



Portret hrvatske filmske industrije¹

Pripremila: Jaka Primorac, IRMO

Prijevod s engleskog: Lucija Gegić, IRMO

1. Sažetak

Hrvatsku filmsku industriju karakterizira slabo domaće tržište i nizak stupanj [javnog financiranja](#) koji rezultira godišnjom produkcijom do 10 igranih filmova u 100% nacionalnoj produkciji (vidi [interaktivnu tablicu](#)). Hrvatski filmovi ostvaruju umjeren uspjeh na [međunarodnim festivalima](#), ali se ne prikazuju često u kinima izvan zemlje (vidi [interaktivni graf o međunarodnoj distribuciji](#)), dok se njihova prisutnost u VoD katalozima tek počela povećavati posljednjih godina. Hrvatska ima snažan program poticaja za produkciju uveden 2012. godine, koji kontinuirano privlači strane produkcije i doprinosi izvoznom volumenu (vidi [interaktivni graf o investicijama](#)).

2. Ključni izazovi

- Uravnoteživanje potreba domaće filmske produkcije s povećanjem volumena stranih servisnih produkcija
- Razvoj publike za domaći film te unaprjeđenje filmske i medijske pismenosti
- Jačanje uloge Hrvatske radiotelevizije kao angažiranog filmskog investitora i aktivnog (ko)producenta
- Podupiranje rada Hrvatske kinoteke i povećanje obujma restauracije filmskog gradiva te promocija audiovizualnog nasljeđa
- Unaprjeđenje prisutnosti hrvatskog filma na *streaming* servisima i povećanje (globalnog) ulaganja *streaming* servisa u lokalne produkcije.

3. Kontekstualni okvir

Od hrvatske samostalnosti 1990-ih pa do 2007., Ministarstvo kulture bilo je odgovorno tijelo za donošenje javnih politika vezanih uz film, financiranje filmske proizvodnje i za razvoj filmske kulture u zemlji. Uloga Povjerenika za film (kojeg je imenovao ministar kulture) bila je ključna u tom periodu, što je filmsku industriju stavljalo u ranjivu poziciju koja je bila podložna političkim utjecajima. To je također imalo utjecaj i na vrstu i kvalitetu produciranih filmova, s dugoročnim posljedicama kako za percepciju tako i za predrasude publike prema hrvatskom filmu.

Domovinski rat, problemi vezani uz privatizaciju velikog filmskog studija (Jadran film) i produkcijsku infrastrukturu iz socijalističkog perioda, slaba javna ulaganja u filmsku i kinematografsku infrastrukturu (koja su se uglavnom temeljila na doprinosima Ministarstva kulture), gotovo nepostojeća privatna ulaganja, migracija filmskih radnika u inozemstvo te kontinuirani sporovi oko vlasništva i autorskih prava nekih filmskih radova iz socijalističkog perioda stavili su hrvatski audiovizualni sektor u nestabilnu situaciju u tom periodu. To je doprinijelo umrežavanju unutar audiovizualnog sektora u pogledu potrebe za profesionalnom agencijom/filmskim fondom (npr. francuski CNC uzet kao model) koji bi (neovisno) pokrивao potrebe sektora.

¹ Prijevod interaktivnog izvještaja izvorno objavljenog na engleskom jeziku. Pri korištenju materijala molimo referencirati izvor: Primorac, J. (2024). Small film industries: Croatia. In J. I. Nielsen, C. H. Bengesser, M. O. Øfsti, & I. Kostovska (Eds.), Small European Film Markets: Portraits and Comparisons

