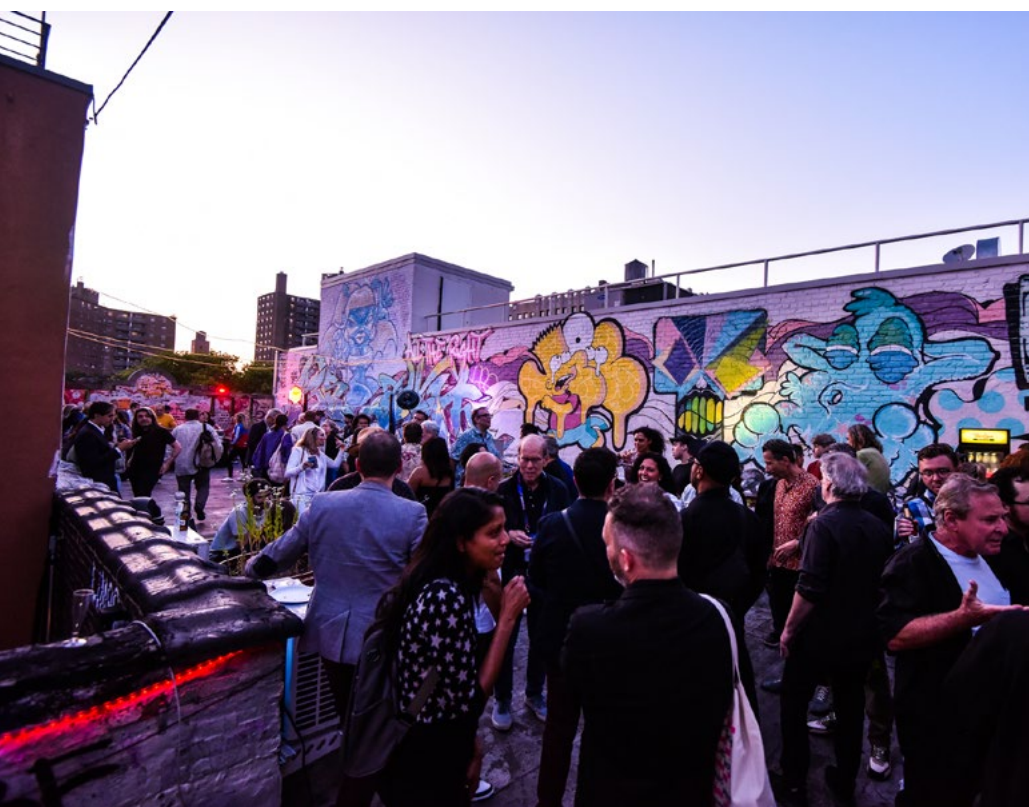


Dopadová zpráva: Prezentace ČR na hudebních veletrzích a festivalech v zahraničí



Český stánek SoundCzechu
v Manchesteru, WOMEX 2024



Recepce a showcase
SoundCzechu v New Yorku,
A2IM Indie Week 2024

Autorky

Linda Krajčovič Synková
Jana Šídllová
Monika Klementová

Praha, listopad 2024

OBSAH

1. Účel zprávy a metodologie

2. Úvod

3. Hlavní strategické cíle kanceláře navržené v zakládajícím dokumentu a jejich postupné naplňování

Propagace české hudební scény v zahraničí

Propojení českých hudebních profesionálů s mezinárodní scénou

Podpora mobility hudebních umělců

Podpora a organizace vzdělávacích aktivit – VET (Vocal Educational Training)

Vyhledávání finančních partnerů, fundraising

Vznik databáze mapující český hudební trh

Výzkum mapující český hudební trh

Iniciativa a pomoc SoundCzechu v rozvoji infrastruktury českého hudebního sektoru a rozvoj jeho udržitelnosti

Pomocí přeshraniční spolupráce v rámci regionu CEE dosáhnout výraznější pozice v konkurenčním prostředí mezinárodního hudebního trhu

4. Přehled podpůrných programů a jejich financování (2017–2024)

5. Podpůrný program Links OUT a jeho vývoj

6. Příklady dobré praxe

7. Středně- a dlouhodobé dopady programu Links OUT

Dotazníkové šetření

Focus groups

Rozhovory se zahraničními partnery

8. Zhodnocení programu Links OUT a plán hudební kanceláře do budoucna

9. Závěr

10. Seznam tabulek a grafů

11. Zdroje

ÚČEL ZPRÁVY A METODOLOGIE

Dopadová zpráva shrnuje dosavadní realizované výzkumy ve sledované oblasti. Výzkumná část vzniklá během roku 2024 se uskutečnila v souladu se zadáním zřizovatele – ředitele Odboru mezinárodních vztahů a EU Ministerstva kultury Petra Hnízda.

Účelem zprávy je zjištění dopadů veřejné podpory exportu a internacionalizace hudby. Sledovaným obdobím jsou roky 2017–2024, a to s přihlédnutím k podporám před vznikem proexportní hudební kanceláře v roce 2017.

Struktura zprávy

V úvodní části je shrnuta výchozí situace a strategické cíle exportní hudební kanceláře. Součástí jsou přehledové tabulky mapující počty podpořených projektů, výši jejich podpory a rozpočet kanceláře ve sledovaném období.

Další část je věnována vývoji jednotlivých výzev a jejich dopadům. Zde jsou rovněž prezentovány příklady dobré praxe, které zaznamenávají konkrétní zkušenosti s působením kanceláře v rámci hudebního sektoru.

Následuje samotný výzkum členěný podle jednotlivých částí, který zároveň přináší hlavní zjištění a doporučení.

Samotný výzkum byl rozvržen do třech okruhů:

1. Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření se uskutečnilo v září 2023 a bylo cílené na podpořené hudební profesionály v rámci programu Links OUT. Celkový vzorek čítal 83 oslovených respondentů.

2. Fokusní skupiny

Celkem tři fokusní skupiny (focus groups) proběhly v září 2024, přičemž se jich zúčastnili žadatelé v programech kanceláře. Zastoupeny byly všechny hlavní profese účastníků.

3. Rozhovory se zahraničními partnery

Rozhovory s vybranými aktéry byly realizovány na evropské úrovni písemnou formou. Bylo realizováno celkem 5 strukturovaných rozhovorů se zástupci zahraničních exportních institucí z různých regionů Evropy. Rozhovory se uskutečnily v září 2024.

Konkrétně se jednalo o:

- Julienu Fourniera (ředitel, Wallonie-Bruxelles Musiques)
- Angelu Dorgan (CEO, First Music Contact)
- Tamaru Kamińskou (ředitelka, Music Export Poland)
- Franze Hergoviche (vedoucí, mica – music austria, Austrian Music Export)
- Zoricu Tepić (expertka na oblast hudebního průmyslu, Serbia Creates)

ÚVOD

SoundCzech je proexportní hudební kancelář, která vznikla na základě požadavků hudebního sektoru podle modelu již existujících evropských hudebních kanceláří. SoundCzech má za cíl pomáhat rozvoji a konkurenceschopnosti české hudební scény a podporovat mobilitu a prezentaci českých hudebních umělců a profesionálů v zahraničí, a to bez ohledu na hudební žánry. Od svého vzniku v roce 2017 je součástí IDU (konkrétně [Institutu umění](#)) a je financována z rozpočtu Ministerstva kultury Odborem umění, knihoven, literatury a kulturních a kreativních průmyslů. Prezentace na zahraničních veletrzích, showcase festivalech a konferencích je financována primárně Odborem mezinárodních vztahů a EU Ministerstva kultury.

Proexportní kancelář SoundCzech oficiálně vznikla v dubnu 2017, kdy do jejího vedení byl ve výběrovém řízení vybrán Márton Náray, který měl zkušenosti z maďarské hudební exportní kanceláře, a především velmi důležité zahraniční kontakty. Předložil koncept a strategii s krátkodobými a dlouhodobými cíli, které se začaly postupně naplňovat. Jedním z výsledků fungování kanceláře je získání Mezinárodní visegrádské ceny v roce 2024.

Z počátku se SoundCzech potýkal s nedůvěrou hudebního sektoru, což se při jeho vzniku dalo očekávat, ale postupně začal získávat podporovatele a důvěru. K získání důvěry napomohl fakt, že hlavním principem přidělování příspěvků do sektoru byla transparentnost – finanční prostředky se přidělují na základě otevřených výzev, které hodnotí expertní hodnoticí komise.

Pozitivní reakce ze strany žadatelů se týkají rovněž jednoduchosti procesu podávání žádostí. Byl vytvořen elektronický systém mis.cz, který je uživatelsky přátelský. Záměrem bylo vytvořit prostředí, které není pro žadatele zbytečně zatěžující a je otevřené i pro prvožadatele, kteří nemají s čerpáním dotací zkušenosti.

Důležitou roli hraje i udržení komunikace a diskuse plánovaných aktivit kanceláře se sektorem a reflektování jeho aktuálních potřeb. Za tímto účelem vznikl poradní orgán Dramaturgická rada (DR), jejíž členové, zastupující různé oblasti hudebního sektoru, mají zkušenosti s exportními aktivitami, přehled o lokálním i mezinárodním hudebním trhu a jsou na hudebním trhu aktivní; v současné době má DR 9 členů.

V roce 2024 došlo k rozšíření podpory o další hudební žánry. S navýšením rozpočtu (finanční prostředky čerpané k Roku české hudby) proexportní kancelář otevřela podpůrné programy i pro soudobou klasickou hudbu. Přibýlo také žadatelů z oblasti elektronické hudby a okrajových žánrů.

HLAVNÍ STRATEGICKÉ CÍLE KANCELÁŘE NAVRŽENÉ V ZAKLÁDAJÍCÍM DOKUMENTU A JEJICH POSTUPNÉ NAPLŇOVÁNÍ:

Propagace české hudební scény v zahraničí

- Organizace a koordinace české hudební scény na relevantních hudebních veletrzích a showcase festivalech:

Před vznikem SoundCzechu IDU podporoval prezentaci na dvou významných hudebních veletrzích (MIDEM a WOMEX). Postupně se hodnotila efektivita účasti na akcích a tvořily se priority. WOMEX stále zůstává žádanou akcí, každoročně ji navštěvuje 10–20 českých delegátů, z tohoto důvodu SoundCzech v podpoře prezentace formou českého stánku pokračuje. MIDEM byl vyhodnocen jako neefektivní pro živou hudbu a finančně velmi náročný, proto se od prezentace upustilo. Naopak se rozšířila prezentace na největších evropských akcích, jako jsou ESNS (Eurosonic Noorderslag) v Holandsku a Reeperbahn v Německu, a menších regionálních, jako jsou například BUSH v Maďarsku, Ment ve Slovinsku, Sharpe na Slovensku či Waves Vienna v Rakousku. Kancelář prezentuje českou hudební scénu ročně na 10–20 různých hudebních konferencích a festivalech v reakci na nově vznikající akce a na změny konceptů. Bylo důležité navštívit většinu evropských a regionálních hudebních akcí, být vidět na mezinárodní hudební scéně a zároveň získat zkušenosti jak osobní, tak od českých účastníků za účelem vyhodnocení jejich efektivit.

- Propagace českých hudebních umělců na mezinárodních platformách:

SoundCzech se stal členem mezinárodních sítí, jako jsou ETEP (European Talent Exchange Program, <https://www.kreativnievropa.cz/podporeny-projekt/european-talent-exchange-programme-etep>), který nyní pokračuje po novém názvem ESNS Exchange (<https://esns-exchange.eu/en/>) a EMEP (European Music Exporters Exchange, <https://www.europeanmusic.eu/>); EMEP je v současnosti jednou z nejaktivnějších evropských asociací hudebního sektoru sdružující 33 exportních institucí/hudebních kanceláří z 28 zemí a je jedním z poradců pro kulturní politiku EU v oblasti hudby. Organizace, která nyní sídlí v Bruselu, se zformovala v roce 2018 z neformální sítě iniciátorů exportu hudby, mezi které patří i SoundCzech. Od svého začátku je Márton Náray členem představenstva a první tři roky působil jako generální tajemník této asociace.

- Propagace českých hudebních umělců:

V roce 2022 kancelář otevřela podpůrný program **International PR** na podporu komplexních propagačních kampaní v zahraničí. Realizovalo se pouze 6 podpořených projektů, což bylo způsobeno postcovidovou dobou. V roce 2023 se tento program neotevřel z důvodu nedostatku finančních prostředků. Výzva byla vyhlášena až v roce 2024, kdy došlo k navýšení rozpočtu o finanční prostředky k oslavám Roku české hudby a bylo podpořeno 16 projektů.

Propojení českých hudebních profesionálů s mezinárodní scénou

- Propojování v oblasti hudebního průmyslu a médií, iniciování a podpora mezinárodní spolupráce.
- Iniciování mezinárodních výměnných projektů v oblasti hudby, hudebního průmyslu a vzdělávání.
- Propojování významných aktérů na české hudební scéně s relevantními mezinárodními partnery.

Za tímto účelem vznikl například podpůrný program **Links OUT**, který podporuje účast českých hudebních profesionálů na zahraničních akcích, kde se organizují cílené recepce a networkingové akce za účasti významných zahraničních delegátů.

Jednou z nejefektivnějších aktivit s cílem propojování významných aktérů na mezinárodním hudebním trhu je program **ProVisit**, který představuje cílené obchodní mise organizované ve spolupráci se zahraničním partnerem.

V letech 2019–2021 SoundCzech podporoval showcase festivaly a konference organizované na území ČR v programu **Links IN**. Od roku 2022 byla možnost žádat přímo v dotačním titulu Ministerstva kultury, tudíž se výzva v těchto letech neotevřela.

Podpora mobility hudebních umělců

Na podporu mobility hudebních umělců byl otevřen program **OnRoad**, který přispívá hudebním umělcům na turné či významné koncertní vystoupení s jasně definovaným dopadem v zahraničí.

Podoba tohoto programu se v průběhu let měnila. Program byl otevřen v roce 2017 na podporu turné a zahraničních koncertů. V roce 2018 se program rozdělil, aby se lépe hodnotil, na tři výzvy: podpora evropských turné, zahraničních koncertů, a protože se aktivity kanceláře v tomto roce soustředily na přeshraniční spolupráci s Rakouskem, byla otevřena výzva na podporu turné v Rakousku, aby se tímto programem iniciativa kanceláře podpořila. V roce 2019 se otevřely čtyři výzvy OnRoad: showcase festivaly, zahraniční koncerty, evropská turné a na podporu aktivit kanceláře v Polsku a Německu se otevřela výzva na podporu turné po Německu a Polsku. V roce 2020 byl program otevřen ve třech výzvách pro zahraniční koncerty, showcase festivaly a zahraniční turné, bohužel jeho využití bylo kvůli pandemii covidu-19 omezené. V roce 2021 nebyl pro zákaz živých koncertů a cestování program OnRoad otevřen. V letech 2022 a 2023 se postupně začaly opět rozvíjet mezinárodní aktivity a program byl otevřen pouze v jedné výzvě, neboť se předpokládalo méně žádostí.

