI	—	—	4,000,000.00 kn	1	—	—
UKUPNO	35,957,283.00 kn	86	41,224,750.00 kn	67	31,427,850.00 kn	51
MANJINSKE KOPRODUKCJE						
ANIMIRANI FILMOVI	182,993.54 kn	1	—	—	577,000.00 kn	3
EKSPERIMENTALNI FILMOVI	—	—	—	—	—	—
KRATKOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	—	—	—	—	130,000.00 kn	1
KRATKOMETRAŽNI DOKUMENTARNI FILMOVI	—	—	—	—	—	—
DUGOMETRAŽNI DOKUMENTARNI FILMOVI	804,440.00 kn	5	415,000.00 kn	3	635,000.00 kn	4
DUGOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	5,778,000.00 kn	7	2,950,000.00 kn	2	2,249,000.00 kn	3
DEBITANTSKI DUGOMETRAŽNI IGRANI FILMOVI	—	—	1,215,000.00 kn	2	850,000.00 kn	2
DUGOMETRAŽNI ANIMIRANI FILMOVI	—	—	—	—	—	—
UKUPNO	6,765,433.54 kn	13	4,580,000.00 kn	7	4,441,000.00 kn	13
UKUPNO	42,722,716.54 kn	99	45,804,750.00 kn	74	35,868,850.00 kn	64

	2013.		2014.		2015.		2016.
2,893,389.00 kn	10	2,322,724.00 kn	11	3,814,640.00 kn	13	2,318,000.00 kn	8
1,245,000.00 kn	15	960,000.00 kn	10	630,000.00 kn	6	190,000.00 kn	1
2,240,000.00 kn	8	1,710,000.00 kn	6	2,578,790.50 kn	9	910,000.00 kn	4
1,586,520.00 kn	14	1,962,000.00 kn	12	2,168,667.20 kn	13	1,143,000.00 kn	9
2,878,500.00 kn	12	3,250,000.00 kn	13	1,415,000.00 kn	5	2,949,750.00 kn	8
11,000,000.00 kn	4	22,300,000.00 kn	6	27,500,000.00 kn	8	10,600,000.00 kn	3
10,680,000.00 kn	5	9,350,000.00 kn	4	12,400,000.00 kn	4	3,000,000.00 kn	1
—	—	—	—	—	—	—	—
32,523,409.00 kn	68	41,854,724.00 kn	62	50,507,097.70 kn	58	21,110,750.00 kn	34
930,000.00 kn	4	500,000.00 kn	2	612,000.00 kn	3	577,000.00 kn	3
—	—	—	—	—	—	—	—
140,000.00 kn	1	80,000.00 kn	1	220,000.00 kn	2	130,000.00 kn	1
—	—	250,000.00 kn	1	—	—	—	—
643,500.00 kn	3	350,000.00 kn	2	710,000.00 kn	4	520,000.00 kn	3
2,530,000.00 kn	4	3,100,000.00 kn	6	2,625,870.00 kn	4	1,499,000.00 kn	2
—	—	1,680,000.00 kn	4	1,200,000.00 kn	2	850,000.00 kn	2
—	—	760,000.00 kn	1	—	—	—	—
4,243,500.00 kn	12	6,720,000.00 kn	17	5,367,870.00 kn	15	3,576,000.00 kn	11
36,766,909.00 kn	80	48,574,724.00 kn	79	55,874,967.70 kn	73	24,686,750.00 kn	45

8. Potpore po javnim pozivima za poticanje komplementarnih djelatnosti

		2010.		2011.		2012.		2013.
Zaštita audiovizualne baštine uključujući kinotečnu djelatnost	2,292,000.00	8	2,702,355.00	4	2,640,000.00	3	2,750,000.00	7
Filmski festivali i druge audiovizualne manifestacije	5,308,000.00	40	3,750,000.00	39	4,680,000.00	44	4,492,700.00	56
Djelatnosti razvijanja audiovizualne kulture	1,232,500.00	47	1,881,100.00	38	2,029,520.00	59	2,444,500.00	75
Proučavanje i kritičko vrednovanje audiovizualnih djelatnosti	59,500.00	5	110,000.00	5	95,000.00	3	207,000.00	11
Izдавaštvo u području audiovizualnih djelatnosti	285,000.00	12	640,000.00	20	577,000.00	20	512,500.00	20
Programi stručnog usavršavanja	411,000.00	12	272,465.00	10	683,090.00	13	738,926.00	18
Programi audiovizualnih udruga i organizacija	712,000.00	7	975,000.00	12	1,045,000.00	16	1,105,000.00	19
Programi prodaje i promocije hrvatskih audiovizualnih djela			35,000.00	2			30,000.00	1
Međunarodna suradnja	1,356,225.73	75	2,087,437.50	108	1,430,627.00	123	1,678,785.65	144
UKUPNO	11,656,225.73	206	12,453,357.50	238	13,180,237.00	281	13,959,411.65	351

* Broj odobrenih potpora | Iznos potpore u kunama

	2014.		2015.		2016.	
390,000.00	4	297,000.00	5	410,000.00	3	
5,196,000.00	56	5,278,900.00	62	5,356,100.00	59	
2,711,100.00	76	2,815,300.00	92	2,935,000.00	97	
135,000.00	5	180,000.00	7	174,000.00	9	
445,000.00	19	367,500.00	19	421,500.00	23	
852,000.00	16	792,000.00	17	757,000.00	15	
1,245,000.00	19	1,355,000.00	19	1,425,000.00	23	
65,000.00	2	105,000.00	3	150,000.00	4	
1,071,803.00	119	1,485,298.04	127	834,337.71	122	
12,110,903.00	316	12,675,998.04	351	12,462,937.71	355	