<https://www.crescine.eu/small-film-industries/croatia>

Osnivanjem Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC) kao zasebne institucije 2008. godine prema Zakonu o audiovizualnim djelatnostima (2007.), HAVC je kao agencija, tj. javna ustanova preuzela odgovornost za funkcioniranje i stratešku orijentaciju hrvatskog audiovizualnog sektora. HAVC se financira sredstvima iz državnog proračuna i iz dijela ukupnog godišnjeg bruto-prihoda ostvarenog obavljanjem audiovizualnih djelatnosti tijela koja koriste audiovizualna djela, poput emitera, telekomunikacijskih tvrtki, pružatelja internetskih usluga te digitalnih, kabelskih i satelitskih operatera. Novi Zakon o audiovizualnim djelatnostima, koji je donesen 2018. godine, uključio je video igre u nadležnost HAVC-a, dok su promjene u Zakonu o elektroničkim medijima (2021.), koje su prenosile Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama (AVMSD) u hrvatsko zakonodavstvo, rezultirale uključivanjem *streaming* platformi u financijsku strukturu. Godine 2012. uvedene su mjere poticaja za servisne produkcije (*cash rebate system*) a kao posljedica toga osnovan je Ured HAVC-a za snimanje u Hrvatskoj (*Filming in Croatia*), nakon čega je otvoreno i pet lokalnih filmskih komisija.

4. Proizvodnja

Cijeli produkcijski ekosistem audiovizualnog sektora u Hrvatskoj malih je razmjera. On ne uključuje samo poduzeća u području filmske proizvodnje i distribucije, već i organizacije civilnog društva u području filma i televizije, *freelancere*, Hrvatsku radioteleviziju, komercijalne televizije (Nova TV i RTL), multipleks kina, mrežu nezavisnih kina (*Kino mreža*), filmske festivale, mrežu amaterskih filmskih udruga (HFS – Hrvatski filmski savez), profesionalne udruge, filmsku arhivu (Hrvatska kinoteka) i *streamere*. Svi navedeni dionici kreiraju vibrantnu mrežu koja je koncentrirana u glavnom gradu Zagrebu, gdje je registrirano 84% filmskih produkcijskih kompanija (Bajo 2013, p. 52).

Kao što je navedeno u nedavnom istraživanju Instituta za ekonomiju u Zagrebu (Barbić et al, 2022), hrvatska audiovizualna industrija mala je industrija, koja se najvećim dijelom bazira na mikro-poduzećima (Bajo et al. 2013). U filmskom sektoru prevladavaju mikro-poduzeća - 92,9%; u 2015. ukupni je broj poduzeća bio 364, dok se u 2019. taj broj popeo na 448. Studija iz 2022. zasebno izdvaja kategoriju „Elektronički mediji-TV, video i radio“. Broj poduzeća u ovoj kategoriji narastao je s 263 u 2015. godini na 343 u 2019. Mikro-poduzeća u ovoj kategoriji također prevladavaju s 92.1%.

Rast je također vidljiv u broju zaposlenih osoba u sektoru. Isto istraživanje (Barbić et al, 2022) pokazuje da je u periodu od 2015. do 2021. broj zaposlenih osoba rastao do pandemije virusa COVID-19. U 2015. je broj zaposlenih iznosio 1 144, u 2019. 1 684, u 2020. 1 816, dok je u 2021. (zadnji podaci od 31. ožujka) on bio 1 814.

U Hrvatskoj je obujam filmske proizvodnje prilično nizak te značajno fluktuiraju iz godine u godinu, u slučaju nacionalne i većinske produkcije filmova je između 5 i 17 u periodu od 2014. do 2022. Prosječni budžet iznosi od 880 000€ do malo iznad jednog milijuna eura. Kako bi pomogao pojačati opseg produkcije, HAVC je u 2022. uveo kategoriju mikro-budžetnih filmova, čiji budžeti ne prelaze 200 000€.

Najpopularniji žanrovi su komedije, filmovi za djecu, a svoje su mjesto kod gledatelja našle i pojedine drame. Na primjer, komedije su bile najgledaniji filmovi u 2022. (*Marginalci*, HR, 2022), u 2018. (*Koja je ovo država*, HR, RS, PL, 2018) i u 2015. (*Narodni heroj Ilijan Vidić*, HR, RS, 2015). U 2017. i 2014., najpopularniji su bili dječji filmovi *Uzbuna na Zelenom vrhu* (HR 2017) i *Ljubav ili smrt* (HR 2014) (oba filma su dio serije filmova o dječaku Koku), dok je u 2019. velika komercijalna uspješnica bila drama *General* (HR 2019). U 2023. dječji film *Dnevnik Pauline P.* (HR 2023) i animirani film *Crvčak i mravica* (HR 2023) povećali su ukupnu prodaju kino karata.