Na podporu přeshraniční mobility byl otevřen program **Connect** na podporu výměnných koncertů. Pro hudební umělce představuje příležitost, jak si pomocí zahraničního partnera zajistit publikum na prvních koncertech v zahraničí. Šlo cíleně o podporu prvních koncertních zkušeností českých umělců v zahraničí.

Podpora a organizace vzdělávacích aktivit – VET (Vocal Educational Training)

- pro české hudební umělce,
- pro českou hudební scénu (promotéry, manažery, agenty, produkční apod.).

Tuto agendu pokrývá program **Skills**, prostřednictvím kterého SoundCzech organizuje a podporuje vzdělávací aktivity za účasti významných zahraničních profesionálů, lektorů či mentorů, a program **Mentoring Sessions** nabízející individuální konzultace zkušených lokálních i zahraničních mentorů. Tento druh vzdělávacích aktivit se otevřel v době pandemie covidu-19 jako nahrazení prezenčních workshopů. Byla to i vhodná doba na získání, jinak velmi vytížených, zahraničních mentorů.

Kancelář organizuje dvě vzdělávací akce:

Mezinárodní konferenci a showcase **ReConnect v Brně**, ve spolupráci s MMF (Music Managers Forum CZ a BACH (Brněnská asociace klubové hudby), a **Classical Music Showcase** v Praze, ve spolupráci s MenArt a PKS (Pražští komorní sólisté). Na obě akce kancelář čerpala v letech 2023 a 2024 finanční prostředky z Národního plánu obnovy (NPO).

- **Classical Music Shoowcase** má za cíl podpořit mladé talenty ze světa klasické hudby a představit je předním zahraničním delegátům. Nedílnou součástí jsou i vzdělávací aktivity.

Záznam z koncertu: <https://youtu.be/bQZFIRajhlg>.

- **ReConnect** je mezinárodní konference, která má za cíl propojit nejen klubovou scénu, hudební manažery a umělce, ale hlavně hudební profesionály s lidmi, kteří se profesionály chtějí stát. ReConnect je tedy konference nejen pro zkušené hudební profesionály, ale i začínající profesionály či studenty.

Report z akce: <https://www.youtube.com/watch?v=BOCoDarG3BU>.

Vyhledávání finančních partnerů, fundraising

- SoundCzech je v letech 2020–2024 partnerem evropského projektu **HEMI** (Hub for the Exchange of Music Innovation, <https://hemimusicshub.com>), do něhož je zapojeno deset evropských partnerů. Cílem projektu je podpora mobility hudebních umělců a rozvoje regionálních hudebních projektů. Přínosem pro ČR je zviditelnění českých hudebních umělců a zapojení se do regionálních iniciativ a inovativních projektů na podporu rozvoje a udržitelnosti hudebního sektoru.
- Již od začátku existence kanceláře je SoundCzech členem evropského programu **ETEP** (European Talent Exchange Program) na podporu evropských hudebních talentů, což přináší českým hudebním umělcům příležitost zviditelnění a podporuje jejich mobilitu.
- Členství v asociaci EMEE (European Music Exporters Exchange) hradí náklady spojené s výzkumnými projekty, účastí na **zahraničních** misích a další náklady spojené s agendou a projekty této asociace. SoundCzech je finančním partnerem projektu DEMEC (Development of European Music Export Capacity, 2022–2024) a současně aktivním partnerem nového rozsáhlého projektu ExMS (Export Music Strategy), který nabízí možnosti hlubší spolupráce a porozumění mezi evropskými státy a tvoří mosty s mimoevropskými partnery.
- V evropském programu **LIVEMX** byl schválen další projekt Music Market Mission Indie 2025 čtyř evropských partnerů (SoundCzech, First Music Contact Ireland, Austrian Music Export a Hamburg Music) existující za účelem organizace dvacetičlenné delegace – mise do Indie. Plánované aktivity jsou propojené s největší mezinárodní konferencí v Indii India International Music Week.
- Kancelář v rámci memoranda mezi Institutem umění – Divadelním ústavem (IDU) a **Českými centry** (ČC) navázala užší spolupráci s ČC, která spočívá především ve vzájemné informovanosti o aktivitách, které se následně vzájemně doplňují a podporují. K propojení dochází především v programech Links OUT a ProVisit. SoundCzech využívá podpory ČC i v programu Kurátorské a novinářské cesty se záměrem propojování zahraničních odborníků a kurátorů s českou uměleckou scénou; spolupráce spočívá v pozvání a zajištění cesty těchto osobností do Česka.
- SoundCzech spolupracuje také s **Ochranným svazem autorským** (OSA), který je každoročně partnerem jednoho z projektů kanceláře. V minulosti finančně podpořil podpůrné programy Mentoring Sessions, PromoVideo a akci Classical Music Showcase.

Vznik databáze mapující český hudební trh

Vznikla stále aktualizovaná databáze, která mapuje český hudební sektor (<https://adresar.soundczech.cz/>) a české hudební umělce (<https://www.soundczech.cz/cs/umelci>).

Výzkum mapující český hudební trh

Proexportní kancelář iniciovala a podílela se na několika výzkumných projektech před pandemií covidu-19 i v době pandemie, kdy se mapovaly dopady na živou hudbu. Přispěla do výzkumné práce mezinárodní sítě EMEE a připravovala podklady pro výzkumnou práci exportních aktivit IDU v rámci DKRVO (Dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace).

Bohužel se zatím nepodařilo zajistit komplexní výzkum a vyčíslit dopady investic do hudebního průmyslu. Ukazuje se, že je velmi obtížné najít vhodnou metodologii tak, aby bylo možné i srovnání výzkumných prací v rámci Evropy. Obtížnost dlouhodobých výzkumů trvá i vzhledem k neustálému rychlému vývoji na mezinárodním hudebním trhu.

Iniciativa a pomoc SoundCzechu v rozvoji infrastruktury českého hudebního sektoru a rozvoj jeho udržitelnosti

Již před pandemií covidu-19 se podařilo iniciovat vznik Music Managers Forum CZ, sdružení manažerů, a dostat se tak do mezinárodní sítě IMMF, aktuálně byl předseda české pobočky Petr Blažek zvolen do funkce viceprezidenta mezinárodní sítě. Paralelně vznikla asociace festivalů FESTAS. V době pandemie SoundCzech inicioval setkání zástupců hudebního sektoru, ze kterého vzešlo sdružení Česká obec hudební (ČOH), která se stala platformou zastupující jednotlivé oblasti hudebního sektoru – tento krok byl v tak nepříznivé době pro živou hudbu velmi důležitý. V roce 2019 vznikla asociace brněnských klubů BACH a v době pandemie byla snaha o vznik asociace všech klubů. Bylo potřeba najít silného zástupce klubové scény, který by ji dokázal sjednotit.

Pomocí přeshraniční spolupráce v rámci regionu CEE dosáhnout výraznější pozice v konkurenčním prostředí mezinárodního hudebního trhu

SoundCzech inicioval tzv. CEEntal party, což je efektivní nástroj, jak za společné náklady zemí střední a východní Evropy prezentovat hudební umělce z regionu na zásadních zahraničních hudebních akcích.

Pro řadu partnerů to byl efektivní model, neboť prezentace samotné země by byla velmi finančně náročná. Součástí byl i networking mezinárodních delegátů a značka CEEntal party se dostala do jejich povědomí.

SoundCzech vždy podporoval interakci a spolupráci v rámci zemí V4, za což byl oceněn Mezinárodní visegrádskou cenou.

PŘEHLED PODPŮRNÝCH PROGRAMŮ A JEJICH FINANCOVÁNÍ (2017–2024)

Můžeme říci, že za necelých sedm let existence proexportní kanceláře se podařilo držet se původní strategie a plnit stanovené cíle zakládajícího dokumentu. Podpůrné programy se vyvíjely v závislosti na aktuální situaci na hudebním trhu, ale základní podoba podpory směrem do sektoru se neměnila. Prokázala se efektivita kompilace všech podpůrných programů. V letech 2019–2021 se reagovalo na nečekanou pandemickou krizi, kdy se podpora přesunula z oblasti mobility a fyzické prezentace v zahraničí do nové tvorby, propagace, vzdělávání a výroby kvalitních propagačních videí, jimiž se hudební umělci mohli prezentovat na digitálních platformách, které nahrazovaly prezenční formu showcase festivalů.

Tabulka č. 1: Počet podpořených projektů/jednotlivců v podpůrných programech v letech 2017–2024

Podpůrný program	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
SoundCzech – Links OUT								
hudební profesionálové	32	88	74	23	80	56	67	103
výjezdy profesionálů		173	99	27	105	80	109	164
hudební umělci/kapely	12	12	19	3	18	18	15	21
hudební vystoupení	13	19	25	4	14	25	19	24
SoundCzech – Connect								
hudební umělci	8	12	6			6	9	probíhá
SoundCzech – OnRoad								
hudební umělci/kapely	8	18	32	11		22	31	probíhá
zahraniční koncerty			17	4				
mezinárodní turné			13	7				
SoundCzech – Skills								
vzdělávací akce	5	4	6	5	9	8		
Links IN								
showcase festivaly/ konference			2	1	5			probíhá
PromoVideo								
výroba kvalitního videa z koncertu				16				
video zajištěno SC				9	12			
Mentoring Sessions – online								
online mentoring				54	24	13	16	
Connect Create								
hudební projekty					15	9		
ProVisit								
organizované výjezdy					1	2	2	2
hudební profesionálové					11	17	19	16
International PR								
mezinárodní kampaně						6		probíhá

Rozpočet kanceláře se postupně navyšoval. V roce 2023 čerpala kancelář finanční prostředky z dotačního titulu **Ministerstva kultury – Národního plánu obnovy (NPO) Mobilita**, roční rozpočet dosáhl výše 13 495 000 Kč, trojnásobek původního rozpočtu v prvním roce existence (2017). V roce 2024 kromě čerpání dotačního titulu NPO kancelář získala navíc finanční prostředky k oslavám **Roku české hudby** a celkový rozpočet dosáhl výše 27 600 000 Kč, což představuje šestkrát vyšší částku.

Tabulka č. 2: Rozpočet kanceláře SoundCzech, prezentace na veletrzích a festivalech v letech 2017–2024 a finanční prostředky čerpané z NPO a k oslavám Roku české hudby (v Kč)

Rok	NPO	SoundCzech	Festivaly a veletrhy	Rok české hudby
2017		3 529 000	870 000	
2018		4 179 000	841 000	
2019		4 850 000	1 400 000	
2020		4 850 000	1 830 000	
2021		4 340 000	1 830 000	
2022	1 125 000	4 541 000	1 500 000	
2023	8 135 000	4 180 000	1 180 000	
2024	9 900 000	4 018 000	1 184 000	12 500 000

V roce 2024 se slavil Rok české hudby, kancelář obdržela finanční prostředky nad rámec svého běžného rozpočtu ve výši **12 500 000 Kč**, které rozdělila do sektoru:

- 7 mil. prostřednictvím výzev,
- 1,5 mil. prostřednictvím Českých center na prezentaci českých hudebních umělců v zahraničí,
- 1,5 mil. bylo alokováno na administrativu a propagaci,
- 2,5 mil. bylo alokováno na podporu vybraných exportních projektů a aktivit:
 - prezentace české hudební scény na zahraničních akcích v programu Links OUT (Classical Next, Edinburgh Jazz&Blues Festival, Wide Days, Ritmo, Ship a PIN),
 - vybrané výjimečné exportní projekty: česko-islandský projekt YIELDS – projekce filmu s českou kapelou Please The Trees a turné v US, český festival Let It Roll – organizovaný v UK,
 - výstava věnovaná scénografickému ztvárnění oper Bedřicha Smetany; výstava představila malby, kresby a fotografie zachycující podobu kostýmů a kulis od nejstarších uvedení Smetanových oper až po současné realizace předních českých umělců a umělkyní,
 - vzdělávací aktivity: projekt Českého rozhlasu Radia Wave Czeching, 250 000 Kč bylo přiděleno České hudební radě.

Dopad navýšené podpory alokovaný do hudebního sektoru v roce 2024 se bude hodnotit v druhé polovině roku 2025. Ukázalo se, že absorpční kapacita navýšeného rozpočtu je odpovídající (viz tabulka níže).

Tabulka č. 3: Rok české hudby – čerpání 7 mil. prostřednictvím výzev (v Kč)

VÝZVY Z FINANČNÍCH PROSTŘEDKŮ ROKU ČESKÉ HUDBY				
Název výzvy	Počet žádostí	Počet podpořených projektů	Počet realizovaných projektů	Finanční podpora
INNOVATIVE MUSIC EXPORT	17	6	6	311 000
LINKS OUT*	41	26	20	272 000
LINKS IN	18	11	11	1 500 000
CONNECT CREATE	28	18	17	508 000
CREATE ALTERNATIVA	71	31	28	832 500
CREATE KLASIKA	22	15	14	854 750
ON ROAD 1. KOLO	80	41	38	1 777 830
ON ROAD 2. KOLO	21	8	8	172 000
INTERNATIONAL PR	46	16	16	636 000
CELKEM	344	172	158	6 864 080

* **Links OUT** uvedené v této tabulce jsou podpořené výjezdy na vybrané akce bez účasti proexportní kanceláře SoundCzech. Cílem této výzvy bylo podpořit výjezdy na evropské hudební akce, kde kancelář z nedostatku financí neorganizovala větší prezentaci s networkingovými aktivitami. V rámci oslav Roku české hudby se nabízelo umožnit výjezd českých hudebních profesionálů na vytipované akce Dramaturgickou radou. Výběr byl zaměřen na pokrytí různých žánrů a destinací: Amsterdam Dance Event, Berlin Dance Music Event, BIME Bilbao, BUSH, By:Larm, Focus Wales, Iceland Airwaves, Kontakt Conference, LineCzech, Mastering The Music Business, Sónar Barcelona, Tak Brzmi Miasto, The Mosted Music. **Podáno bylo 41 žádostí, po vyhodnocení byla podpořena účast 20 výjezdů na těchto akcích:** Focus Wales, Sónar Barcelona, Amsterdam Dance Event, Iceland Airwaves, Tak Brzmi Miasto, BIME Bilbao, BUSH – showcase festival).

PODPŮRNÝ PROGRAM LINKS OUT A JEHO VÝVOJ

Program podporuje účast českých hudebních profesionálů (manažerů, promotérů, booking agentů, hudebních novinářů apod.) a umělců na zahraničních veletrzích, konferencích či showcase festivalech, které vybírá kancelář SoundCzech s cílem prezentovat ČR a českou hudební scénu, podporovat a rozvíjet spolupráci se zahraničními partnery. Vybraní čeští delegáti se zavazují účastnit se všech networkingových aktivit organizovaných SC na konkrétní akci. Jde zejména o recepcce a speed meetingy za účasti významných zahraničních delegátů.