9. Potpore za razvoj scenarija i razvoj projekata audiovizualnih i televizijskih djela

AUDIOVIZUALNA DJELA		2010.		2011.		2012.		2013.
IGRANI FILM								
scenarij	910,000.00 kn	26	595,000.00 kn	17	490,000.00 kn	14	665,000.00 kn	19
projekt	895,000.00 kn	6	1,200,000.00 kn	10	850,500.00 kn	8	1,104,800.00 kn	9
UKUPNO	1,805,000.00 kn	32	1,795,000.00 kn	27	1,340,500.00 kn	22	1,769,800.00 kn	28
DOKUMENTARNI FILM								
scenarij	105,000.00 kn	3	175,000.00 kn	5	210,000.00 kn	6	735,000.00 kn	21
projekt	555,000.00 kn	4	435,000.00 kn	3	1,305,600.00 kn	12	1,410,000.00 kn	14
UKUPNO	660,000.00 kn	7	610,000.00 kn	8	1,515,600.00 kn	18	2,145,000.00 kn	35
ANIMIRANI FILM								
scenarij	35,000.00 kn	1			105,000.00 kn	3		
projekt	175,000.00 kn	1			160,000.00 kn	1	80,000.00 kn	1
UKUPNO	210,000.00 kn	2			265,000.00 kn	4	80,000.00 kn	1
	2,675,000.00 kn	41	2,405,000.00 kn	35	3,121,100.00 kn	44	3,994,800.00 kn	64

	2014.		2015.		2016.
IGRANI FILM					
scenarij	1,225,000.00 kn	35	1,197,000.00 kn	36	570,000.00 kn
projekt	1,695,000.00 kn	14	710,000.00 kn	6	540,000.00 kn
UKUPNO	2,920,000.00 kn	49	1,907,000.00 kn	42	1,110,000.00 kn
DOKUMENTARNI FILM					
scenarij	980,000.00 kn	32	525,000.00 kn	15	500,000.00 kn
projekt	1,170,000.00 kn	12	964,500.00 kn	8	640,690.00 kn
UKUPNO	2,150,000.00 kn	44	1,489,500.00 kn	23	1,140,690.00 kn
ANIMIRANI FILM					
scenarij	210,000.00 kn	6	120,000.00 kn	4	96,000.00 kn
projekt			310,000.00 kn	2	210,000.00 kn
UKUPNO	210,000.00 kn	6	430,000.00 kn	6	306,000.00 kn
	5,280,000.00 kn	99	3,826,500.00 kn	71	2,556,690.00 kn
					32

TELEVIZIJSKA DJELA		2010.		2013.		2014.		2015.
IGRANA DJELA								
igrani serijски	120,000.00 kn	3	205,000.00 kn	6	180,000.00 kn	7	245,000.00 kn	7
igrani pojedinačni	100,000.00 kn	4	50,000.00 kn	2	20,000.00 kn	1	75,000.00 kn	3
razvoj scenarija	220,000.00 kn	7	255,000.00 kn	8	200,000.00 kn	8	320,000.00 kn	10
igrani serijски	100,000.00 kn	1	360,000.00 kn	4	160,000.00 kn	2	245,000.00 kn	3
igrani pojedinačni							150,000.00 kn	3
razvoj projekta	100,000.00 kn	1	360,000.00 kn	4	160,000.00 kn	2	395,000.00 kn	6
UKUPNO	320,000.00 kn	8	615,000.00 kn	12	360,000.00 kn	10	715,000.00 kn	16
DOKUMENTARNA DJELA								
dokumentarni serijski	120,000.00 kn	3	235,000.00 kn	8	75,000.00 kn	3	315,000.00 kn	9
razvoj scenarija	120,000.00 kn	3	235,000.00 kn	8	75,000.00 kn	3	315,000.00 kn	9
dokumentarni serijski	300,000.00 kn	3	430,000.00 kn	6	105,000.00 kn	3	550,000.00 kn	7
dokumentarni pojedinačni			60,000.00 kn	1				
razvoj projekta	300,000.00 kn	3	490,000.00 kn	7	105,000.00 kn	3		
UKUPNO	420,000.00 kn	6	725,000.00 kn	15	180,000.00 kn	6	315,000.00 kn	9

TELEVIZIJSKA DJELA	2010.	2013.	2014.	2015.
ANIMIRANA DJELA				
animirani serijски		50,000,00 kn	2	30,000,00 kn
razvoj scenarija		50,000,00 kn	2	30,000,00 kn
animirani serijски	200,000,00 kn	2	80,000,00 kn	1
razvoj projekta	200,000,00 kn	2	80,000,00 kn	1
UKUPNO	200,000,00 kn	2	130,000,00 kn	3
KREATIVNI FORMATI				
kreativni serijски	80,000,00 kn	2	70,000,00 kn	2
kreativni pojedinačni				20,000,00 kn
razvoj scenarija	80,000,00 kn	2	70,000,00 kn	2
kreativni serijски			270,000,00 kn	3
razvoj projekta			270,000,00 kn	3
UKUPNO	80,000,00 kn	2	340,000,00 kn	5
	1,020,000,00 kn	18	1,810,000,00 kn	35
UKUPNO RAZVOJ AV I TV DJELA	3,695,000,00 kn	59	2,405,000,00 kn	35
			3,121,100,00 kn	44
			5,804,800,00 kn	99
			5,980,000,00 kn	120
			5,346,500,00 kn	103
			2,556,690,00 kn	48
				2015.
				2016.