Domaće tržište kontinuirano ima niske udjele u ukupnoj gledanosti (vidi [Interaktivni prikaz broja gledatelja i tržišnih udjela](#) 2014-2022), ali se u nekoliko posljednjih godina vidi porast. Posljednji podaci koje je objavio [HAVC](#) pokazuju da je u 2023. hrvatske filmove pogledalo 278 053 gledatelja, što 2023. godinu svrstava kao treću najuspješniju godinu od osnutka HAVC-a, iza 2013. (436 074 gledatelja) i 2012. (328 158 gledatelja). U usporedbi s prethodnom godinom, 2022. (220 776 gledatelja), ovo pokazuje povećanje gledatelja od 26% za hrvatske filmove. Bez obzira na poboljšanje situacije, ovo je još uvijek daleko od godina kada je npr. hit komedija *Što je muškarac bez brkova* (2005) imala preko 150 000 gledatelja ili kada je crna komedija *Kako je počeo rat na mom otoku* (1996) dosegnuo preko 350 000 gledatelja.

Izvozni potencijal hrvatskog filma nije do kraja razvijen. Hrvatska je među zemljama s najnižom stopom međunarodnih gledatelja. Među ukupnim prikazima hrvatskih filmova, hrvatski filmovi najviše su gledani u Hrvatskoj.

5. Financiranje

Hrvatski audiovizualni centar (HAVC) strukturira svoje financiranje kroz dva glavna godišnja javna poziva. Prvi je Javni poziv za poticanje audiovizualnih djelatnosti i stvaralaštva kojim HAVC sufinancira proizvodnju audiovizualnih djela (kao rezultat primjene odredbi novog Zakona o audiovizualnim djelatnostima iz 2018., od 2021. to uključuje i videoigre), uspostavljanje manjinskih koprodukcija, razvoj filmskih i televizijskih scenarija i djela te distribuciju filmova. Drugi je Javni poziv za komplementarne djelatnosti koji uključuje financiranje festivala, radionica, edukativnih programa, promotivnih aktivnosti i raznih programa međunarodne suradnje.

Promjenama uvedenim novim Zakonom o elektroničkim medijima (2021) propisano je da su pružatelji medijskih usluga na zahtjev (*streamer*) koji svoje usluge nude i u Hrvatskoj obavezni plaćati financijski doprinos za provedbu Nacionalnog programa audiovizualnih djelatnosti, a sukladno važećem zakonu o audiovizualnim djelatnostima (tj.2% svog godišnjeg bruto prihoda). Nadalje, obavezni su uložiti 2% svog godišnjeg bruto prihoda bilo u proizvodnju, bilo u stjecanje prava nad audiovizualnim radovima nezavisnih hrvatskih proizvođača. Zakon iz 2021. također je uveo obavezu za operatere da 10% godišnjeg bruto prihoda alociraju za radove nezavisnih hrvatskih proizvođača. Ove su promjene predstavljene tek u ljeto 2022., stoga je prerano za analizu njihovih utjecaja, iako su ih članovi audiovizualne zajednice pozdravili.

Potpora za HAVC koja dolazi kroz program državne potpore i kroz obavezne doprinose onih tijela koja koriste audiovizualna djela je oko 10 milijuna eura. U 2019. dosegla je 11,2 milijuna, dok je u 2021. 9,2 milijuna eura bilo uloženo u programske aktivnosti koje podupire HAVC. Hrvatska radiotelevizija najviše doprinosi uplaćivanju bespovratnih sredstava, ali, iako ima zasebni javni poziv za nezavisne produkcije, svoju ulogu investitora ili koproducenta bilo filmova ili serija još nije iskoristila u potpunosti.