Účastníkům se přispívá na cestovní náklady či akreditace spojené s účastí na hudebních akcích. Záleží na vyjednání podmínek s organizátory konkrétní akce. Kancelář lobbuje nejen za ideální podmínky pro české delegáty, ale také za možnosti vystoupení českých hudebních umělců.

Ohledně programu platí pravidlo, že v rámci každé výzvy na podporu účasti hudebních profesionálů na zahraničních veletrzích a festivalech je podpořeno maximálně deset profesionálů. Výjimkou však byly výjezdy na mimoevropské akce organizované z podpory Národního plánu obnovy a v době pandemie

covidu-19, kdy akce v online formátech nabízely možnosti většího množství účastníků za nižších finančních nákladů. Ojedinele v případech jako např. pozvání ze strany organizátora pro vybrané kapely do programu showcase festivalu či českého hudebního profesionála do panelové diskuse. Do většiny výzev na podporu účasti na menších regionálních festivalech/veletrzích se hlásí méně žadatelů (<10), ve většině případů je tedy možné podpořit všechny. U větších evropských a mimoevropských akcí je většinou převis poptávky a lze podpořit polovinu či méně žadatelů.

Změny programu v době pandemie covidu-19: Program Links OUT, v jehož rámci se přispívá hudebním umělcům a profesionálům na cestovní náklady, se rovněž musel změnit. Podpora byla využita na online prezentaci a přístup do online prostředí/aplikací. Formáty showcase festivalů v období pandemie se lišily jak kvalitou, tak přístupem k samotnému dění v online prostředí. Ze strany organizátorů šlo více či méně o pokus, co bude fungovat. Někteří překloupili formát živé akce do aplikace včetně stánků, které mohli registrovaní navštívit a komunikovat přímo se zástupci jednotlivých organizací. Jiní prezentovali převážně videa kapel v kombinaci se živým vystoupením umělců podle aktuálních možností na daném území. V roce 2020 byla většina akcí zrušena, v roce 2021 se již organizátoři adaptovali na vzniklou situaci a snažili se udržet kontinuitu svých akcí v online formátech. Z pohledu kanceláře bylo pozitivní, že mohla podpořit více českých delegátů na jinak velmi nákladných akcích. Díky tomu se podařilo podpořit i více mladých a začínajících umělců a profesionálů, které by nebylo možné v rámci běžných formátů veletrhů a festivalů kvůli finanční náročnosti podpořit.

Původní strategie programu Links OUT byla prezentovat českou hudební scénu na významných evropských trzích, navýšit mobilitu hudebních umělců a profesionálů v sousedních zemích a napomáhat přeshraniční spolupráci v rámci regionu CEE.

V roce 2022 požádala kancelář prostřednictvím IDU o dotaci Ministerstva kultury pro příspěvkové organizace z Národního plánu obnovy. To otevřelo možnosti financovat prezentace na mimoevropských showcase festivalech a konferencích, což nebylo v původním strategickém plánu. Vzhledem k tomu, že v tomto dotačním titulu nebyla daň z přidané hodnoty uznatelným nákladem a IDU neměl jiné zdroje/příjmy, ze kterých by mohl DPH hradit, musely se hledat cesty, jak podpořit hudební sektor bez nákladů DPH. Z tohoto důvodu se nabízelo podpořit výjezdy za hranice Evropy (USA, Kanada, Indie), což by z běžného rozpočtu kanceláře nebylo možné realizovat. Ukázalo se, že prezentace mimo Evropu naplnily svůj účel a již se objevují první pozitivní přínosy pro českou hudební scénu (jak kulturní, tak ekonomické). Delegáti si našli své partnery a již následující rok se objevily první přeshraniční spolupráce (viz **příklady dobré praxe níže**). V roce 2024 končí čerpání finančních prostředků z NPO, ale určitě je na čem stavět do dalších let.

V roce 2024 byl program Links OUT podpořen ze třech různých finančních zdrojů. Prezentace na evropských akcích byla realizována primárně z příspěvku MK (Odbor mezinárodních vztahů a EU) a mimoevropské destinace byly podpořeny z Národního plánu obnovy. Z rozpočtu v rámci oslav Roku české hudby byly hrazeny výjezdy jednotlivců na vybrané evropské akce, na nichž se kancelář SoundCzech neprezentovala a prezentace na akcích (Classical Next, Edinburgh Jazz&Blues Festival, Wide Days, Ritmo, Ship a PIN).

Od roku 2022 prostřednictvím čerpání financí z NPO a Roku české hudby došlo k výraznému navýšení aktivit v rámci programu Links OUT v Evropě, a především mimo Evropu, které se SoundCzech bude snažit udržet formou alespoň minimální podpory výjezdů na vybrané mimoevropské akce i v roce 2025.

Tabulka č. 4: Rozpočet kanceláře SoundCzech na program Links OUT v letech 2022–2024 (v Kč)

Rozpočet Links OUT 2022–2024				
ROK	OMZ	NPO	RČH	CELKEM
2022	1 500 000	700 000		2 200 000
2023	1 180 000	6 685 000		7 865 000
2024	1 184 000	7 500 000	912 000	9 596 000

OMZ – finanční prostředky přidělené z MK (Odbor mezinárodních vztahů a EU)

NPO – finanční prostředky čerpané z Národního plánu obnovy (Dotační titul MK na podporu internacionalizace – Mobilita)

RČH – finanční prostředky získané k tématu oslav Roku české hudby 2024

Dopady programu Links OUT z pohledu administrátorů

- šíření povědomí o České republice, české kultuře a českém hudebním trhu,
- prezentace české hudební scény na významných hudebních akcích,
- možnost networkingu,
- možnost navázání důležitých osobních kontaktů a udržování kontaktů,
- možnost navázání přeshraniční spolupráce,
- reflexe a konfrontace s mezinárodním hudebním trhem,
- povědomí o aktuálních tématech a trendech na konkrétním zahraničním trhu,
- navýšování konkurenceschopnosti české hudební scény.

Krátkodobé dopady programu Links OUT z pohledu profesionálů

Účastníci svou přítomností na akci získávají:

- know-how od úspěšných hudebních profesionálů,
- nadhled a nové strategické uvažování při plánování exportních aktivit,
- nové znalosti a dovednosti, které následně uplatňují ve svém dalším směřování,
- nové kontakty, a především osobní vazby,
- informace a hlubší znalosti o fungování na tamním hudebním trhu.

PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE

K podpůrnému programu Links OUT (festival)

Festival Let It Roll je největším hudebním festivalem žánru drum and bass na světě.

Každoročně jeho letní edici navštíví lidé z více než 80 zemí světa, čímž má zásadní nejen kulturní dopad, ale je zásadním prvkem podpory cestovního ruchu pro celý Středočeský kraj. Dle dat agentury CzechTourism tvoří zahraniční návštěvníci festivalu více než 10 % všech zahraničních návštěvníků Středočeského kraje za celý rok. V rovině ekonomické lze nejlépe dopady festivalu vyjádřit výsledky interní analýzy dopadů festivalu na ekonomiku ČR. Analýza uvádí, že návštěvnost jen letního Let It Rollu iniciuje na úrovni České republiky spotřebu ve výši 221 milionů Kč. Díky vysokému podílu zahraničních návštěvníků se navíc jedná z většiny o prostředky, které by bez festivalu v národní ekonomice chyběly.

Své postavení festival získal kromě unikátní dramaturgie, výjimečné scénografie pódíí a neopakovatelné atmosféře díky propracovanému systému globální propagace. Její klíčovou součástí je projekt Let It Roll On Tour, série hudebních festivalů, která již více než 10 let cestuje po evropských metropolích a umožňuje potenciálním návštěvníkům ochutnat zážitek, který jim nabídne letní festival.

V roce 2024 dostali pořadatelé Let It Roll možnost rozšířit své aktivity o showcasový večer v rámci amerického SXSW, jedné z vůbec největších hudebních akcí na světě. „SXSW patří mezi ty vůbec nejdůležitější hudební akce globálně, možnost se na jejím programu podílet s českou značkou je výjimečným privilegiem,“ říká k tomu Marek Vohralík, který měl projekt na starosti v pořadatelské agentuře Beatworx. „Tuto možnost jsme jako první česká hudební značka dostali i díky mé účasti a networkingu na SXSW v roce 2023, kterou podpořila česká hudební exportní kancelář SoundCzech,“ dodává. Z toho jednoznačně vyplývá, že v případě exportních projektů je zásadní dlouhodobá spolupráce jednotlivých aktérů.

Podpora spolupráce ze strany kanceláře pokračovala i v rámci realizace samotného Let It Roll @SXSW showcasového večera v hudebním klubu The Kingdom, který se nachází přímo v centru dění hudební části SXSW. Exportní kancelář pomohla s pokrytím nákladů na realizaci večera ve výši 35 % celkového rozpočtu. Zbylou část investovala pořadatelská agentura Beatworx. Součástí rozpočtu projektu byla propagace večera, scénografie a samozřejmě dramaturgie; v jejím rámci večer nabídnul vůbec první možnost vystoupit v USA dvěma talentovaným českým producentům (Rido a N:Force). Své umění předvedl také český light designer Jakub Dibdiak. Vzhledem k potřebě ztraktivnění pro místní publikum program doplnili místní producenti Reaper či Justin Hawkes.

Výsledkem projektu je otevření nových příležitostí jak pro hudební značku Let It Roll, tak pro vystupující umělce ve Spojených státech. Na základě vystoupení byli organizátoři osloveni celkem deseti pořadateli a provozovateli venues ve Spojených státech a v Kanadě s nabídkou uspořádání konceptu Let It Roll On Tour, ze kterého by v roce 2025 mělo vzniknout turné v rámci Spojených států ve městech, jako jsou Los Angeles, Las Vegas, Houston, Tampa, Phoenix, Denver, Seattle nebo New York. Zároveň festival prohloubil vztahy s americkými pořadateli a agenty, kteří se SXSW účastní, díky čemuž dochází k usnadnění exportu domácích umělců do USA, ať už formou živých vystoupení nebo v digitální oblasti.

Podpora projektu ze strany SoundCzechu byla klíčová s ohledem na ekonomickou náročnost celého projektu, především vzhledem k vysokým logistickým nákladům. Realizace showcasového večera českého projektu v rámci SXSW dopomohla také k prohloubení spolupráce mezi exportní kanceláří a pořadateli této velmi významné hudební akce, ze které mohou v budoucích letech benefitovat čeští umělci i hudební značky.

K podpůrnému programu Links OUT/Links IN (akce v ČR)

Composers Summit Prague je významnou mezinárodní událostí pro hudební skladatele a producenty hudby v audiovizí a další profesionály z tohoto oboru. Během čtyř let své existence se stala jednou z největších akcí v Evropě ve svém segmentu. Orchestrátor Johna Williamse Conrad Pope k samitu uvedl, že „Praha se stává novým centrem pro skladatele v Evropě“.

Tvorba nové hudby představuje základní pilíř hudebního průmyslu s obrovskou přidanou hodnotou. V uplynulých ročnících se díky Composers Summit Prague podařilo do České republiky dostat světové skladatelské hvězdy jako Harry Gregson-Williams, Christopher Young, Conrad Pope, Mychael Danna, Jeff Beal, Tom Howe, Jesper Kyd a celou řadu dalších a mimo jiné také významné zástupce hudebního průmyslu ze společností Paramount, Sony Entertainment, Songrunner, Radish Music a dalších. Pro rozvoj tvorby nové hudby v audiovizí a její šíření do zahraničí je naprosto zásadní mít platformu, díky které se rozvíjí kreativní a businessové vztahy. Tomáš Borl (student HAMU) o akci řekl: „Summit vnímám jako velkou networkingovou příležitost, kde je možné propojit se s klíčovými lidmi na bázi společného zájmu.“

Vznik kvalitní nové hudby je základním pilířem pro její následný export a placement do filmů, videoher, seriálů, ale také do koncertních projektů, festivalů, rádií, streamovacích platform a v podstatě do všech složek hudebního průmyslu.

V roce 2025 bude Composers Summit Prague hostit na 40 hvězdných hostů z celého světa od USA až po Koreu a zhruba 200 mladých talentů, kteří budou představovat svou tvorbu a rozvíjet své schopnosti a hledat nové příležitosti. Dále přivítá celou řadu dalších profesionálů z oboru a přiveze do ČR i řadu premiér a nového obsahu z audiovizuální hudby. Budou se také účastnit zástupci společností Netflix, Marvel, Paramount, Amazon&MGM a dalších významných lídrů na trhu.

V roce 2023 uzavřel Composers Summit Prague díky iniciativě SoundCzechu strategické partnerství sjednou z nejvýznamnějších událostí hudebního průmyslu na světě MUSEXPO, která se koná každoročně v Los Angeles. Díky této spolupráci se do dalších let zásadně rozvíjí potenciál pro šíření české hudby do zahraničí. Composers Summit Prague již nyní generuje významné příležitosti a realizace v rámci hudebního průmyslu v zahraničí. Příkladem je umístění skladeb českých hudebních skladatelů Petra Wajsara, Zuzany Michlerové a Dominika Svobody do nového filmu *Alarum* (2025) se Sylvesterem Stallonem v hlavní roli, nové realizované projekty pro významné vydavatele hudby v ČR jako například Supraphon, dále natáčení symfonické podoby znělky k sérii *Bořek stavitel* v České republice, otevření strategické spolupráce s prestižní univerzitou Berkley Valencia pro nejtalentovanější české skladatele hudby či nové progresivní hudební projekty, jako je kupříkladu *Streets of Prague* korejské skladatelky Narhe Sol, Elii Cmírala a Aliaksandra Yasinského, dále nově připravované mezinárodní koncertní projekty se společnostmi Paramount či Netflix za účasti českých kreativců a umělců na roky 2025–2027.