*Bez rezultata po Javnom pozivu za poticanje razvoja scenarija i razvoja projekata televizijskih djela u 2016. godini

10. Posebni sporazumi (*match-funding*)

	2010.	2011.		2012.		2013.		2014.		2015.		2016.	UKUPNO 2010.-2016.		
GRADSKI FONDOVI															
Grad Rijeka	270,000.00	5	280,000.00	4	220,000.00	5	205,000.00	4	205,000.00	5	105,000.00	5	160,000.00	1,445,000.00	34
Grad Split	25,000.00	2					100,000.00	3	70,000.00	1	35,000.00	2	55,000.00	285,000.00	11
Ukupno	295,000.00	7	280,000.00	4	220,000.00	5	305,000.00	7	275,000.00	6	140,000.00	7	215,000.00	1,730,000.00	45
AKADEMIJA DRAMSKE UMJETNOSTI SVEUČILIŠTA U ZAGREBU															
prediplomski filmovi							140,000.00	15	150,000.00	15	121,427.78	9	222038.32	633,466.10	55
diplomski filmovi							117,840.00	4	287,463.98	10	191,280.00	3	302,025.00	898,608.98	22
Ukupno							867,840.00	33	987,463.98	37	592,707.78	26	524063.32	2,972,075.08	77

11. Projekt digitalizacije nezavisnih kinoprikazivača

	Grad	Kino	Godina digitalizacije		Grad	Kino	Godina digitalizacije
1	Biograd na Moru	POU Biograd na moru	2013.	29	Pakrac	KPD Sloga	2013.
2	Bol	Općina Bol	2015.	30	Pazin	POU Pazin	2013.
3	Cres	Grad Cres	2015.	31	Petrinja	POU Hrvatski dom	2015.
4	Čakovec	Centar za kulturu Čakovec	2013.	32	Pirovac	Općina Pirovac	2015.
5	Daruvar	Kino 30. svibanj	2013.	33	Poreč	POU Poreč	2013.
6	Dubrovnik	Kino Sloboda	2013.	34	Prelog	Dom kulture Grada Preloga	2013.
7	Đakovo	Centar za kulturu Đakovo	2014.	35	Pula	Kino Valli	2013.
8	Glina	Hrvatski dom	2015.	36	Pula	Pulski filmski festival	2013.
9	Gospic	Kino Korzo	2013.	37	Rijeka	Art kino Croatia	2013.
10	Hvar	Arsenal	2015.	38	Rovinj	Kino Antonio Gandusio	2013.
11	Imotski	POU Imotski	2015.	39	Samobor	POU Samobor	2013.
12	Ivanec	Kino Prosvjeta	2014.	40	Sinj	Grasko kino Sinj	2013.
13	Ivanić Grad	Kino Ivanić Grad	2016.	41	Sisak	Dom kulture KKV	2013.
14	Komiža	Kino Komiža	2015.	42	Split	Kinoteka Zlatna vrata	2013.
15	Koprivnica	Kino Velebit	2013.	43	Split	Kino Central	2013.
16	Korčula	Centar za kulturu Korčula	2013.	44	Supetar	Kino Mediteran	2016.
17	Krapina	Kino Krapina	2016.	45	Sveti Ivan Zelina	Kino Sv. Ivan Zelina	2015.
18	Kutina	Kino Moslavina	2013.	46	Valpovo	CK Matija Petar Katančić	2014.
19	Labin	Kino Labin	2015.	47	Varaždin	Kino Galerija	2015.
20	Lovran	Kino Sloboda	2016.	48	Velika Gorica	POU Velika Gorica	2013.
21	Mali Lošinj	Kino Mali Lošinj	2015.	49	Vis	Grad Vis	2014.
22	Metković	Kino Pobjeda	2014.	50	Vodice	POU Vodice	2013.
23	Našice	Dom kulture Našice	2015.	51	Zabok	POU Zabok	2013.
24	Novska	POU Novska	2013.	52	Zagreb	Kino Europa	2013.
25	Opatija	Ljetna pozornica	2013.	53	Zagreb	Kino Tuškanac	2013.
26	Opuzen	Centar za promicanje kulture i umjetnosti	2015.	54	Zagreb	Kino Metropolis	2013.
27	Osijek	Kino Urania	2013.	55	Zagreb	Akademija dramske umjetnosti	2014.
28	Otočac	Gacko POU	2015.	56	Zagreb	MM centar	2016.

12. Struktura kinoprikazivačkog sektora

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
Broj kina	71	53	58	60	62	63	70	87
Broj kinodvorana	117	100	136	146	153	154	164	173
Broj digitalnih kina	7	8	12	14	46	49	70	87
Broj digitalnih kinodvorana	10	20	90	100	137	140	164	173
– u višedvoranskim kinima	10	20	90	100	107	107	106	100
– u jednodvoranskim kinima	0	0	0	0	30	33	58	73