Važna mjera unutar cijelog audiovizualnog sektora je HRT-ov [Javni poziv neovisnim proizvođačima](#) za nabavu audiovizualnih djela, koji se temelji na članku 11 Zakona o Hrvatskoj radioteleviziji (OJ 37/10., 76/12., 78/16., 46/17. and 73/17., 94/18 and 114/22). Zakonom je propisano da je Hrvatska radiotelevizija obavezna „najmanje 15% godišnjeg programskog proračuna osigurati za nabavu europskih djela od neovisnih proizvođača, od čega polovina tih sredstava mora biti namijenjena za djela proizvedena izvorno na hrvatskom jeziku”. Kako se navodi u [godišnjem izvješću HRT-a za](#) (2023) o provedbi ove odredbe, u razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2022., prema vrsti sadržaja nabavljenog od europskih neovisnih proizvođača izvorno proizvedenih na hrvatskom jeziku, dramski, dokumentarni, zabavni i mješoviti žanrovski sadržaji naručeni su u ukupnom iznosu od 9,3 milijuna eura. Najviše

je izdvojeno za nabavu dramskih i dokumentarnih sadržaja, serija i filmova (61,68% odnosno 32,96%) dok je za zabavne sadržaje izdvojeno 5,36% ukupnih sredstava.

Lokalna i regionalna sredstva (na razini grada i županije) za film su minimalna, kao i privatna ulaganja.

6. Servisne produkcije

Odredbe hrvatskog sustava mjera financijskog poticaja servisnih produkcija predstavljene su prvi put 2012. godine s fokusom na filmsku i TV produkciju (igranu, dokumentarnu i animiranu) koja dobiva potporu kroz HAVC-ov program poticaja. Te produkcije moraju uključivati minimalnu potrošnju u Hrvatskoj, koristiti hrvatske glumce i filmsku ekipu te položiti kulturološki test u skladu s odredbama Pravilnika o poticanju ulaganja u proizvodnju audiovizualnih djela. Povrat se izračunava na ukupne opravdane troškove (prije PDV-a), a opravdani troškovi sastoje se od roba i usluga kupljenih u Hrvatskoj i honorara isplaćenih hrvatskim poreznim rezidentima (i glumcima i filmskoj ekipi) za usluge izvršene u Hrvatskoj. Program financijskog poticaja produkcijama počeo je s 20% potpore, ali je slijedom promjena zakonske regulative 2018. povećan na 25%, s dodatnih 5% za produkcije koje se snimaju u područjima ispodprosječnog razvoja definiranim Zakonom o područjima posebne državne skrbi.

U periodu između 2012. i 2022., 109 produkcija koristilo je Program poticaja te su u Hrvatskoj snimale ukupno 2 633 dana. To je iznosilo ukupno oko 218 milijuna eura lokalne potrošnje i ukupno oko 41,5 milijuna eura isplaćenih poticaja. Produkcije su dolazile iz raznih zemalja, kao što su Belgija, Bosna i Hercegovina, Češka, Danska, Finska, Francuska, Indija, Irska, Sjeverna Makedonija, Nizozemska, Srbija, Slovenija, Švedska, Švicarska, Turska, SAD i UK. Navedene su produkcije uglavnom uključivale igrane filmove, a slijede ih televizijske serije i filmovi, s manjim brojem animiranih filmova. Radi se o produkcijama za međunarodne *streaming* platforme, javne ili privatne televizije ili za druge vrste produkcijskih kuća.

Niz ovih produkcija bili su visokobudžetni i svjetski poznatiji projekti koji su izazvali najveći interes javnosti i medija, kao što su igrani filmovi povezani uglavnom s holivudskim, kao i bolivudskim produkcijama (na primjer, igrani filmovi *Star Wars: The Last Jedi* (SAD 2017), *Renegades* (FR, DE, SAD 2017), *Fan* (IN 2016), *Robin Hood* (SAD, HK, FR 2018), *Mama Mia: Here We Go Again* (UK, SAD, JP, CN, HR 2018), *The Hitman's Wife's Bodyguard* (UK, SAD, SE, BG, FR 2021), te televizijski projekti za različite TV kanale i *streaming* platforme kao što su HBO i Netflix [npr. *Game of Thrones* (sezona 3–5), *Dig* (sezona 1), *The Borgias* (sezona 3), *Crossing Lines* (sezona 3), *Succession* (sezona 2), *The Witcher* (sezona 3), *Jack Ryan* (sezona 4)].