SoundCzech v rámci Composers Summit Prague participuje také na realizaci Showcase pro talentované skladatele, která umožňuje navazovat nové vazby a příležitosti pro české talenty. Vítěz soutěže OSA na Composers Summit Prague Michal Worek showcase hodnotí slovy: „Za jeden z největších přínosů Composers Summitu považuji skutečnost, že nám skladatelům dodává víru. Víru v to, že naše skladatelské sny jsou dosažitelné a že tvrdá práce a snaha dostat se na světovou úroveň má smysl.“

Realizace celé akce je velmi náročná produkčně a logisticky a bez pomoci SoundCzechu a dalších významných partnerů (Ministerstvo kultury a hlavní město Praha) by jejich realizace byla nemožná na takovéto mezinárodní úrovni. Stejně jako by bylo bez této podpory velmi náročné realizovat přítomnost takové řady zástupců z hudebního průmyslu z celého světa. Česká republika má v tomto vzkvétajícím oboru velký potenciál a posilování role SoundCzechu je významné pro akceleraci exportu a příležitostí pro českou hudbu na mezinárodním trhu. V roce 2025 se zástupci Composers Summit Prague chystají díky podpoře SoundCzechu na účast na MUSEXPO v Los Angeles, kde se dále budou rozvíjet možnosti spolupráce s touto prestižní akcí. Velice nás potěšilo hodnocení švédského skladatele Glena Gabriela: „Přál bych si, aby takové události existovaly, když jsem byl mnohem mladší. Jedna z hlavních akcí v oboru a nejlépe organizovaná, jakou jsem kdy zažil.“

Ke kompilaci podpůrných programů Links OUT/OnRoad/International PR/Mentoring Session (hudební umělkyně)

MILLI JANATKOVÁ – INDIE 2024

Milli Janatková je autentická performerka, hudebnice a vizuální umělkyně propojující žánry a umělecké obory. Vedle malby a grafiky se věnuje improvizaci a skladbě, zpěvu, hře na kytaru a bicí. Svou autorskou tvorbu představila na festivalech v Indii (Banglanatak.com), v Káthmándú (Nepal Academy of Fine Arts), Paříži (Paris-Prague Jazz Club), Athénách (Blackbox Jazz Festival a Baccara Lefkada) nebo Kodani (Jødisk Kulturfestival). Spolupracovala také s česko-kanadskou hudebnicí Lenkou Lichtenberg na projektu Thieves of Dreams, který získal prestižní ocenění Juno Award (Global Music Album) v Torontu. V Česku vedle klubové scény vystupovala na festivalech Jazz Goes to Town, Mandau Jazz, Colour Meeting, Theatrum Kuks, Dobřšská brána, Space X, Cool v plotě, Folkové prázdniny, Mezi ploty, Sázavafest aj. Od roku 2013 vydala čtyři autorská alba – *Proměna* (2013), *Mým kořenům* (2017), *Hluboko* (2020) a *Klid, prosím!* (2024), která získala několik ocenění – například LIT Talent Awards, The Independent Music Awards (USA) nebo nominaci na prestižní Classic Prague Awards (Crossover).

Milli Janatková spolupracuje s kanceláří SoundCzech od roku 2017. Díky workshopům získala povědomí o propagaci na sociálních sítích, networkingu a hlavně vědomí, že jen talent a autenticita nestačí – i když pomáhají. Podpora účasti na konferencích rozšířila know-how o poznatky ve světě kulturních a kreativních odvětví u nás i v zahraničí. Další konkrétní pomocí byla možnost mentoringu. Tři zkušené osobnosti si vybraly Milli k mentoring sessions – Dijana Lakus, Tersha Willis a Alexandr Smutný. Sessions přinesly autorce podporu v koncertování v zahraničí, finalizaci představy o merchi a tvorbě značky a také pohled ze světa popu.

Napomohla také účast Milli na konferenci Reconnect, kde se díky Monice Klementové (SoundCzech) setkala s Naďou Lhotskou z Českých center. Paní Lhotská přišla na její koncert, a díky tomu, že byla z představení nadšená, předala doporučení dál a vznikla spolupráce s Českým centrem v Athénách a Paříži. Úspěšné koncerty pomohly k prezentaci tvorby Milli, což ovlivnilo i realizaci indického turné.

Poprvé Milli vystupovala v Indii v roce 2018. Díky účasti na hudební konferenci Czech Music Crossroads (2017) se Milli v Ostravě setkala s Amitavou Bhattacharyou, ředitelem organizace Banglanatak.com a producentem zpěvačky Debaliny Bhowmick. Navzájem si předali CD a kontakty. Přesně za rok byla Milli pozvaná na první turné po Západním Bengálsku, kde realizovala šest koncertů na významných místech v Kalkatě a okolí. V době covidu byla autorka přizvána k online účasti na uměleckých festivalech v Indii (5th International Art Festival, Bhuvanéšvar, Dhauli College of Arts nebo Rasamatee Art Festival, Kella). Úspěch v Indii také přinesl Milli pozvání ke koncertování a vystavování v Nepal Academy of Fine Arts v Nepálu.

Dalším indickým státem, který autorka navštívila, byl stát Maháráštra. Díky podpoře účasti na hudební konferenci All About Music v Bombaji, kde byla Milli v roce 2023 součástí české delegace s podporou SoundCzechu, se podařilo navázat nové kontakty, díky nimž se nyní rozšířilo další indické turné. Milli se v Bombaji seznámila mimo jiné se zpěvákem Vajou, který navázal kontakty s organizací Exodus. Ta pořádá dva jazzové festivaly – Mumbai Jazz Festival a Madras Jazz Festival. V době, kdy Milli – opět ve spolupráci s Banglanatak.com – plánovala další turné v listopadu 2024, ji napadlo, že by bylo skvělé navázat na konferenci All About Music, a rozšířit tak turné na více států v Indii. Zajímala se o události, které se dějí v době její cesty v listopadu a prosinci 2024, a kontakty z konference v Bombaji napomohly turné rozšířit. Pomohlo doporučení zpěváka Vaji a také Moniky Klementové (SoundCzech), která se setkala na další konferenci All About Music s ředitelem organizace Exodus. Milli si následně vyhledala, že zmíněné jazzové festivaly se konají 7. a 8. 12., a mohou tak krásně navazovat na nové turné v Západním Bengálsku mezi 19. 11. a 2. 12. Nabídla svou hudbu organizaci Exodus (se zmíněným doporučením z indické i české strany), a tak vzniklo turné ve třech indických státech, kde opět, jako v roce 2018, autorka propojí hudební koncerty s malbou a výstavou. Proběhne také spolupráce se slavnou bengálskou zpěvačkou (Dippanita Acharya) a natáčení.

Výše zmíněná konkrétní podpora kanceláře SoundCzech velmi napomáhá Milli na další tvůrčí cestě; k té je nicméně také potřeba osobní vize a iniciativa, štěstí, kreativita, chuť se dál vzdělávat a překonávat mnohé překážky, včetně vůle být ve správný čas na správném místě. Významný dík patří exportní kanceláři SoundCzech, finanční podpoře z grantů OnRoad a International PR, které napomohly financovat turné v zahraničí.

K podpůrnému programu Links IN (akce v ČR)

Prague Music Week je jedinečná akce propojující hudební konferenci, veletrh a koncertní program, která každoročně přivádí do Prahy přední odborníky, umělce, producenty a fanoušky hudby z Česka i zahraničí.

Tato událost nabízí tři dny plné panelových diskusí, workshopů a setkání zaměřených na klíčové výzvy a trendy v hudebním průmyslu, včetně využití umělé inteligence, diverzity, ekologické udržitelnosti a spravedlivého odměňování umělců. Prague Music Week slouží jako platforma pro vzájemnou výměnu znalostí a inspirace, podporuje inovace a růst v hudebním světě a otevírá nové možnosti pro všechny, kdo chtějí prohloubit své znalosti nebo získat nové kontakty.

Významným prvkem Prague Music Weeku je i hudební veletrh, který představuje technologické inovace a výrobce hudebních nástrojů a dalších produktů nezbytných pro hudební produkci. Prague Music Week je událostí, která otevírá dveře do světa hudby pro všechny generace a rozšiřuje své publikum o mladé talenty i zkušené profesionály.

Ročník 2024 se stal klíčovým bodem, kde se česká hudba setkává se světem a kde začínající umělci dostávají příležitost vystoupit z lokálních hranic na mezinárodní scénu. Prostřednictvím programu, jako je Konference Rok české hudby, se festival zaměřuje na podporu exportu české hudby, což je zásadní pro růst a úspěch našich hudebníků v zahraničí. Jakub Nový, programový ředitel Prague Music Week, vysvětluje: „*Naším cílem je, aby každý český umělec, který sní o zahraniční kariéře, odcházel z festivalu s konkrétními znalostmi, kontakty a odhodláním pokračovat dál. Chceme jim ukázat, že globální úspěch je dosažitelný, pokud mají správné nástroje a strategii.*“

Panel Export české hudby v datech přinesl datový pohled na to, jakým způsobem a za jakých podmínek může česká hudba v zahraničí vyniknout. Diskuse moderovaná Marií Čtveráčkovou a vedená odborníky, jako jsou Tereza Raabová nebo Miloš Hroch, nabídla hluboký vhled do statistik a trendů globálního trhu. Tento datový přístup pomohl umělcům pochopit, kde leží jejich exportní potenciál a jaká čísla stojí za úspěchem na zahraniční scéně. „*Data jsou pro začínající umělce neocenitelným nástrojem. Pomáhají jim nejen rozpoznat trh, ale také stanovit realistická očekávání a vytvořit strategii, která jim přinese skutečný efekt,*“ říká Jakub Nový.

Jedním z nejvíce inspirujících momentů letošního ročníku byla diskuse How Can Czech Artists Succeed Abroad. Tato anglicky vedená diskuse, kterou zaštil SoundCzech, se věnovala otázkám, které čeští umělci nejčastěji řeší při pokusu o průlom na zahraniční trh. Umělci jako Lenny a Redzed sdíleli své zkušenosti s překonáváním výzev, zatímco odborníci jako Rev. Moose a Itamar Cohen nabídli své tipy a strategie pro úspěšný vstup na zahraniční pódia. „*Chceme našim umělcům ukázat, že cestu ven mohou najít skrze autentický přístup, který staví na jejich jedinečném talentu a propojuje je s cílovým publikem. Právě porozumění vlastní identitě a schopnost se jí prezentovat je klíčem k úspěchu,*“ dodává Nový.

Vyvrcholením programu byl závěrečný blok speed meetings, kde se začínající umělci mohli osobně setkat s promotéry, agenty a dalšími odborníky hledajícími nové talenty. „*Speed meetings jsou pro umělce jedinečná příležitost – mohou prezentovat svou tvorbu přímo před lidmi, kteří mají moc jejich kariéru zásadně ovlivnit. Pro mladé umělce je to první krok k tomu, aby se z lokální scény dostali na mezinárodní pódia,*“ říká Jakub Nový. Tento formát osobních setkání poskytuje umělcům nejen zpětnou vazbu, ale i konkrétní rady, které mohou ihned zapracovat do své kariérní strategie. Díky těmto příležitostem Prague Music Week nejen posiluje exportní potenciál české hudby, ale i naději pro generaci nových umělců, kteří touží oslovit publikum daleko za hranicemi České republiky.

Exportní kancelář SoundCzech projekt Prague Music Week 2024 podpořila jako jeden z jeho partnerů, přičemž její příspěvek byl dominantně použit na výlohy spojené s cestovními a ubytovacími náklady zahraničních delegátů. Pod záštitou SoundCzechu také proběhla závěrečná recepce, která byla zásadní networkingovou příležitostí pro všechny umělce, kteří se akce účastnili.

K podpůrnému programu Links OUT (vydavatelství)

Hudební vydavatelství Supraphon je historicky nejvýznamnější českou gramofonovou firmou.

Zástupci vydavatelství měli v letech 2023 a 2024 díky finanční a odborné podpoře SoundCzechu možnost zúčastnit se konference MUSEXPO a prezentovat český hudební katalog a společnost před nejdůležitějšími lidmi filmového průmyslu.

MUSEXPO je největší mezinárodní konference konající se v Los Angeles zaměřená na synchronizační business. Strategicky zvolené místo konání umožňuje pořadatelům pozvat místní profesionální špičky z filmového, televizního, reklamního a hudebního průmyslu. Účastníci konference tak mají možnost během několika dnů osobně navázat kontakt s místními i zahraničními profesionály, kteří konferenci navštíví, otevřít s nimi možnosti obchodní spolupráce a rozšířit si povědomí o tom, jak funguje licencování hudby na americkém trhu.

„Zástupci SoundCzechu ještě před konferencí poskytli profesionální podporu formou seznámení se s průběhem konference a zajištění setkání s pořadatelem Satem Bislou a během konference zajistili možnost prezentace společnosti prostřednictvím panelu v hlavním sále konference a možnost intenzivního networkingu během večera sponzorovaného SoundCzechem, kde se prezentovaly živé hudební projekty českých umělců,“ říká Kristýna Nováková, Publishing a Licensing Manager společnosti Supraphon.

Cílem zástupců vydavatelství Supraphon na konferenci MUSEXPO bylo primárně zvýšit povědomí o české hudbě na americkém filmovém a televizním trhu a prezentovat dosavadní úspěchy společnosti na poli synchronizace, které zahrnují například použití české popové skladby v hollywoodském filmu *Spider Man* nebo klasické české skladby v Oscarem oceněném filmu *Little Women*. Dále možnost navázat s americkými profesionály dlouhodobější spolupráci a dostat se k širším možnostem synchronizovat českou hudbu do amerických audiovizuálních projektů.

„Na základě prezentace katalogu a následného networkingu jsme dojednali spolupráci s americkou společností Star Vibe Group, sídlící v Los Angeles, která se zabývá synchronizací hudby do filmových a televizních projektů. V současné chvíli jsme ve fázi podepisování smlouvy a výběru skladeb, které bude svým klientům společnost nabízet. Dalším významným výstupem s dlouhodobější perspektivou spolupráce bylo navázání na jednání z konference z roku 2023 s music supervisorem Masonem Cooperem, majitelem společnosti Songrunner Entertainment, který stojí za hudebním supervisingem mnoha hollywoodských a nezávislých audiovizuálních projektů. Toto setkání vedlo k upevnění osobních vazeb a nakonec k první úspěšné synchronizační spolupráci pro projekt Alarum – americký film s obsazením Sylvestra Stalloneho, kde zazní skladba Symfonie č. 38 v D dur, K. 504 v provedení Pražské filharmonie a dirigenta Jiřího Bělohlávky licencovaná Supraphonem. Jako další úspěch lze uvést navázání spolupráce se společností Friendly Fire Licensing, která se taktéž zabývá synchronizací hudby do amerických filmů a se kterou jsme od účasti na konferenci MUSEXPO v živé spolupráci na poptávkách hudby pro filmové projekty,“ dodává Nováková.

Díky finanční a odborné profesionální podpoře SoundCzechu zvýšili zástupci Supraphonu šance na licencování české hudby na americkém filmovém a televizním trhu a otevřeli nové příležitosti pro export hudebního katalogu vydavatelství za hranice České republiky.

STŘEDNĚ – A DLOUHODOBÉ DOPADY PROGRAMU LINKS OUT

Střednědobé i dlouhodobé dopady se sledovali pomocí dotazníkového šetření, hloubkových rozhovorů – focus groups a rozhovorů se zahraničními partnery.