13. Podaci o gledanosti

	2009.	2010.	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2010.-2016.								
Ulaznice / stanovnik	0.76	0.75	0.79	0.88	0.92	0.88	0.93	1.02									
BROJ FILMOVA U DISTRIBUCIJI																	
Ukupno	156	163	191	188	201	208	222	208	1,537								
Premijerni naslovi	139	150	178	170	187	190	202	190	1,406								
US/CAN	123	78.8%	126	77.3%	136	71.2%	123	65.4%	133	66.2%	119	57.2%	121	54.5%	117	56.3%	998
UK/IRL	9	5.8%	12	7.4%	14	7.3%	17	9.0%	20	10.0%	26	12.5%	24	10.8%	30	14.4%	152
Europski bez UK/IRL	15	9.6%	17	10.4%	28	14.7%	32	17.0%	30	14.9%	45	21.6%	56	25.2%	43	20.7%	266
Ostali filmovi	2	1.3%	1	0.6%	3	1.6%	3	1.6%	6	3.0%	3	1.4%	11	5.0%	8	3.8%	37
HR	7	4.5%	7	4.3%	10	5.2%	13	6.9%	12	6.0%	15	7.2%	10	4.5%	10	4.8%	84
BROJ GLEDATELJA																	
Ukupan broj gledatelja	3,278,015		3,295,861		3,364,731		3,770,299		3,901,696		3,742,709		3,936,839		4,294,781		29,584,931
US/CAN	2,713,017	82.8%	2,901,576	88.0%	2,788,405	82.9%	2,958,048	78.5%	2,986,818	76.6%	2,974,145	79.5%	2,948,590	74.9%	3,186,160	74.2%	23,456,759
UK/IRL	316,228	9.6%	159,880	4.9%	326,687	9.7%	256,581	6.8%	220,677	5.7%	356,336	9.5%	454,667	11.5%	453,962	10.6%	2,545,018
Europski bez UK/IRL	151,206	4.6%	182,318	5.5%	132,369	3.9%	188,841	5.0%	168,049	4.3%	314,620	8.4%	400,190	10.2%	304,084	7.1%	1,841,677
Ostali filmovi	45,097	1.4%	892	0.03%	3,329	0.1%	38,671	1.0%	90,078	2.3%	3,399	0.1%	57,414	1.5%	168,667	3.9%	407,547
HR	52,467	1.6%	51,195	1.6%	113,941	3.4%	328,158	8.7%	436,074	11.2%	94,209	2.5%	75,978	1.9%	181,908	4.2%	1,333,930
BROJ GLEDATELJA PO FILMU																	
Svi filmovi	21,013		20,220		17,616		20,055		19,411		17,994		17,734		20,648		19,248
US/CAN	22,057		23,028		20,503		24,049		22,457		24,993		24,369		27,232		23,504
UK/IRL	35,136		13,323		23,335		15,093		11,034		13,705		18,944		15,132		16,744
Europski bez UK/IRL	10,080		15,193		9,455		11,108		8,402		12,101		16,675		10,136		12,116
Ostali filmovi	22,549		127		333		2,975		7,507		227		5,741		21,083		11,015
HR	7,495		7,314		11,394		25,243		36,340		6,281		7,598		18,191		15,880

14. Najgledaniji filmovi u hrvatskim kinima 1992.-2016.

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
1	<i>Titanic</i> (1998., 3D 2012.)	Continental film	1998.	15	480,483
2	<i>Kako je počeo rat na mom otoku</i>	Kinematografi Zagreb	1996.	5	338,000
3	<i>Avatar</i>	Continental film	2009.	20	300,712
4	<i>Gospodar prstenova: Prstenova družina</i>	InterCom-Issa	2002.	9	289,866
5	<i>Harry Potter i kamen mudraca</i>	InterCom-Issa	2001.	12	282,523
6	<i>Kralj lavova</i> (1994., 3D 2011.)	Kinematografi Zagreb	1994	–	270,748
7	<i>Gospodar prstenova: Povratak kralja</i>	InterCom-Issa	2004.	17	269,597
8	<i>Bean – film potpune katastrofe</i>	Blitz	1997.	13	267,666
9	<i>Obitelj Kremenko</i>	Kinematografi Zagreb	1994	–	265,200
10	<i>Gospodar prstenova: Dvije kule</i>	InterCom-Issa	2003.	15	265,176
11	<i>Pasija</i> (2004., 2015.)	Blitz	2004.	14	262,534
12	<i>Jurski park</i>	VTI	1993.	12	250,733
13	<i>Ratovi zvijezda: Sila se budi</i>	2i Film	2015.	58	241,332
14	<i>Malci</i>	Blitz	2015.	44	228,213
15	<i>Čudnovate zgode šegrtka Hlapića</i>	Croatia Film	1997.	5	227,891
16	<i>Aladdin</i>	Kinematografi Zagreb	1993.	–	220,000
17	<i>Hobit: Neočekivano putovanje</i>	Blitz	2012.	51	209,232
18	<i>Štrumpfovi 2</i>	Continental film	2013.	34	206,249
19	<i>Peti element</i>	Blitz	1997.	12	203,721
20	<i>Ledeno doba 4: Zemlja se trese</i>	Blitz	2012.	32	203,610
21	<i>Dan nezavisnosti</i>	Continental film	1996.	12	201,160
22	<i>Harry Potter i odaja tajni</i>	InterCom-Issa	2002.	15	196,885
23	<i>Hobit: Smaugova pustoš</i>	Blitz	2013.	62	191,497
24	<i>Hobit: Bitka pet vojski</i>	Blitz	2014.	67	183,704

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
25	<i>Borat</i>	Continental film	2006.	11	182,043
26	<i>Vuk s Wall Streeta</i>	Duplicato	2013.	19	172,438
27	<i>Parada</i>	Duplicato	2011.	11	167,429
28	<i>Ljudi u crnom</i>	Continental film	1997.	12	164,506
29	<i>Ja u ljubav vjerujem</i>	Blitz	1999.	–	163,875
30	<i>Svećenikova djeca</i>	Continental film	2013.	17	158,130
31	<i>Odbjegla nevesta</i>	Blitz	1999.	–	155,432
32	<i>Skyfall</i>	Continental film	2012.	26	154,758
33	<i>Spectre</i>	Continental film	2015.	40	153,314
34	<i>Madagaskar 3</i>	Blitz	2012.	29	152,518
35	<i>Što je muškarac bez brkova</i>	Blitz	2006.	5	152,379
36	<i>Pedeset nijansi sive</i>	Blitz	2015.	41	150,702
37	<i>Ledeno doba 3: Dinosauri dolaze</i>	Continental film	2009.	20	150,154
38	<i>Ledeno doba 5: Veliki udar</i>	Blitz	2016.	64	148,422
39	<i>Sumrak saga: Praskozorje 2</i>	Blitz	2012.	29	148,310
40	<i>Da Vinciјev kód</i>	Continental film	2006.	17	148,264
41	<i>Seks i grad</i>	Blitz	2008.	15	143,557
42	<i>Šegrt Hlapić</i>	Blitz	2013.	30	142,797
43	<i>Sumrak saga: Mladi mjesec</i>	Blitz	2009.	14	138,740
44	<i>Troja</i>	InterCom-Issa	2004.	14	138,533
45	<i>Američka pita</i>	Blitz	2000.	–	137,330
46	<i>Ratovi zvijezda: Epizoda I – Fantomska prijetnja (1999., 3D 2012.)</i>	Continental film	1999.	16	137,177
47	<i>Štrumplovi</i>	Continental film	2011.	24	134,926
48	<i>Deadpool</i>	Blitz	2016.	30	134,795