Zajedno s HAVC-ovim (nacionalnim) uredom, *Filming in Croatia (Snimanje u Hrvatskoj)*, postoji šest lokalnih filmskih komisija (prvenstveno usmjerenih na pružanje potpore servisnim produkcijama), a svaka se brine za određeni grad/regiju u Hrvatskoj: Istarska filmska komisija, Kvarnerska filmska komisija, Splitsko-dalmatinski filmski ured, Filmski ured Varaždin, Filmski ured Zadar, Zagrebački filmski ured. Aktualne rasprave propituju utjecaj servisnih produkcija na dostupnost filmskih ekipa i na cijenu domaćih filmskih produkcija. Nedavni razgovori o mogućnosti otvaranja [novog filmskog studija](#) (u javno-privatnom partnerstvu) koji bi služio kako za strane tako i za domaće produkcije trenutačno su u zastoju.

7. Distribucija

Distribucijskim poljem dominira *Blitz Film and Video Distribution*, koji ima najveći udio distribucije u Hrvatskoj, a slijede ga *Editus*, *Discovery Film*, *Duplicato* te *2i Film* što se tiče ukupnog broja distribuiranih filmova. *Duplicato* je vrlo aktivan distributer hrvatskih filmova. Međutim, potrebno je naglasiti da je *Duplicato* član *Blitz Cinestar Grupe*.

Također treba uzeti u obzir da je *Blitz Film and Video Distribution* dio *Blitz-Cinestara* (veliki prikazivač s najvećim brojem multipleksa) – nastao u 2003. pridruživanjem *Blitz Film and Video Distribution* s hrvatskom podružnicom njemačkog lanca *Cinestar* - tvrtka jasno dominira distribucijskim i prikazivačkim tržištem u Hrvatskoj.

Problem nedostatka sredstava za distribuciju domaćih filmova i potrebu za većim marketingom HAVC je prepoznao 2020. godine, kada je i raspisan dodatni natječaj za poticanje distribucije filma. U 2023. u okviru tog poziva izdvojeno je oko 193 700 eura za podršku distribuciji domaćih filmova. *Duplicato* i *Jučer* bili su najaktivniji u ovim pozivima, uz *Restart* kao ključnog distributera specijaliziranog za dokumentarne filmove. U 2023. godini HAVC je razvio i kampanju *Ponosni na domaći film!*, čiji je cilj povećati posjećenost projekcija domaćih filmova.

8. Prikazivačka infrastruktura (kino i video na zahtjev)

Po broju kina, u usporedbi s drugim zemljama CresCine projekta, Hrvatska je u sredini, po karakteristikama slična Belgiji i Irskoj. U Hrvatskoj su najčešća mala kina s jednom dvoranom, prisutni su i multipleksi s nekoliko dvorana. Od 2011. HAVC je u suradnji s Ministarstvom kulture i medija podržao digitalizaciju 52 nezavisna kina. To je rezultiralo osnivanjem Hrvatske neovisne kinematografske mreže ([Kino Mreža](#)) 2014. godine, koja uključuje 27 kina iz 24 gradova i mjesta, s ciljem jačanja položaja neovisnih kinematografija.

Kino Mreža trenutno ima 46 članova, 67 kina u 55 gradova i otoka koji razmjenjuju programe, pružaju edukacijske programe i treninge za publiku i profesionalce. Međutim, svi ovi napori nisu dovoljni da bi se razvila i održala istinska filmska kultura jer većina tih kina nema kontinuirane filmske programe. Štoviše, čak i veliki gradovi, poput glavnog grada Zagreba, Splita i Rijeke imaju malo art kina [Zagreb tri (trenutačno radi samo jedno), Split i Rijeka po jedno], a neki manji gradovi ni nemaju kina (čak ni kino platno koje se nalazi u sklopu većeg kulturnog prostora kao što je Dom kulture/Kulturni centar). Mreža minipleksa/multipleksa i dalje je usredotočena na nekoliko većih gradova i njima dominira Blitz Cinestar: (Dubrovnik, Osijek, Pula, Rijeka, Slavonski Brod, Split (jedan minipleks i jedan multipleks), Varaždin, Vukovar, Zadar, Zagreb (dva minipleksa i tri multipleksa), Šibenik. Cineplexx ima dva minipleksa (Split i Zagreb). Minipleksi u javnom vlasništvu nalaze se u Karlovcu (Kino Edison) i Osijeku (Kino Urania).