Dotazníkové šetření

„Myslím si, že k naplnění cílů činnosti SoundCzechu v několika následujících letech by velmi prospěla koncentrace na teritorium střední Evropy a potom, se silnější pozicí v regionu, se snažit proniknout na další trhy. Mnoho psů, zájcov a smrt.“

„Showcasy jsou hodně specifické prostředí, je potřeba jich zažít několik, aby člověk vůbec pochopil, o co tam jde a jak z toho co nejvíc vytěžit. Nad celkovým přínosem versus cena, protože třeba Womex je hodně drahý, pravidelně bádám a nemám úplně jednoznačnou odpověď, jestli je to cost effective.“

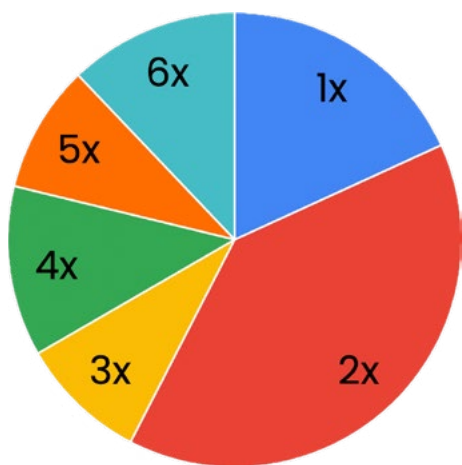
„Mockrát díky za vaši práci. V průběhu let mi SoundCzech v mnoha ohledech skutečně pomohl.“

Složení respondentů

Kdo byl osloven? Dotazník byl rozeslán všem 83 hudebním profesionálům, kteří byli podpořeni v rámci programu Links OUT v průběhu sledovaného období (2018–2023). Návratnost byla okolo 40 % (tj. 33 respondentů), což je velmi dobrý výsledek. Dotazníkové šetření proběhlo v září 2023.

Jak velké zkušenosti mají respondenti s prezentací v zahraničí s podporou SoundCzechu? Jak ukazuje graf č. 1, respondenti častokrát vyjíždějí opakovaně. Pouze necelá pětina z nich (tj. 6 osob ze sledovaného vzorku) vyjela se SoundCzechem pouze jedenkrát (většinou v roce 2022 či 2023). Nejčastější frekvence jsou dva výjezdy (40 %, tj. 13 respondentů). Po třech či čtyřech respondentech vyjelo 3x, 4x, 5x a 6x. Pokud bychom chtěli shrnout situaci jedním číslem, tak čtyři pětiny (82 %) respondentů má zkušenost s opakovaným výjezdem.

Graf č. 1: Zkušenost s opakovanými výjezdy – složení respondentů podpořených SoundCzechem podle počtu zahraničních zkušeností



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat SoundCzechu.

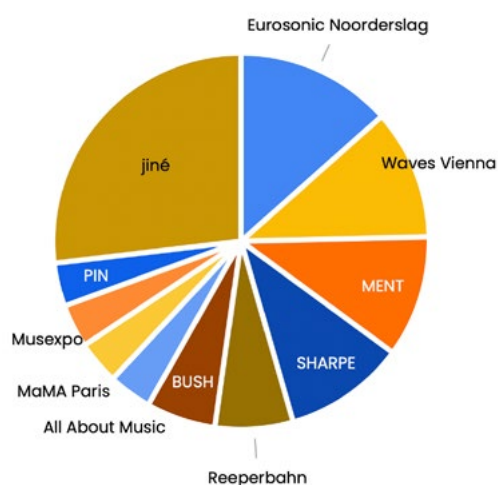
Z pohledu „frekventovaných roků“ z hlediska výjezdů respondentů nejčastěji vyjíždějí v posledním ukončeném sledovaném roce (2022) a v aktuálně běžícím roce (2023) navzdory tomu, že byli osloveni pouze ti respondenti, jejichž podpora již byla vyčerpána.

Tabulka č. 5: Kolik respondentů vyjelo v daném kalendářním roce?²

2018	12
2019	14
2020	10
2021	14
2022	26
2023	20
Celkem	96

Pokud se podíváme na složení respondentů z hlediska navštívených showcase festivalů a veletrhů³, převažují evropské projekty. Nejfrekventovanější je Eurosonic Noorderslag s 18 respondenty. Další častěji zmíněné veletrhy či festivaly jsou Waves Vienna (zkušenost s ním má 15 respondentů), MENT a SHARPE (po 14 respondentech), dále Reeperbahn (9 osob) a BUSH (8 osob). Ostatní⁴ uvádí graf č. 2.

Graf č. 2: Podíl respondentů podle zkušenosti s konkrétním festivalem/veletrhem⁵



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat SoundCzechu.

Mají respondenti i jiné zahraniční zkušenosti nad rámec akcí podpořených SoundCzechem?⁶ V porovnání se zkušenostmi popsány výše lze říci, že další zahraniční zkušenosti jsou marginální⁷. Nejčastěji byl zmíněn festival WOMEX (7x), dále Most Wanted Music a The Great Escape (oba 4x), Nouvelle Prague a PIN (oba 3x). Po dvou zmíněných mají showcase festivaly/veletrhy: Balkan:Most, Czech Music Crossroads, Eurosonic, Future Echoes, IFF, Reeperbahn, Ritmo Budapest a Showcase Scotland. Deset respondentů vyhodnotilo otázku jako pro ně nerelevantní.

Přínosy a dopady

Obecné přínosy a dopady

Jaké přínosy a dopady respondenti popsali s časovým odstupem od svého výjezdu? Jak dlouhodobý dopad vnímají a popisují, když jej mají vlastními slovy formulovat?⁸ Pokud bychom měli odpovědi respondentů

kategorizovat a hledat v nich nějaké opakující se témata, byly by to tři hlavní okruhy související s rolí aktérů v hudebním sektoru, kteří na otázky odpovídali⁹:

Graf 1: **KONTAKTY**: získávání a budování kontaktů pro booking, publishing atd., propojení se zahraniční scénou, utužování vztahů a navázání (až) přátelství, a to jak se zahraničními, tak českými kolegy, scouting umělců.

Graf 2: **OBZORY**: možnost získat vhled do fungování hudebního sektoru v zahraničí (kde je mnohem rozvinutější trh), získávání inspirace, vzdělávání se a učení se v různých oblastech.

Graf 3: **SEBEROZVOJ**: zaznívá ze strany umělců.

Co se dozvíme, pokud se podíváme do jednotlivých okruhů detailněji:

Networking a získávání a budování kontaktů je jednoznačně nejčastěji opakovaným benefitem, který respondenti popisují. Explicitně ho v různé formě zmínili téměř všichni, představuje jednoznačný dopad pro různé role a pozice napříč hudebními profesionály. „Jednoznačně největším přínosem byl networking. Povedlo se mi rozšířit si síť svých kontaktů napříč Evropou i v Kanadě. Nyní když s kapelou plánujeme tour do zahraničí, tak mám vždy na koho se obrátit.“ Budování vztahů se zároveň daří nejen s klíčovými aktéry ze zahraničí, ale i v rámci vyslané skupiny české delegace: „Výjezdy na akce mi přinesly zejména nové kontakty a umožnily mi seznámit se s dalšími kolegy. A to jak z Česka, tak z dalších zemí.“ Hudební manažeři vnímají zahraniční výjezdy jako skvělou příležitost pro hledání nových talentů a scouting: „Objevujeme vycházející talenty, u nichž je velmi důležité zažít živé vystoupení ke zhodnocení potenciálu.“ Tak jako v dotazníku PerformCzechu zaznívá, že vztahy je třeba budovat postupně a dlouhodobě a že až opakované výjezdy mohou mít své plody: „Troufám si říct, že právě až kumulativně častá účast přinesla své ovoce.“

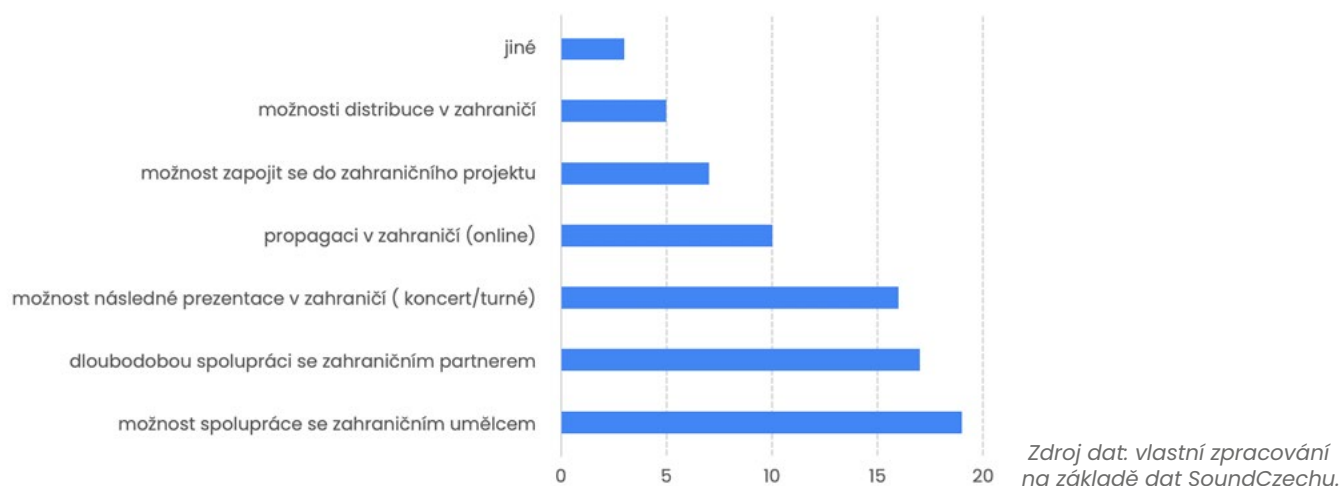
Druhým velmi frekventovaným okruhem je **rozšiřování obzorů, získávání inspirace a vzdělávání se**. Respondenti mluví o obecném nabývání know-how v rámci své pracovní agendy, ale i o příležitosti pro „zasazení věcí do kontextu“ či „možnosti získat vhled do fungování hudebního odvětví na daleko větším a vyvinutějším trhu“. Získání odstupu a porozumění hudební scéně a jejím postupům se v odpovědích opakuje: „pochopení fungování celé ekonomiky okolo daného žánru, získávání přehledu o evropské žánrové scéně a jejím vývoji“, „pochopení systému komunikace zahraničních kontaktů“ či obecnější „rozšíření obzorů v hudbě“. Zaznívají ale i specifické dovednosti (skills), které respondenti zmiňují, jako je rozšíření znalosti v technologickém rozvoji, v DIY artist oblasti či managementu a marketingu jazzové hudby.

Posledním tematickým okruhem, který lze vysledovat mezi respondenty-umělci, je **seberozvoj** v hudební i osobní rovině, který zlepšuje konkurenceschopnost na (nejen zahraničním) hudebním trhu. „Zahraniční akce mi přinesly zdravé sebevědomí, jistotu, zkušenosti [...], které posouvají mou tvorbu dál a přináší nové fanoušky, včetně možností koncertování, uvedení hudby a mediálních výstupů.“ Ale i skeptičtější: „Dodalo nám to jako kapele určité sebevědomí, ale řekl bych, že nás to reálně nikam neposunulo.“

Dopady a přínosy kvantifikované

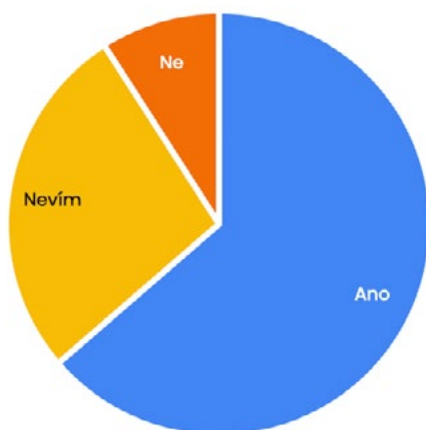
Pokud bychom dali týměž respondentům na výběr očekávatelné dopady z nabídky¹⁰, k jakým by se nejčastěji přiklonili? Více než polovina respondentů vnímá dopad v oblastech rozšíření možností spolupráce se zahraničním umělcem (19 respondentů z 31 relevantních), dále v navázání dlouhodobé spolupráce se zahraničním partnerem (17x zaškrtnuto respondenty) či získání možnosti následné prezentace v zahraničí – na koncertě či turné (16 respondentů z 31). Výběr odpovědí samozřejmě lícuje s rolí, kterou daný respondent reprezentuje (zda se jedná přímo o umělce, popřípadě profesionála v roli bookera či dramaturga). Třetina respondentů uvedla, že díky prezentaci v zahraničí získali online propagaci v zahraničí. Sedmi respondentům (tj. čtvrtina ze vzorku) přinesl program Links OUT příležitost zapojit se do zahraničního projektu (viz graf č. 3 níže).

Graf č. 3: Dopad programu Links OUT



Při výzvě uvést konkrétní příklady¹¹ výše popisovaných dopadů zaznávají odpovědi jako jsou: realizace dohodnutých koncertů či turné, mediální výstupy, distribuce v zahraničí či účast na dalších showcasových festivalech či veletrzích, dále spolupráce s profesionály v hudebním sektoru v rovině PR, distribuce či mezi bookingovými agenturami.

Graf č. 4: Potřeba opakované účasti



Mezi respondenty převažuje názor, že účast a prezentace v zahraničí na showcase festivalech a veletrzích je třeba opakovat¹², aby bylo popisovaných dopadů dosaženo (viz graf č. 4).

Dopad na činnost

Jak zahraniční výjezdy proměnily či ovlivnily strategické uvažování respondentů? A jak se jim nabyté zkušenosti, zjištění a kontakty daří implementovat a využívat v jejich dalších aktivitách?¹³ Odpovědi lze opět kategorizovat pro větší přehlednost do několika okruhů, které se vzájemně prolínají a podporují:

Graf 1: **SEBEVĚDOMÍ**: osobní rozvoj a posílení sebevědomí a konkurenceschopnosti v zahraničí

Graf 2: **KOMPETENCE**: posílení konkrétních kompetencí potřebných v hudebním sektoru

Graf 3: **ZNALOST**: posílení znalostí o dané scéně či postupech v hudební branži

Graf 4: **BOOKING**: udržování přehledu o kvalitě jednotlivých interpretů a trendech v hudebním sektoru pro booking

Když se blíže podíváme na nejfrekventovaněji popisované dopady, tak jsou jimi zejména **kompetence** a s nimi ruku v ruce jdoucí **znalost**. „Myslím více dopředu, rozesíláme tiskové zprávy, mám připravený EPK, kvalitní fotografie a video, aktivně a poměrně úspěšně pracuji se sítěmi.“ Další konkrétní dopady zaznívají zde: „[...] zlepšila naše plánování dramaturgie a bookingu, posílila vazby na největší evropské bookingové agentury, prohloubila mezinárodní spolupráci a exportní aktivity.“ Účast na showcasech a veletrzích taktéž přináší inspiraci do další práce: „Najít znovu nadšení pro bláznivé myšlenky a vytrhnout se ze zajeřité rutiny. V tom jsou showcases užitečné.“ Nebo: „Inspirace po formátové i obsahové stránce, zejména při pořádání konference.“ Někteří respondenti rozvoj svých kompetencí popisují obecněji: „tato zkušenost zlepšila mou schopnost prezentace kapely všemi způsoby“ či „prohlubuje znalosti a možnosti globálních propojení“.