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
49	<i>Shrek 4: Uvijek i zauvijek</i>	Blitz	2010.	19	134,537
50	<i>U potrazi za Nemom (2003., 3D 2013.)</i>	Continental film	2003.	14	133,209
51	<i>Harry Potter i red feniksa</i>	InterCom-Issa	2007.	13	132,762
52	<i>Harry Potter i plameni pehar</i>	InterCom-Issa	2005.	15	132,142
53	<i>Pirati s Kariba: Mrtvačeva škrinja</i>	Continental film	2006.	14	131,092
54	<i>Glup i gluplji 2</i>	Duplicato	2014.	27	129,259
55	<i>Nemoguća misija 2</i>	Kinematografi Zagreb	2000.	–	128,367
56	<i>Brzi i žestoki 7</i>	Blitz	2015.	31	127,073
57	<i>Sumrak saga: Praskozorje 1</i>	Blitz	2011.	19	126,939
58	<i>Madagaskar 2: Bijeg u Afriku</i>	Blitz	2008.	11	126,902
59	<i>Vitez tame: Povratak</i>	Blitz	2012.	23	126,251
60	<i>Shrek Treći</i>	Blitz	2007.	10	125,537
61	<i>Mačak u čizmama</i>	Blitz	2011.	14	125,435
62	<i>101 dalmatinac</i>	Kinematografi Zagreb	1997.	–	123,815
63	<i>Ratovi zvijezda: Epizoda II – Klonovi napadaju</i>	Continental film	2002.	13	122,411
64	<i>Harry Potter i princ miješane krvi</i>	Blitz	2009.	16	122,364
65	<i>Umri muški 3</i>	Oscar Vision	1995.	–	121,511
66	<i>Mamma Mia!</i>	Blitz	2008.	9	121,393
67	<i>Harry Potter i darovi smrti – 2. dio</i>	Blitz	2011.	23	121,333
68	<i>Seks i grad 2</i>	Blitz	2010.	17	119,844
69	<i>Mrak film</i>	UCD	2001.	9	118,552
70	<i>Asteriks i Obeliks protiv Cezara</i>	Blitz	1999.	–	117,319
71	<i>Harry Potter i darovi smrti – 1. dio</i>	Blitz	2010.	17	117,273
72	<i>Mr. Bean na praznicima</i>	Blitz	2007.	12	116,820

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
73	<i>Mamurluk 2</i>	Blitz	2011.	16	116,077
74	<i>Istinite laži</i>	Kinematografi Zagreb	1994.	–	115,532
75	<i>Tajni život kućnih ljubimaca</i>	Blitz	2016.	42	113,586
76	<i>Narnijske kronike: Lav, vještica i ormar</i>	Continental film	2005.	11	113,193
77	<i>Milijunaš s ulice</i>	Blitz	2009.	10	111,642
78	<i>Odred otpisanih</i>	Blitz	2016.	46	111,280
79	<i>Spider-Man</i>	Continental film	2002.	12	110,561
80	<i>Sumrak saga: Pomrčina</i>	Blitz	2010.	15	110,111
81	<i>Gladijator</i>	Kinematografi Zagreb	2000.	–	110,017
82	<i>Snježno kraljevstvo</i>	2i Film	2013.	30	107,691
83	<i>Brzina</i>	Continental film	1994.	9	107,429
84	<i>Maršal</i>	Blitz	1999.	5	107,342
85	<i>Alvin i vjeverice 3</i>	Blitz	2011.	18	105,787
86	<i>Casino Royale</i>	Continental film	2006.	14	105,513
87	<i>Pirati s Kariba: Nepoznate plime</i>	Continental film	2011.	30	104,586
88	<i>Matrix Reloaded</i>	InterCom-Issa	2003.	15	103,549
89	<i>Godzilla</i>	Continental film	1998.	16	103,504
90	<i>Charliejevi anđeli</i>	Continental film	2001.	–	103,215
91	<i>Aleksandar Veliki</i>	Blitz	2004.	11	103,030
92	<i>Harry Potter i zatočenik Azkabana</i>	InterCom-Issa	2004.	16	102,782
93	<i>Schindlerova lista</i>	Kinematografi Zagreb	1994.	–	102,301
94	<i>Sam u kući</i>	Continental film	1992.	–	102,203
95	<i>Ratovi zvijezda: Epizoda III – Osveta Sitha</i>	Continental film	2005.	11	102,143
96	<i>Sherlock Holmes: Igra sjenki</i>	Blitz	2011.	16	101,711

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
97	<i>Dnevnik Bridget Jones</i>	Kinematografi Zagreb	2001.	7	101,540
98	<i>Gospodin i gospoda Smith</i>	Blitz	2005.	8	100,878
99	<i>Shrek 2</i>	Blitz	2004.	13	100,193
100	<i>Početak</i>	Blitz	2010.	14	99,680
101	<i>Umri drugi dan</i>	Continental film	2002.	9	99,661
102	<i>Sumrak</i>	Blitz	2008.	10	99,449
103	<i>King Kong</i>	Blitz	2005.	11	99,366
104	<i>Vitez tame</i>	Blitz	2008.	10	99,245
105	<i>Mamurluk</i>	Blitz	2013.	27	97,513
106	<i>Sonja i bik</i>	Duplicato	2012.	15	97,487
107	<i>Armageddon</i>	Kinematografi Zagreb	1998.	8	97,446
108	<i>Četiri vjenčanja i sprovod</i>	UCD	1994.	–	97,224