Infrastruktura kina nije u potpunosti prilagođena repertoaru domaćih filmova: hrvatski filmovi ne ostaju dugo na kino repertoaru i ponekad se prikazuju u nepraktično vrijeme (kao što je 15 sati radnim danom). Dostupni podaci pokazuju da je posjećenost kina u Hrvatskoj općenito niska (prosječno 0,9 posjeta po stanovniku), a domaći je tržišni udio među najnižima između CresCine tržišta (slično Portugalu). Slaba prodanost ulaznica i posjećenost kina može se djelomično pripisati malom broju dvorana (samo Litva ima manji broj dvorana po stanovniku), ali i činjenici da su cijene ulaznica u usporedbi s paritetima kupovne moći (PPP) relativno visoke za prosječnog hrvatskog građanina (npr. slična je cijeni karte u Portugalu, gdje je PPP veći). Što se tiče ostalih tržišta, u posljednja tri desetljeća bilježi se dominacija američkih naslova u kinima.

Prostor videa na zahtjev (VoD) još uvijek djeluje obećavajuće za hrvatsku audiovizualnu industriju (vidi VOD infrastrukturu), iako očekivanja sektora više nisu tako visoka kao prije nekoliko godina. Nove obveze ulaganja za pružatelje VOD-a koje su nedavno uvedene s novim Zakonom o elektroničkim medijima iz 2021. (kako doprinos tako i obveza ulaganja, vidi odjeljak *Financiranje*) već su rezultirale dostupnošću većeg broja naslova u katalogima, ali tek treba biti vidjeti kako će to utjecati na dimenziju proizvodnje. Prema podacima Agencije za elektroničke medije, trenutno su u Hrvatskoj registrirana 23 pružatelja medijskih usluga na zahtjev (20 komercijalnih i 3 neprofitna). Što se tiče hrvatskog filma, valja istaknuti ulogu neprofitnog VOD Zagreb Film Festivala koji je razvio

dvije platforme od kojih je jedna posvećena hrvatskom filmu (<https://croatian.film/en/>) te druga hrvatskom i europskom filmu (<https://kinoeuropa.hr/>).

9. Festivali

Tijekom godina, hrvatski filmovi imaju stalnu prisutnost na međunarodnim filmskim festivalima, bilo da se radi o glavnom natjecateljskom programu ili o posebnim festivalskim izdanjima. Ipak, još uvijek imaju skromne rezultate što se tiče nagrada na velikim festivalima, iako se situacija popravila u posljednjih nekoliko godina. U tom kontekstu, čini se važnom uloga koprodukcija, jer su većinske i manjinske hrvatske koprodukcije posljednjih godina prilično vidljive na međunarodnim festivalima.

Domaći filmski festivali vrlo su važni za industriju u cjelini, ali još važniji za razvoj domaće publike, čine nadopunjavajući element za popunjavanje praznina u postojećoj kinematografskoj infrastrukturi te osiguravanju i promicanju raznolikosti audiovizualnih sadržaja. Prema podacima za 2022., [HAVC](#) je financirao 69 različitih festivala u Hrvatskoj – od malih otočnih do velikih, dugogodišnjih, međunarodno priznatih festivala. Posebno financiranje Uredbom Ministarstva kulture i medija namijenjeno je sufinanciranju Pulskog filmskog festivala kao festivala nacionalnog značaja sa 70-godišnjom tradicijom, koje je u 2022. godini iznosilo cca 240.000 €.

Reference:

Bajo et al. (2013) *Gospodarski i fiskalni učinci audiovizualne djelatnosti i državne potpore (Economic and Fiscal Impact of Audiovisual Activities and State Support)*, Institut za javne financije: Zagreb.

Barbić et al. (2022) *Kulturne i kreativne industrije u Republici Hrvatskoj – prije i nakon COVID-19 (Cultural and Creative Industries in the Republic of Croatia – Before and After COVID-19)*, Ekonomski institut Zagreb: Zagreb.



www.crescine.eu



www.irmo.hr

Financirano od strane Europske unije (broj ugovora: 101094988). Stavovi i mišljenja izraženi u materijalima isključivo su stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Europske izvršne agencije za istraživanje. Europska unija niti Europska izvršna agencija za istraživanje ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

Projekt DOI: 10.3030/101094988