Častěji také respondenti zmiňují, že účast na zahraničních výjezdech jim dává možnost „okoukat“ funkční business modely a postupy, které mohou následně implementovat, a tím zvýšit svou konkurenceschopnost: „zjišťuji, jaké strategie využívají konkurenti, a ujišťuji se, že je naše firma ‚up to date‘“ nebo také „získali jsme lepší vhled do toho, jak fungují zahraniční kluby, festivaly, showcasy, labely, jak probíhá jejich plánování a jaké typy vystupujících jsou pro ně zajímavé“.

Znovu zaznívá, že klíčovým předpokladem, jak ze zahraničního výjezdu vytěžit maximum, je dobrá příprava předem: „[naučilo mě to, že] nejprve [je třeba] připravit taktiku a podle ní až oslovovat konkrétní zdroje, předem mapovat zemi, kam chceme expandovat“. Při detailnějším pohledu lze potom citovat: „uvědomil jsem si mnoho důležitých věcí, jako například zásadní význam osobních kontaktů, time managementu, přímého oslovování venues nebo optimalizace nákladů na touring“.

Nejen ze strany respondentů-umělců zaznívá, že jim zahraniční výjezd dodal **sebevědomí** a snížil pochybnosti o jejich konkurenceschopnosti v zahraničí: „dostat hudbu českého producenta do velkých a zajímavých zahraničních projektů je možné, je však třeba vždy mířit na konkrétní a co nejvíce relevantní osobu/label. Pak i A&R z Atlantic Records může odpovědět na e-mail“ či „více si věřím a díky faktu, že mnoho zajímavých a důležitých lidí ze zahraničí je průběžně nadšených z mé tvorby, hledám cesty, jak se zaměřit [...] i na trh zahraniční. Každá zahraniční zkušenost pomáhá na českém trhu, kdy s každým dalším úspěchem mě bere vážně více publicistů a fanoušků“.

Ze strany bookerů logicky zaznívá především prostor pro získání konkrétních tipů na interprety, scouting, ale i možnost sledovat aktuální zahraniční scénu a být v obraze: „ESNS považuji za jednu z nejlepších možností pro scouting nových umělců“. Důraz na přínos aktivit SoundCzechu zaznívá téměř jako předpoklad pro dobrou práci v bookingu: „začínající booking agent se bez kontaktů a zkušeností z praxe nemůže posunout dopředu“ či „s odstupem bych řekl, že mi v určitých oblastech daly [zkušenosti nabyté s programem SoundCzechu] daleko více než mé bakalářské studium na Arts Managementu VŠE a magisterské studium produkce na DAMU“.

Dopad z geografického pohledu¹⁴

Otázka úspěchu v zahraničí není relevantní pro všechny respondenty, zároveň byla ze strany jednotlivých respondentů interpretována různě. Pokud se nicméně podíváme na země, které napříč odpověďmi zazněly, dominují ty neblíže: Německo, Polsko, Maďarsko a Slovensko. Častěji také zaznělo USA a UK (vždy po 4 respondentech). Další zmíněné země zobrazuje graf č. 5.

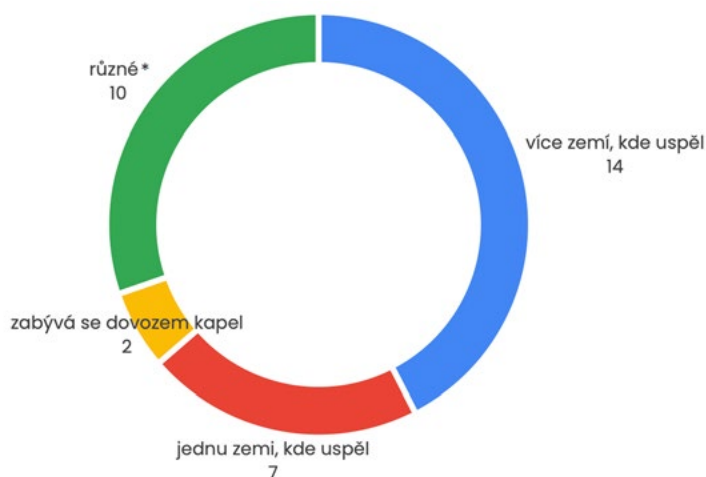
Graf č. 5: Kolikrát byly uvedeny jednotlivé země¹⁵



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat SoundCzechu.

Zhruba polovina respondentů uvedla, že svůj úspěch pozorují ve vícero zemích (14 respondentů z 33). Další čtvrtina pak uvedla jednu konkrétní zemi, kde by potvrdila svůj úspěch. Nicméně jak bylo uvedeno výše, interpretace této otázky je trochu relativní a je třeba brát s rezervou.

Graf č. 6: Respondent uvedl



*=nerelevantní otázka, nevnímají, že by v nějaké konkrétní zemi uspěli, jsou krátce aktivní apod.

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat SoundCzechu.

Rozvoj činnosti SoundCzech

K tématu, jakým směrem by se mohla rozvíjet činnost SoundCzechu, by mohly pomoci přispět odpovědi na poslední tři otázky: Jaké aktivity SoundCzechu vám pomáhají nejvíce? Jaký druh podpory vám chybí? a Co by vám nejvíce pomohlo v prosazení se v zahraničí? Pojďme je projít postupně.

Jaké aktivity SoundCzechu vám pomáhají nejvíce?¹⁶

Nejčastěji respondenti vyjmenovávají **konkrétní showcase festivaly a veletrhy**, kterých se účastnili. Explicitně zaznávají vesměs výše jmenované projekty (Ment, konference PIN, SHARPE, Eurosonic, SXSW, Waves, Reeperbahn, Indie Weeks, MUSEXPO, ale i Czech Music Crossroads). Respondenti jmenují také **konkrétní programy a výzvy**, které SoundCzech nabízí, se kterými mají dobrou zkušenost – Links OUT („nejvíce mi pravděpodobně pomohl Links OUT ve Švédsku rozšířením obzorů“), OnRoad („program OnRoad pro nás fungoval jako motivace a určitá pojistka, že turné budeme schopni zafinancovat“), ProVisit („rozšířila bych ještě více výjezdy do zahraničí na míru konkrétním žadatelům, tj. program ProVisit“) a Mentoring („pomáhá mi i program Mentoring anebo osobní rady a kontakty“).

Zaznívá také v obecné rovině přínos SoundCzechu jako nositele české hudební reprezentace. Když přímo SoundCzech promuje české umělce, tak to má jinou váhu („je jiné, když se kapela promuje sama a když má backup od národní agentury“). K tématu značky SoundCzech a její vizibilitě v zahraničí podrobněji v kapitole Zahraniční partneři. V obecné rovině potom rezonují zejména témata networkingu a finanční pomoci („Jižní Korea byla úspěšná díky pomoci [konkrétní jméno], který měl kontakty v Koreji budované po desítky let“ nebo obě témata souběžně „nejen finanční, ale i podpora při navazování kontaktů“). Zejména v oblasti networkingu se otevírají možnosti, které by jinak než přes zahraniční prezentaci s podporou programů SoundCzechu bylo velmi těžké dosáhnout („kontaktovat profesionály, které bych normálně neměla možnost kontaktovat“).

Jaký druh podpory vám chybí?¹⁷

V odpovědích na tuto otázku nelze pozorovat příliš shody, ale zaznívá několik inspirativních postřehů (např. „songwriting campy v zahraničí i u nás“ či „myslím, že pro většinu kapel by byl důležitý pracovní-psychologický kouč – hodně lidí neví, co chce“)¹⁸. V zásadě lze konstatovat, že každý na danou problematiku nahlíží jinou optikou a s jinou ambicí. Opakovaně zaznívá, že respondenti neví, nebo že jsou s nabídkou spokojeni tak, jak je („Aktivity jsou dostatečné, čím ve větší míře budou, tím budou více prospěšné.“). Navzdory tomu se najdou dvakrát či třikrát opakovaná témata. Prvním z nich je situace s českými booking agenty – z odpovědí lze vyčíst, že je těžké takovou osobu s potřebnými kompetencemi a kontakty na trhu najít („tuzemská scéna aktuálně trpí nedostatkem hudebních profesionálů, možná by mohly pomoci motivační kampaně, vzdělávací workshopy [cílené na budoucí bookery]“). O to horší situace je potom u nemainstreamových žánrů, jako je jazz („jazzový booking agent a manažer k víceletému projektu propagace české jazzové scény v zahraničí“) či elektronika („[chybí] profesní rozvoj českých promotérů a bookerů v této oblasti [myšleno v elektronické hudbě“). Druhou oblastí, která zazněla opakovaně, je větší termínová flexibilita v programech a výzvách („pravidelné/celoroční vypisování programu OnRoad“ či „stačilo by nám, kdyby možnost podpory byla flexibilní, jelikož vůbec nevíme, kdy se nám potvrdí možnost turné – a tyhle věci jsou často velmi last minute“).

Co by vám nejvíce pomohlo v prosazení se v zahraničí?¹⁹

Stejně jako u otázky k chybějící podpoře i zde panuje spíše rozmanitost než shoda napříč tématy. Zároveň lze už pozorovat opakování dříve zmíněných témat (lepší PR a marketing, finance, booking agenti). Dvakrát zazní, že by nejvíce pomohlo jen více času či pozvolnost. Opakuje se zejména očekávatelná klíčová aktivita SoundCzechu, a tou je networking v různých oblastech a s různými rolemi v hudební branži („setkání s manažery na místních venues“, „navázání spolupráce se zahraničními rádii, playlisty“, „možnost osobního kontaktu se zahraničními promotéry, bookery“).

Focus groups

„Vlastně za ten rok, co jsem se SoundCzechem, tak můžu říct, že je těch kontaktů, které mám, [...] absolutní většina díky těm výjezdům. A to by se mi nepodařilo. [...] já bych nebyla schopna si to zafinancovat sama. Takže pro mě je vaše podpora zcela zásadní.“

Zdrojová data

Tato část zprávy se zabývá interpretací focus groups se zaměřením na přínosy a dopady výzev programu Links OUT. Setkání skupin proběhla 10. září 2024 a v rámci skupiny SoundCzech zde diskutovali účastníci třech kulatých stolů rozdělených podle hlavní profese účastníků na manažery, zástupce festivalů a umělce samotné.²⁰ Pozváni byli především ti aktéři, kteří opakovaně se SoundCzechem vyjíždí prezentovat do zahraničí, a mají díky tomu delší zkušenost s jednotlivými aktivitami a výzvami a zároveň mohou sledovat jejich dopad již s odstupem času. V každé skupině byl navíc zastoupen zapisovatel a facilitátor, který diskusi vedl dle předem připravených tematických okruhů. Každá focus group v průběhu diskuse u stolů sestavila shrnutí, které potom bylo prezentováno v širokém plénu pro ostatní přítomné (i společně se zástupci programu PerformCzech). Analýza přínosů a výzev vychází jednak z doslovných přepisů facilitovaných diskusí u jednotlivých stolů, jednak ze zápisů a společné závěrečné diskuse. Jedná se o interpretaci přínosů a dopadů, jak je pojmenovávají sami skupinová účastníci.

Přínosy a dopady

Přínosy a dopady jsou pro přehlednost rozděleny do několika skupin podle zastřešujících témat a ponechány ve formě strukturovaného textu:

REPREZENTACE a PROPAGACE: výjezd do zahraničí pod záštitou IDU je forma kulturní diplomacie, a tudíž je jeho podpora výhodná pro stát:

- Reprezentace země a její umělecké scény včetně města či místa, odkud umělec pochází.
- Propagace češtiny v hudbě (čeština v hudbě v zahraničí funguje překvapivě dobře).
- Propagace nejen sebe, ale i dalších českých umělců a platforem (výsledkem je solidarita a spolupráce v oboru).
- Propojování kultur podporuje mezinárodní vztahy.

„Reprezentujeme tu zemi a tu scénu jako takovou a každý máme v hlavě nějaký seznam, který doporučujeme, a hlavně tam fungujeme i jako propojky, protože k nám třeba ty festivaly mluví jinak, než mluví k těm kapelám.“

OBZORY: výjezd do zahraničí přes nabízené programy přináší nové zkušenosti, znalosti, růst, rozvoj a zvýšení konkurenceschopnosti na zahraničním trhu i kvality české tvorby:

- Výjezd je „reality check“ (otestuje se, kde lze budovat trhy a spolupráci a kde ne).
- Růst českého hudebního sektoru, nutno propojit více s dalšími segmenty kultury (hudba je ve všem a zasahuje do mnoha oborů i oblastí života).
- Zvýšení standardu hudebního trhu na evropský/celosvětový (tři české festivaly už jsou v evropské top 20).

- Zkvalitňování programové nabídky festivalů.
- Know-how v oblasti organizování festivalů (peníze, bezpečnost, koridory) vede ke zvýšení konkurenceschopnosti festivalů.
- Porozumění mezinárodní scéně (srovnání s ostatními: některé země mají obrovskou státní podporu pro hudbu, např. Kanada či severské země).
- Zvýšení kvality české tvorby ve vztahu k mezinárodní úrovni (viz postupné zlepšování českých účastníků Eurovize v posledních letech).
- Komplexní vzdělávání umělců. Získávání zkušeností pro různé oblasti práce je inspirativní: s jiným typem publika, se zahraničními umělci a trhem či s úplně odlišným prostředím (Uganda). Díky získávání zkušeností roste motivace k práci a rozvoji (růstu), prohlubuje se cesta k samostatnosti a uvědomění si nutnosti seberozvoje.

„Zvyšujeme nějakou konkurenceschopnost v rámci toho, že díky třeba bookingu kapely přijde víc lidí, ale je to i o tom, že se celá ta akce zvedá nebo jde s dobou, nezůstaneme jenom tady v Česku, neuděláme si to po svém, ale jak se to dělá venku [...] tak vlastně jako že najednou i díky těm výjezdům nemáme standard český, ale světový nebo evropský. To je podle mě strašně důležitý.“

KONTAKTY A NETWORKING: důležitým dopadem je získávání nových kontaktů (a jejich udržování) a síťování v zahraničí i v ČR:

- Dochází k upevňování vztahů i na české scéně a roste její soudržnost.
- Networking dovnitř i ven pro celou skupinu (teambuilding): důležité pro následnou spolupráci (na menších akcích jde networking lépe).
- Koordinace a podpora na místě pomáhá úspěšnému networkingu.
- Kontakt se zahraničními profesionály.
- Propojenost s jinými mezinárodními subjekty.
- Nové zahraniční kontakty a inspirace – to bez osobního kontaktu nelze.
- Kontakty se budují roky, nutno je udržovat dlouhodobě.
- Na evropském či mezinárodním trhu probíhá mezi exportními kancelářemi (a podobnými subjekty) soutěž, kdo „zaplní prostor“ – je nutné tam být osobně.