Filmovi u razdoblju od 1992.-2003. koji su prema istraživanjima zabilježili između 90.000 i 105.000 gledatelja (procjena): *Apollo 13* (1995.), *Glup i gluplji* (1994.), *Forrest Gump* (1995.), *Jurski park: Izgubljeni svijet* (1997.), *Maska* (1995.), *Nemoguća misija* (1996.), *Opasne misli* (1996.), *Pakleni šund* (1995.), *Sedam* (1996.), *Spy Kids 3D* (2003.),

15. Gledanost hrvatskih filmova u kinodistribuciji 1992.-2016.

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
1	<i>Kako je počeo rat na mom otoku</i>	Kinematografi Zagreb	1996.	5	338,000
2	<i>Čudnovate zgode šegrta Hlapića</i>	Croatia Film	1997.	5	227,891
3	<i>Parada *</i>	Duplicato	2011.	11	167,429
4	<i>Svećenikova djeca</i>	Continental film	2013.	17	158,130
5	<i>Što je muškarac bez brkova</i>	Blitz	2006.	5	152,379
6	<i>Šegrt Hlapić</i>	Blitz	2013.	30	142,797
7	<i>Maršal</i>	Blitz	1999.	–	107,342
8	<i>Sonja i bik</i>	Duplicato	2012.	15	97,927
9	<i>Koko i duhovi</i>	Continental film	2011.	13	85,145
10	<i>Larin izbor: Izgubljeni princ</i>	Continental film	2012.	9	78,694
11	<i>Gospa</i>	Jadran Film	1995.	–	70,000
12	<i>Zagonetni dječak</i>	2i Film	2013.	19	68,969
13	<i>ZG80</i>	2i Film	2016.	30	65,685
14	<i>Duh u močvari</i>	Blitz	2006.	4	62,745
15	<i>Vrijeme za...</i>	Jadran Film	1994.	–	60,000
16	<i>Narodni heroj Ljiljan Vidić</i>	Duplicato	2015.	30	54,660
17	<i>Blagajnica hoće ići na more</i>	Premier Film	2000.	2	48,849
18	<i>Karaula</i>	Blitz	2006.	5	43,009
19	<i>Zvizdan</i>	2i Film	2015.	23	42,815
20	<i>Ljubav ili smrt</i>	2i Film	2014.	38	41,572
21	<i>Kontesa Dora</i>	Croatia Film	1993.	–	40,000
22	<i>Vukovar se vraća kući</i>	Jadran Film	1994	–	35,000
23	<i>Kauboji</i>	Blitz	2013.	42	33,614
24	<i>Tri muškarca Melite Žganjer</i>	Continental film	1998	–	32,694

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
25	<i>Ustav Republike Hrvatske</i>	Duplicato	2016.	45	32,021
26	<i>Priča iz Hrvatske</i>	Tropik	1992.	–	30,000
27	<i>Posljednja volja</i>	UCD	2001.	8	29,696
28	<i>Duga mračna noć</i>	Blitz	2004.	4	29,365
29	<i>Metastaze</i>	Duplicato	2009.	6	27,022
30	<i>Novo novo vrijeme</i>	Discovery	2001.	5	26,678
31	<i>Sretno dijete</i>	FIM Impex Film	2004.	4	25,924
32	<i>Kraljica noći</i>	MG Film	2001.	3	23,722
33	<i>Majstori</i>	Blitz	2014.	19	23,378
34	<i>Kad mrtvi zapjevaju</i>	Blitz	1998.	–	22,224
35	<i>Grbavica *</i>	Blitz	2006.	5	22,166
36	<i>Da mi je biti morski pas</i>	Blitz	1999.	–	21,332
37	<i>Na putu *</i>	Duplicato	2010.	5	19,194
38	<i>Crvena prašina</i>	Blitz	1999.	2	19,036
39	<i>Bogorodica</i>	Continental film	1999.	–	18,742
40	<i>Kino Lika</i>	Continental film	2008.	5	18,211
41	<i>Pjevajte nešto ljubavno</i>	Blitz	2007.	5	18,123
42	<i>Neka ostane među nama</i>	Continental film	2010.	6	17,723
43	<i>Mondo Bobo</i>	Oscar Vision	1997.	–	16,000
44	<i>Broj 55</i>	Blitz	2014.	27	15,416
45	<i>Fine mrtve djevojke</i>	Alka Film	2002.	4	14,346
46	<i>Ta divna splitska noć</i>	Blitz	2004.	3	14,205
47	<i>Ljudožder vegetarijanac</i>	Duplicato	2012.	9	13,285
48	<i>Život je truba</i>	Duplicato	2015.	22	12,791

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
49	<i>Konjanik</i>	Blitz	2004.	4	12,666
50	<i>Libertas</i>	InterCom-Issa	2007.	4	11,131
51	<i>Kenjac</i>	Continental film	2009.	6	10,439
52	<i>Vjerujem u anđele</i>	Blitz	2009.	5	10,435
53	<i>Ne dao Bog većeg zla</i>	MG Film	2002.	—	10,058
54	<i>Isprani</i>	Jadran Film	1995.	2	10,000
55	<i>Armin</i>	Blitz	2007.	3	9,564
56	<i>Svjedoci</i>	Continental film	2004.	3	9,425
57	<i>72 dana</i>	Duplicato	2010.	4	9,143
58	<i>Halimin put</i>	Duplicato	2012.	9	8,730
59	<i>Gangster te voli</i>	Restart	2014.	5	8,728
60	<i>Kralj</i>	Blitz	2012.	2	8,700
61	<i>Lea i Darija</i>	Duplicato	2012.	8	8,499
62	<i>Ti mene nosiš</i>	2i Film	2015.	4	8,050
63	<i>Srce nije u modi</i>	FIM Impex Film	2000.	3	7,920
64	<i>Je li jasno, prijatelju?</i>	Croatia Film	2000.	5	7,717
65	<i>Nije kraj</i>	Blitz	2008.	5	7,487
66	<i>Rusko meso</i>	Oscar Vision	1998.	—	7,200
67	<i>Sve najbolje **</i>	2i Film	2016.	33	7,024
68	<i>Ministarstvo ljubavi</i>	Duplicato	2016.	28	6,782
69	<i>Put lubenica</i>	Blitz	2007.	2	6,721
70	<i>Što je Iva snimila 21. listopada 2003.</i>	InterCom-Issa	2005.	3	5,687
71	<i>Noćni brodovi</i>	Continental film	2012.	9	5,623
72	<i>7sex7</i>	Duplicato	2012.	5	5,551

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
73	<i>Ne gledaj mi u pijat</i>	2i Film	2016.	11	5,391
74	<i>Bit ćemo prvaci svijeta *</i>	Blitz	2015.	14	5,314
75	<i>Oprosti za kung fu</i>	Blitz	2005.	2	5,115
76	<i>Houston, imamo problem! *</i>	2i Film	2016.	18	4,946
77	<i>Sve džaba</i>	Continental film	2006.	3	4,866
78	<i>Oblak</i>	Restart	2011.	1	4,523
79	<i>The Show Must Go On</i>	Continental film	2011.	9	4,447
80	<i>Nausikaja</i>	Europa Film	1996.	–	4,367
81	<i>Duh babe Ilonke</i>	Duplicato	2014.	4	4,233
82	<i>Ne zaboravi me</i>	Croatia Film	1996	–	3,884
83	<i>Što sa sobom preko dana</i>	Blitz	2008.	4	3,769
84	<i>Buick Riviera</i>	–	2009.	–	3,653
85	<i>Krugovi *</i>	ZFF	2013.	1	3,604
86	<i>Takva su pravila</i>	2i Film	2015.	4	3,504
87	<i>Živi i mrtvi</i>	Discovery	2008.	1	3,457
88	<i>Iza stakla</i>	Blitz	2008.	4	3,443
89	<i>Inspektor Martin i banda puževa</i>	Continental film	2012.	13	3,420
90	<i>100 minuta slave</i>	Blitz	2005.	2	3,268
91	<i>Obrana i zaštita</i>	Duplicato	2013.	4	3,144
92	<i>Ajmo žuti</i>	Premier Film	2002.	–	2,979
93	<i>Dva igrača s klupe</i>	Blitz	2005.	2	2,937
94	<i>Nebo sateliti</i>	Interfilm	2001.	5	2,916
95	<i>Otok ljubavi</i>	Duplicato	2014.	17	2,896
96	<i>Puška za uspavljinje ***</i>	Adria 21	1997.	–	2,760

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
97	<i>Moram spavat anđele</i>	Blitz	2008.	5	2,726
98	<i>S one strane</i>	2i Film	2016.	8	2,671
99	<i>Ritam rock plemena</i>	Vedis	2005.	2	2,562
100	<i>Ničiji sin</i>	Discovery	2009.	5	2,511
101	<i>Ne daj se Floki</i>	Croatia Film	2000.	2	2,422
102	<i>Snivaj zlato moje</i>	Blitz	2005.	2	2,412
103	<i>Josef</i>	Continental film	2011.	3	2,299
104	<i>Pismo čači</i>	Continental film	2012.	13	2,298
105	<i>Čeluri raus *</i>	Continental film	2014.	6	2,167
106	<i>Projekcije</i>	Duplicato	2014.	4	2,150
107	<i>Cvjetni trg</i>	Continental film	2013.	14	2,130
108	<i>Putovanje tamnom polutkom</i>	Jadran Film	1996.	4	2,034
109	<i>Kotlovina</i>	Discovery	2011.	3	2,017
110	<i>Doktor ludosti</i>	Alka Film	2003.	2	2-3.000
111	<i>Ispod crte</i>	Premier Film	2003.	4	2-3.000
112	<i>Tu</i>	MG Film	2003.	4	2-3.000
113	<i>Anđele moj dragi</i>	FRZ Korugva	2005.	—	1,991
114	<i>Sedma kronika ***</i>	Jadran Film	1996.	—	1,874
115	<i>Duga</i>	Blitz	2010.	7	1,872
116	<i>Vis-À-Vis</i>	Antitalent produkcija	2014.	9	1,813
117	<i>Nije ti život pjesma Havaja</i>	Hulahop	2012.	1	1,811
118	<i>Sex, piće i krvoproljeće</i>	Discovery	2004.	2	1,688
119	<i>Goran **</i>	Duplicato	2016.	14	1,667
120	<i>Četverored</i>	Croatia Film	1999	—	1,666