„Tak už to, že se vidíme, že jim trošku o sobě řeknu, že jsem i právníčka a že vlastně pracuju pro naši PR, tak to pro ně už má zviditelnění a vidí ten obličej, takže ten osobní kontakt pak udělá hrozně moc a vlastně za ten rok, co jsem se SoundCzechem, tak můžu říct, že je těch kontaktů, které mám, [...] absolutní většina díky těm výjezdům. A to by se mi nepodařilo. A zároveň tím, že vlastně je ta agentura mladá a finančně to není zatím úplně ryto, tak já bych nebyla schopna si to zafinancovat sama. Takže pro mě je vaše podpora zcela zásadní.“

EKONOMICKÉ DOPADY: skupiny účastníků velmi tematizovaly ekonomické dopady zahraničních výjezdů; podpora je primárně investice, která se státu vyplácí:

- Monetizace.
- Podpora zahraničních výjezdů je státní investice, která zpětně přinese income ve formě daní a tržeb z turismu.

„Čili bych to nepojmenoval jako podporu ze strany státu, ale jako investici. To je prostě investice, která se tomu státu vrací.“

- Čerpání zahraničních peněz do ČR skrze evropské projekty (což stále umíme málo).
- Multiplikační efekty: domluvené koncerty přinesou další diváky, turisty, peníze.
- Výzvy pomáhají narovnávat nevyvážený hudební trh.

„Já vidím, jak ten evropský trh je celý deformovaný amerikanizací a západními mechanismy toho trhu, kdy sem americké kapely jezdí na ten trh vydělávat peníze, jsou propagované, tlačené médii a pak člověk chce jet tam a je to nemožné, protože je to komplikované, nehledě na to se tam prosadit. Takže je tam určitá velká nevyváženost v tomhle.“

SPOLUPRÁCE: výjezdy do zahraničí přináší konkrétní formy spolupráce se zahraničními umělci a jsou nutným předpokladem k dovozu zahraničních umělců do ČR:

- Spolupracovat se zahraničními umělci nelze bez kontaktů a networkingu.
- SoundCzech je odrazový můstek ke zhmotnění spolupráce a následné monetizaci.
- Vznik nových projektů založených na spolupráci s novými zahraničními kontakty.
- Dovoz zahraničních umělců do ČR.

Co ovlivňuje přínosy a dopady

Z hlediska výzev účastníci oceňují jejich rozmanitost a propojenost, mají konkrétní návrhy na jejich obměňování, zejména showcase festivaly jsou dostatečně pokryty (nebo možná až příliš), obor synchronizace potřebuje naopak doplnit. Účastníci doporučují udělat spíše menší počet akcí, více profilovaných s větší podporou, aby mohlo jet více lidí. *„Mění se jenom část, že se to nemění každý rok celé, protože někdy je důležité tam jet dvakrát, třikrát, aby člověk kontakty udržel, protože první rok je vždycky jenom na to rozkoukat se. Ale zároveň je důležité, že jsou tam i nová místa, kam se vydat. A nejsou to jenom velké akce, jsou to i menší akce, žánrové. Ten výběr je relevantní.“*

Účastníci focus groups navrhuji více sledovat a vyhodnocovat **poměr finanční náročnosti výjezdů s dopadem** (tedy sledovat efektivitu). Vyzdvihují důležitost viditelnosti vlastní země, pomáhá česká recepce na místě či koordinace a podpora na místě (pro networking). Některé výzvy je nutno dofinancovávat z jiných zdrojů, což může být problém. Pozitivně je hodnocena výzva ProVisit, kde je místní průvodce, který pomáhá s orientací. Naopak výzva OnRoad je třeba, aby byla otevřená bez omezení po celý rok, aby se mohla lépe využít na turné (několik uzávěrek během roku). Problém nastává i s cestou do USA, kde nestačí časové omezení výzvy kvůli dlouhé administrativě pracovních víz. Informace o získání podpory na festival také často přichází pozdě a těžko se stihne rezervace festivalu a ubytování v místě. Ve focus groups bylo také navrženo udělat různé typy výzev podle toho, jak je člověk dlouho v oboru: existuje rozpor, zda podporovat opakované žadatele, kteří už jsou úspěšní a lépe výzvy využívají z hlediska přínosů a dopadů, nebo naopak žadatele nové.

Co se příjemců týká, **informací** je dostatek a jsou relevantní, pro začátečníky je orientace složitější. Problém nastává i pro umělce, pokud si dělá sám i produkci a manažera, nedají se možnosti výjezdu plně využít. Zároveň na výzvy reaguje jen určitý **typ příjemců** – ne komerční hudebníci a ne úplný underground. Účastníci výzkumu se shodují v tom, že by tvrději postihovali neúčast na plánovaném výjezdu.

Administrativa žádosti i následného vyúčtování je jednoduchá oproti jiným grantům. Problémem může být cashflow, zejména pro chudé umělce (málo inkluzivní). Je třeba připravit manuál, co vše je třeba zajistit před výjezdem. Je nutná **příprava** před výjezdem (domluvení schůzek předem) a plánování cílů pobytu, takovýto postup výrazně zvyšuje dopad a přínosy cesty. Může pomoci i živé setkání (např. focus group nebo společný call).

Závěrečná zpráva nepostihuje dlouhodobé dopady a reálné výstupy, účastníci navrhuji formulář pro zhodnocení, který by se vyplňoval jednou ročně, aby se daly zaznamenat dopady/přínosy. Ty jsou totiž z velké části dlouhodobé a těžko měřitelné. Je třeba je hodnotit až po delší době. IDU by mohl shromažďovat např. i **success stories** (příklady dobré praxe) jako motivační nástroj pro nové žadatele.

Role SoundCzechu (a potažmo IDU) je v podpoře hudby nenahraditelná, má dlouhodobé zkušenosti, know-how pro networking a jiné důležité dovednosti a znalosti, kontakty; jedná se o nezávislou instituci.

Dopady a přínosy zvyšují opakované výjezdy, zejména do USA nebo jinam mimo Evropu. Některé kontakty, a zejména provázání se zahraničními trhy, se budují roky. Z tohoto důvodu je nutné zajistit **kontinuitu financování**, neboť existuje obava, že když skončí Národní plán obnovy, může financování tohoto typu aktivit a programů skončit také. Bylo by přínosné, kdyby se podařilo docílit mezesektorového financování (např. spoluprací s Ministerstvem průmyslu a obchodu). Chybí ale **dlouhodobá vize** kulturní politiky státu, což kontinuitě škodí, jiné země jsou v tomto ohledu výrazně napřed a investují obrovské prostředky do podpory hudebního průmyslu. U nás se v tomto ohledu daří více filmovému průmyslu; účastníci se shodují, že chybí profesionalizace **mezioborové spolupráce** mezi filmovým a hudebním průmyslem, např. role music supervisor. Je třeba také pracovat na českém trhu a investovat do osvěty a vzdělání českého publika, protože hudební trh se v současné době dynamicky proměňuje. „A na to je potřeba být připravený, mít nějakou vizi, aby se to mohlo nějak rozvíjet dál. A je potřeba na to reagovat bezprostředně. Lidi se nezajímají o ty věci tolik, nebo zajímají se jinak, a nás by mělo zajímat jak, proč to tak je a kam to směřuje [...]. Ale je potřeba mluvit s mladými lidmi. V rámci toho SoundCzechu dělat osvětové přednášky třeba na uměleckých školách nebo i na jiných, aby to vykuklo z téhle bubliny, nebo na učilištích, pro to publikum. Snažit se dosáhnout na to prostředí, které je od toho odtržené.“

Rozhovory se zahraničními partnery

„Vždycky se mi líbila ta vaše hra se slovy. SoundCzech. Na showcase eventech a skrze projekty jako ESNS nebo network EMEE jste dobře viditelní a známí, minimálně z mé perspektivy jako kolegy.“

„Dobře známá značka uvnitř mezinárodního hudebního ekosystému, zejména napříč evropským hudebním průmyslem.“

Vyhodnocení brandu (značky), činnosti a viditelnosti SoundCzechu v zahraničí vychází ze strukturovaných rozhovorů se zahraničními partnery. Konkrétně se jedná o pět zahraničních expertů²¹ z pěti různých evropských zemí: Polsko, Rakousko, Irsko, Belgie a Srbsko.

Zahraniční partneři vnímají značku SoundCzech pozitivně. Na mezinárodní půdě, zejména na velkých eventech v Evropě (např. ESNS²²) i v USA (např. SXSW²³), je dobře viditelná. V klíčové asociaci zabývající se exportem evropské hudby (EMEE²⁴) je SoundCzech jeden ze zakládajících členů. Experti oceňují zejména zkušený a kvalifikovaný team, neboť značku tvoří také její lidé. „SoundCzech přispívá ke svému zviditelnění dobře organizovanými showcasy, kvalitními panelovými diskusemi a aktivní účastí na mezinárodních eventech. Značka SoundCzech je výrazem kvality, protože se nejen účastní, ale i přináší do mezinárodního prostředí své zkušenosti a znalosti v expertních panelech.“ (Tamara Kamińska).

SoundCzech je vnímán jako velmi dobrý, důvěryhodný, nápomocný a kolegiální partner. Má výbornou znalost evropského hudebního ekosystému a zvládá propojovat širší mezinárodní hudební komunitu s českou hudební scénou. Je iniciativní na evropských hudebních eventech a nejenže propaguje a podporuje českou hudbu, ale pomáhá propojovat a podporovat celý region střední a východní Evropy. „Vnímám SoundCzech jako cenného partnera, který nabízí smysluplné možnosti spolupráce. Ještě jednou bych chtěla vyzdvihnout, že máte výborný tým, se kterým se skvěle spolupracuje, ale je zároveň neuvěřitelně nápomocný a kolegiální.“ (Zorica Tepić)

Komunikace a marketing je podle oslovených partnerů srozumitelná, efektivní a profesionální. Pozitivně je hodnocen i vizuál propagačních materiálů. SoundCzech v tomto ohledu ukazuje dlouhodobě celistvý a srozumitelný obraz své organizace.

Kvalita informací a dalších služeb v oblasti networkingu je výborná. Propojování je profesionální a přínosné, navíc se daří i dlouhodobá péče o kontakty. „Vytváříte příležitosti pro významná setkání, která často vedou k dlouhodobým kontaktům a spolupráci, což je jeden z nejcennějších přínosů vaší práce.“ (Tamara Kamińska)

SoundCzech je podle partnerů viděn téměř na každé větší mezinárodní akci – a to nejen jako účastník, ale i jako expert, který aktivně spoluvytváří diskusi a směřování oboru.

Zviditelňování hudební scény je běh na dlouhou trať (a SoundCzech ještě tolik časoprostoru jako PerformCzech neměl), jak je vnímána česká hudební scéna v jednotlivých zemích? V Belgii a Irsku není česká umělecká scéna příliš známá, v Rakousku je vnímána spíše klasická hudba skrze české hudební skladatele působící ve Vídni, se současnou hudbou je to komplikovanější, ale povědomí o české hudbě se zde začíná objevovat. Polská hudební scéna k české vzhlíží, v Srbsku je vnímán velký prostor pro spolupráci vzhledem k vzájemné podobnosti. V mezinárodním ohledu je česká scéna vnímána zejména skrze aktivity SoundCzechu v oblasti showcase festivalů, kde sklízí úspěchy. „Začíná se objevovat povědomí o české současné hudbě zejména díky opakované účasti na eventech typu Waves.“ (Franz Hergovich)

ZHODNOCENÍ PROGRAMU LINKS OUT A PLÁN HUDEBNÍ KANCELÁŘE DO BUDOUČNA

Pro SoundCzech – a potažmo českou hudební scénu – je udržování každoroční české účasti na mezinárodních odborných hudebních akcích zásadní. Čerpání financí z NPO umožnilo navázat interakci mezi českými a mimoevropskými profesionály. Účast na akcích v USA, Kanadě a Indii posílila možnosti budoucí spolupráce, čehož je potřeba nyní využít. Můžeme konstatovat, že za relativně malé finanční prostředky je možné pomocí networkingu a kontinuální prezentace české hudební scény posílit rozvoj mezinárodní spolupráce na těchto významných mimoevropských trzích.

USA

Spojené státy mají v hudbě klíčový význam, přestože vstup do prostředí živé hudby je opravdu obtížný kvůli požadavkům na vízovou povinnost (pracovní vízum). Jen málokterý umělec by byl schopen své působení financovat tak, aby se v USA mohl dlouhodobě rozvíjet. Na druhou stranu se přístup do USA prostřednictvím synchronizace jeví jako výhodnějším. Vzhledem k tomu, že se Česká republika podílí na nahrávání hudby pro filmový průmysl, věříme, že by tato skutečnost mohla podpořit export hudebních skladatelů a autorů a prostřednictvím tohoto zviditelnění iniciovat živá vystoupení.

- **MUSEXPO**, Los Angeles a Burbank, Kalifornie

Mezinárodní konference MUSEXPO dala českým hudebním vydavatelstvím a profesionálům orientovaným na synchronizaci nezměrný impuls. Již nyní probíhají další jednání o budoucí spolupráci s hudební akcí Composers Summit (viz Příklady dobré praxe).

Prostřednictvím účasti na MUSEXPO 2023 pozval SoundCzech generálního ředitele MUSEXPO, Sata Bislu, do České republiky na konferenci ReConnect organizovanou proexportní kancelář v Brně, což posílilo spolupráci mezi organizátory akce Composers Summit a MUSEXPO v roce 2024. V rámci dubnového Composers Summitu navštívilo Prahu šest pozvaných amerických odborníků a do budoucna se plánuje ještě hlubší spolupráce. Hudební produkce a nahrávací průmysl v České republice je uznávaný a vnímán jako na velmi vysoké úrovni, ale pro zviditelnění a posílení globální přítomnosti českých skladatelů je třeba učinit další kroky. Věříme, že pokračování české účasti na veletrhu MUSEXPO je elementárním zájmem české hudební scény. Zastavení vývoje by zmrazilo jakékoliv další kroky a učinilo by z dosavadních vynaložených nákladů převážně promarněné

investice. V tuto chvíli by při všech přípravách, předchozích investicích a podpoře mohla mít aktivita v příštích letech mnohem větší hodnotu, než jsou vynaložené finanční prostředky. Podpora 3–5 českých delegátů s alespoň jedním vystupujícím umělcem by mohla zajistit kontinuitu dlouhodobé spolupráce. Zároveň by se tím zdůraznilo, že Česká republika může být strategickým a dlouhodobým partnerem při budování kulturních mostů.

- **South By Southwest (SXSW), Austin, Texas**

SXSW je největší americká a jedna z největších světových hudebních odborných konferencí. Od svého počátku (1987) však původně pouze hudební zaměření se rozšířilo i na film, média a kreativní odvětví. Tato akce je také klíčovým bodem pro globální technologická inovační centra a také pro Evropskou unii.

Kancelář měla v roce 2023 zásadní zastoupení, organizovala český stánek ve spolupráci s agenturou CzechInvest a českým velvyslanectvím v USA, představila české umělce a propojovala hudební ekosystém. V roce 2024 navázala kontakty s kulturní komisí EU a USA a brněnskou agenturou Brno Innovation s potenciálem nového partnerství pro společnou prezentaci v roce 2025. Věříme, že zachování alespoň minimální přítomnosti (podpora, 3–5 profesionálů) bude mít několikanásobný efekt, neboť podle našeho vyjednávání s organizátory by čeští profesionálové a případně umělci byli zařazeni i do B2B networkingových programů pro evropské hudební exportní kanceláře, stejně jako oficiálního programu EU.

- **A2IM IndieWeek, New York**

IndieWeek je zásadní akcí pro hudební profesionály a umělce v oblasti nezávislé hudby. Každý rok se akce účastní zástupci asociace (Platforma českých nezávislých výrobců zvukových záznamů) sdružující česká nezávislá vydavatelství. SoundCzech v loňském roce navíc organizoval velmi úspěšný Showcase českých hudebních umělců a panel prezentující příležitosti na českém hudebním trhu. Kancelář v New Yorku navázala důležité kontakty, které je potřeba udržovat. Věříme, že zachování kontinuity spolupráce s A2IM a minimální přítomnosti (3–5 profesionálů) bude mít několikanásobný efekt.

INDIE

Celosvětově je indický hudební sektor nejrychleji rostoucí hudební scénou. Ačkoli západní a další země se stále drží zpátky s vkládáním svých prostředků do rozvoje spolupráce, domníváme se, že čím dříve budeme schopni vybudovat mosty, tím silnější odezvu budou mít čeští umělci a profesionálové na tomto rozvíjejícím se hudebním trhu.

- **India International Music Week, Goa**

SoundCzech byl první hudební exportní kancelář z Evropy, a to díky čerpání finančních prostředků z NPO, která se v roce 2023 účastnila hudební konference All About Music. Cílem prezentace české hudební scény na hudebních akcích je rozvoj spolupráce v Indii. Prostřednictvím účasti na konferenci došlo během posledních dvou let k mnoha dalším posunům, několik českých umělců dostalo možnost vystoupit v Indii (Aiko, Badfocus, Milli Janatková, Cult of Fire). Čeští umělci jsou nyní v celosvětově nejrychleji rostoucí zemi velmi respektovaní a mají dobré postavení. V roce 2025 se SoundCzech s malou delegací zúčastní první mezinárodní hudební konference Indian Music Week společně s dalšími třemi evropskými zeměmi; program je podporován programem Evropské unie LIVEMX. Indie by však měla zůstat v plánech i do budoucna, a to kvůli významným a dosud nevyužitým možnostem.

Výběr prioritních evropských akcí dle žánrového zastoupení

- **Eurosonic Noorderslag** (Groningen, Holandsko): ESNS je největší evropskou akcí zaměřenou na živou hudbu, které se účastní přes 4 000 profesionálů. Slouží také jako každoroční místo setkání mnoha evropských, ale i světových asociací, jako jsou například European Music Exporters Exchange (EMEE), European Festival Association (YOUROPE), International Music Managers Forum (IMMF).
- **Jazzahead** (Brémy, Německo) je každoroční veletrh a přehlídka jazzové hudby. Jelikož se jedná o jednu z mála hudebních akcí zaměřených na jazz v Evropě, je prezentace české jazzové scény velmi důležitá. SoundCzech v rámci podpory této scény hostí český stánek a lobuje za prezentaci českých umělců.
- **Classical: NEXT** (Berlín, Německo) je každoroční veletrh nezávislé klasické hudby. Kancelář SoundCzech se v rámci Roku české hudby v roce 2024 prezentovala formou českého stánku. SoundCzech plánuje zůstat na této akci jako vystavovatel, pokud to rozpočet dovolí, neboť jde o jednu ze zásadních akcí v oblasti klasické hudby.
- **WOMEX** (putovní akce) je každoroční nezávislý veletrh zaměřený na world music. SoundCzech plánuje zůstat na této akci jako vystavovatel, pokud to rozpočet dovolí, neboť ze strany českých hudebních profesionálů je o tuto zásadní akci v oblasti world music stále velký zájem.

Výběr prioritních regionálních akcí

- **MENT** (Lublaň, Slovinsko) je nejvýznamnější přehlídka balkánské hudby, která je podle českých profesionálů nejnavštěvovanější odbornou akcí v regionu. Kancelář každý rok organizuje networkingové akce, panely a prezentuje mnoho českých hudebních umělců.
- **SHARPE** (Bratislava, Slovensko) je hlavní slovenská showcaseová akce. Jelikož Slovensko a Česká republika jsou si kulturně i ekonomicky nejbližšími zeměmi, je účast na této akci samozřejmostí.
- **Tak Brzmi Miasto** (Krakov, Polsko) – Polsko je podle výzkumu EMEE zemí s největší konzumací hudby v regionu CEE, pro české profesionály je proto zásadní zemí, se kterou by se měli propojit. V posledních několika letech se bohužel nenašlo mnoho možností, jak propojování napomoci. V roce 2025 plánujeme prezentaci, neboť akce je klíčovým bodem pro propojení s krakovským regionem.
- **Budapest Ritmo** (Budapešť, Maďarsko) je setkání folkové hudby a world music. Ritmo je jedna z nejlépe propojených evropských akcí na poli world music se silným napojením na Českou republiku.

Výběr dalších relevantních evropských akcí

- **Tallinn Music Week** (Tallinn, Estonsko) je hudební konference, které se účastní hudební profesionálové z Pobaltí a Skandinávie. Jako taková je vstupním bodem do těchto zemí.
- **Amsterdam Dance Event** (Amsterdam, Holandsko) je každoroční setkání elektronické hudební scény. V posledních letech nabírá na obrátkách, pro české elektronické producenty je tudíž relevantní se této akce účastnit.
- **Fifty Lab** (Brusel, Belgie) je belgický networkingový a showcaseový festival, který efektivně spojuje evropský sektor živé hudby.
- **PIN** (Skopje, Makedonie) – ačkoliv tato konference svou velikostí není tak velká jako ostatní akce v regionu, je výjimečná svou pohostinností a v průběhu posledních let se stala jedním z klíčových míst pro setkání východo-, západo- a jihoevropských profesionálů.

Další strategické destinace podle rozpočtových možností:

- **Německo:** Klíčový trh pro českou hudební scénu. Najít vhodnou akci je stále úkolem. V posledních šesti letech se kancelář SoundCzech účastnila konferencí Reeperbahn, C/O Pop, Music Match a Most Wanted in Music. Závěrem je, že německé regiony situované blíže českým hranicím jsou více propojené s naší hudební scénou a jsou více otevřené novým možnostem spolupráce. Nicméně v případě, že to rozpočet dovolí a prezentace bude efektivně uchopena, mohla by být účast na jednom z největších evropských showcase festivalů Reeperbahn v Hamburku přínosná.
- **Francie:** MAMA Event je akce, která by dávala smysl pro české hudební profesionály mířící na francouzský trh, ale zatím ji na základě zkušeností hodnotíme jako stále značně uzavřenou a zaměřenou na lokální trh.
- **Itálie:** Konference LineCheck se v minulosti kancelář účastnila a určitě by bylo přínosné se k prezentaci české hudební scény na této akci vrátit, ale zatím o ni není ze strany české hudební scény takový zájem jako o jiné regionální akce.
- **Španělsko:** Alhambra Monkey Week je každoročním místem setkání umělců a hudebních profesionálů ze španělské nezávislé hudební scény s delegáty z jiných částí Evropy, Latinské Ameriky či jiných částí světa.
- **Velká Británie:** Po brexitu zájem o výjezdy do Velké Británie na několik let klesl. Nicméně případná dohoda o vízové povinnosti by mohla napomoci přeshraniční spolupráci mezi EU a UK. Věříme, že by mohlo být strategickým krokem začít navštěvovat více akcí v tomto regionu. Podle našich zkušeností je efektivní navštívit akce menšího rozsahu, jako jsou **Wide Days**, **Focus Wales** či **Ireland Music Week**.

ZÁVĚR

Výstupy jednotlivých fází výzkumu přesvědčivě demonstrují, že role proexportní hudební kanceláře SoundCzech je v podpoře české hudební scény nenahraditelná. Mezi hlavními důvody, proč tomu tak je, je možné zdůraznit, že se jedná o nezávislou instituci, která má za hranicemi ČR již vybudované své jméno. Je jednou z nejaktivnějších hudebních kancelářů v Evropě, disponuje mezinárodními kontakty, má dlouhodobé zkušenosti, know-how pro networking a jiné důležité dovednosti a znalosti pro rozvoj a implementaci efektivních exportních nástrojů. Stala se partnerem a kontaktním místem nejen pro aktéry na českém hudebním trhu, ale i na evropské úrovni. Zároveň aktivity SoundCzechu dokáží efektivně napomáhat rozvoji české hudební scény, a tím zvyšovat její konkurenceschopnost a vhodným zaměřením prezentovat celou širší hudební scénu na mezinárodním hudebním trhu. A konečně zvyšují rovněž prezentaci české kultury a přispívají ke kulturní diplomacii.

Dopady a přínosy zvyšují opakované výjezdy, zejména do USA nebo jinam mimo Evropu. Některé kontakty – a zejména provázání se zahraničními trhy – se budují roky. Z tohoto důvodu je nutné zajistit kontinuitu financování. V opačném případě by šlo o nevyužitě možnosti a dosavadní investice by byly promarněny.

Přes velmi pozitivní hodnocení v sektoru zároveň existuje obava, že po skončení Národního plánu obnovy může financování tohoto typu aktivit a programů skončit také. Kancelář se bude snažit získat další zdroje financování, aby se zachovala alespoň minimální kontinuita exportních aktivit v programu Links OUT v Evropě i mimo ni. Bylo by přínosné, kdyby se podařilo docílit mezisektorového financování (např. spoluprací s MPO).

Pokud by se nepodařilo zajistit dostatečné financování prezentace v zahraničí prostřednictvím nezávislé kanceláře, existuje zde hrozba, že by se namísto potřeb sektoru prezentovali na akcích nekoordinované jednotlivci či společnosti zastupující pouze své zájmy a nereprezentující českou kulturu a hudební scénu jako celek.

- [1] Otázky byly dodatečně očíslovány pro snazší orientaci v původním dotazníku (jsou sdruženy do tematických bloků, které nekorespondují vždy s pořadím v dotazníku). V poznámkách pod čarou jsou uvedeny původní (někdy mírně krácené) znění otázek.
- OT 1 – V jakém roce jste čerpal/a podporu proexportní kanceláře SoundCzech?
- [2] Respondenti mohli vyjždět v jednom roce na několik různých zahraničních výjezdů či prezentací. Tabulka ukazuje, kolik osob daný rok vyjelo alespoň jednou.
- [3] OT 2 – Jakých akcí jste se zúčastnil/a?
- [4] Výčet všech zmíněných festivalů je uveden v samostatném přiloženém dokumentu.
- [5] Počet zmínění jednotlivých festivalů neodpovídá počtu respondentů – každý z nich mohl vyjet libovolněkrát (viz výše) i opakovaně.
- [6] OT 3 – Pokud jste se účastnili jiných showcasových zahraničních akcí než výše vyjmenovaných (i bez podpory SC), uveďte jakých.
- [7] Data mohou být zkreslena špatně formulovanou otázkou (typologie odpovědí tomu napovídá).
- [8] OT 4 – Napište, čím byla účast na konkrétních akcích přínosná pro váš profesní rozvoj a pro vaše budoucí exportní aktivity.
- [9] Kategorizace koresponduje s výstupy z focus groups (interpretace z obou zdrojů byla průběžně koordinována).
- [10] OT 7 – Přinesla vám účast na zahraničních akcích v programu Links OUT nové možnosti působení v zahraničí? V jaké oblasti? Dva z respondentů uvedli, že otázka není pro jejich roli/pozici relevantní. Respondenti mohli zaškrtnout více odpovědí.
- [11] OT 8 – Pokud jste zaškrtnli některé z políček, uveďte konkrétní příklady. Celkem 6 respondentů uvedlo, že otázka pro jejich pozici není relevantní.
- [12] OT 5 – Bylo potřeba účastnit se jedné akce vícekrát, aby byla přínosná?
- [13] OT 6 – Jak účast na dané akci ovlivnila vaše strategické uvažování? Podařilo se vám implementovat novou zkušenost do vašich exportních či jiných aktivit? Prosím, rozveďte.
- [14] OT 10 – V jaké zemi se vám podařilo uspět? (Tato otázka se nevztahuje pouze na země, na které cílí podporu SoundCzech.)
- [15] Plochy jednotlivých barev reprezentují frekvenci zmínění dané země.
- [16] OT 11 – Proč tomu tak bylo? Uveďte, jaké aktivity podporované/organizované SoundCzechem vám pomohly nejvíce?
- [17] OT 13 – Jaký konkrétní druh podpory vám chybí k profesnímu rozvoji a ke zvýšení konkurenceschopnosti?
- [18] Odpovědi na všechny otevřené otázky jsou v uvedeny v sousedním samostatném souboru.
- [19] OT – 12 Co by vám nejvíce pomohlo v prosazení se v zahraničí?
- [20] Je třeba dodat, že prakticky žádný z účastníků se nevěnoval pouze této jedné profesi, většinou zasahovali i do profesí ostatních (tj. umělci byli i manažery a naopak).
- [21] Julien Fournier (Belgie), Angela Dorgan (Irsko), Tamara Kamińska (Polsko), Franz Hergovich (Rakousko) a Zorica Tepić (Srbsko).
- [22] Největší a nejvýznamnější mezinárodní hudební festival v Evropě (Nizozemsko) Eurosonic Noorderslag, více na <https://esns.nl/en/>.
- [23] Americký (Austin, Texas) multižánrový showcase festival South by Southwest, více na <https://www.sxsw.com/>.
- [24] Mezinárodní asociace sdružující evropské státní i regionální hudební exportní kanceláře European Music Exporters Exchange, více na <https://www.europeanmusic.eu/>.

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

- **Tabulka 1:** Počet podpořených projektů/jednotlivců v podpůrných programech v letech 2017–2024
- **Tabulka 2:** Rozpočet kanceláře SoundCzech, prezentace na veletrzích a festivalech v letech 2017–2024 a finanční prostředky k oslavám Roku české hudby (v Kč)
- **Tabulka 3:** Rok české hudby – čerpání 7 milionů prostřednictvím výzev (v Kč)
- **Tabulka 4:** Rozpočet kanceláře SoundCzech na program Links OUT v letech 2022–2024 (v Kč)
- **Tabulka 5:** Kolik respondentů vyjelo v daném kalendářním roce?
- **Graf 1:** Zkušenost s opakovanými výjezdy – složení respondentů podpořených SoundCzechem podle počtu zahraničních zkušeností
- **Graf 2:** Podíl respondentů podle zkušenosti s konkrétním festivalem/veletrhem
- **Graf 3:** Dopad programu Links OUT
- **Graf 4:** Potřeba opakované účasti
- **Graf 5:** Kolikrát byly uvedeny jednotlivé země
- **Graf 6:** Respondent uvedl

ZDROJE

Dotazníkové šetření SoundCzech realizované v září 2023.

Focus groups SoundCzech realizované 10. září 2024.

Strukturované rozhovory se zahraničními partnery realizované v září 2024.