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
121	Zagrebačke priče vol. 2	ZFF/2i Film	2013.	1	1,634
122	Majka asfalta	Continental film	2010.	4	1,619
123	Blokada	Restart	2012.	1	1,600
124	Visoka modna napetost	Continental film	2013.	9	1,515
125	Crnci	Continental film	2010.	4	1,482
126	Neke druge priče	Duplicato	2010.	2	1,470
127	Holding	Premier Film	2001	4	1,468
128	Turneja *	Continental film	2009.	3	1,464
129	Šuma summarum	Continental film	2010.	3	1,455
130	Moj zanat	HFS	2014.	1	1,434
131	Dubrovački sutan	Adria Art Artist 21	1999.	–	1,413
132	Ćaća	Continental film	2011.	8	1,366
133	Nije sve u lovi	Continental film	2013.	9	1,334
134	Zagreb Cappuccino	2i Film	2015.	10	1,242
135	Posljednja ambulantna kola Sofije *	Restart	2012.	1	1,030
136	Infekcija	Ozana Film	2003	5	1,000
137	Košnice	ADU	2013.	3	985
138	Treća žena ***	Adria Film	1998.	–	971
139	Lavanderman - istina ili mit? ** ***	Kad-tad	2010.	–	964
140	Garcia	Continental film	2000.	–	964
141	Šuti	2i Film	2013.	4	927
142	Odredište nepoznato	Discovery	2011.	4	903
143	Bosanoga	FADE IN	2011.	1	871
144	Transatlantic ***	Jadran Film	1998.	–	798

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
145	<i>Božić u Beču</i> ***	Continental film	1997.	—	738
146	<i>Ničije dijete</i> *	2i Film	2015.	4	736
147	<i>Kradljivac uspomena</i>	InterCom-Issa	2007.	2	725
148	<i>Družba Isusova</i>	Continental film	2004.	2	679
149	<i>Cure – Život Druge</i> *	Blitz	2014.	4	637
150	<i>Polagana predaja</i>	Kinematografi Zagreb	2001.	3	632
151	<i>Agonija</i> ** **	Croatia Film	1998.	—	588
152	<i>Hitac</i>	2i Film	2014.	12	577
153	<i>Korak po korak</i>	Continental film	2012.	10	569
154	<i>Marijine</i>	Udruga Ukus	2011.	1	537
155	<i>Kosac</i>	2i Film	2015.	4	512
156	<i>Ljubavna odiseja</i>	Restart	2014.	5	476
157	<i>Slučajni prolaznik</i>	Continental film	2013.	6	469
158	<i>Pola stoljeća diska</i>	Discovery	2015.	2	456
159	<i>U zemlji čudesna</i>	Duplicato	2009.	3	449
160	<i>Simke – Kako je nestao dobar duh Rijeke</i>	Producija izvan kruga	2014.	1	437
161	<i>Spomenik Michaelu Jacksonu</i> *	Continental film	2014.	5	392
162	<i>Most na kraju svijeta</i>	Continental film	2015.	7	384
163	<i>24 sata</i>	Discovery	2004.	1	375
164	<i>Djeca jeseni</i>	Duplicato	2013.	4	373
165	<i>Fleke</i>	Duplicato	2012.	4	372
166	<i>Goli</i>	Factum	2014.	1	366
167	<i>Prezimeti u Riju</i>	MG Film	2003.	—	357
168	<i>Najljepša je zemlja moja</i> *	2i Film	2014.	3	345

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
169	<i>Iza sna</i>	Continental film	2014.	3	341
170	<i>Simon čudotvorac</i>	Continental film	2014.	4	337
171	<i>O hokeju i medvjedima</i>	ZFF	2014.	1	311
172	<i>Plenumovi</i>	Udruga Filmaktiv	2014.	1	304
173	<i>Naslovnica</i>	Studio DIM	2014.	1	300
174	<i>Happy Endings</i>	Continental film	2014.	3	297
175	<i>Adria Blues *</i>	Continental film	2013.	2	285
176	<i>2 sunčana dana</i>	Duplicato	2011.	2	260
177	<i>Laku noć gospođice *</i>	Continental film	2014.	1	242
178	<i>Bore Lee – Čuvaj se sinjske ruke</i>	Continental film	2004.	1	234
179	<i>Dječaci iz ulice Marxa i Engelsa *</i>	2i Film	2014.	4	228
180	<i>Kad svane dan *</i>	2i Film	2014.	3	220
181	<i>TIR</i>	Focus Media	2014.	1	214

br.	NASLOV FILMA	LOKALNI DISTRIBUTER	GODINA POČETKA PRIKAZIVANJA	BROJ KOPIJA	BROJ GLEDATELJA
182	<i>Goltzius i Pelikanova družina</i> *	Duplicato	2013.	4	192
183	<i>Čovjek ispod stola</i>	Duplicato	2009.	2	180
184	<i>Djed i baka se rastaju</i> ***	Jadran Film	1997.	–	163
185	<i>Prepoznavanje</i> ***	Jadran Film	1997.	–	153
186	<i>Serafin, svjetioničarev sin</i> ***	UCD	2002.	4	135
187	<i>Slučajna suputnica</i>	Continental film	2004.	1	121
188	<i>Mama Europa</i>	Restart	2014.	5	109
189	<i>Onaj koji će ostati neprimijećen</i>	Discovery	2004.	–	109
190	<i>Inferno</i> *	2i Film	2015.	3	68
191	<i>Potonulo groblje</i>	Continental film	2002.	–	< 500
192	<i>Chico</i> *	MG Film	2002.	–	< 1.000
193	<i>Sami</i>	Blitz	2002.	–	< 1.000

Napomene:

* - manjinska koprodukcija

** - film je nastavio distribuciju u 2017. godini

*** - rezultati se odnose na Zagreb

**** - rezultati se odnose na Zagreb i Rijeku

***** - rezultati se odnose na Dubrovnik, Pulu, Rijeku, Zadar i Zagreb

– - podaci nepoznati

Ovaj Nacionalni program promicanja audiovizualnog stvaralaštva izradili su stručnjaci HAVC-a pod nadzorom Hrvatskog audiovizualnog vijeća.

Program je 29. travnja 2017. godine na prijedlog Hrvatskog audiovizualnog vijeća prihvatile ministrica kulture dr. sc. Nina Obuljen Koržinek.

Zagreb, srpanj 2017.

ISSN 1847-8786

