

VARIETY

— RUSSIA —



КРОМЕШНИК, ОН ЖЕ **ДЖУД ЛО**
ХРАНИТЕЛИ СНОВ. 3D. С Т Р . **62**

AFM 2012
 RUSSIA'S FILM
 DISTRIBUTION MARKET
 P. 66



6+

КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ «БАРВИХА LUXURY VILLAGE» ПРЕДСТАВЛЯЕТ:

1 ДЕКАБРЯ
суббота
19.00

Крис де Бург

ПЕРВЫЙ КОНЦЕРТ ЕВРОПЕЙСКОГО ТУРА
CHRIS DE BURGH & BAND – LIVE IN CONCERT 2013

*Мода приходит и уходит. А я занимаюсь чем-то другим.
То, что я делаю, – это и есть я. Мои песни пишутся случайно.
Они появляются из ниоткуда. Я закрываю глаза и вижу песню,
как будто это кино, кино у меня в голове...*

Крис де Бург

Мало кто из нынешних звезд может похвастать почти 40-летней привязанностью слушателей. Успех Криса де Бурга нельзя назвать иначе как тотальным. Более 3000 концертов по всему миру, 20 студийных альбомов, 50 миллионов проданных пластинок, более 200 золотых и платиновых дисков и – никаких скандальных историй.

Ни один сборник романтической музыки не обходится без его баллад. Удивительно, но с годами волшебство бархатного голоса Криса де Бурга только усиливается. Как и дефицит по-настоящему красивой, искренней музыки.

На концерте в «Барвиха Luxury Village», предваряющем широкомасштабное европейское турне Криса де Бурга и его группы, прозвучат как песни с новейшего альбома Home (2012), так и знаменитые хиты, в том числе Moonlight and Vodka и Lady in Red, столь любимые российскими поклонниками певца.

Последний романтик, Крис де Бург, как и мечтал когда-то, достиг звезд.

В этот вечер он будет дарить их вам!

ЗАКАЗ БИЛЕТОВ: 933 33 99

ПРОДАЖА БИЛЕТОВ:
ЦУМ, УЛ. ПЕТРОВКА, 2;
БАРВИХА LUXURY VILLAGE,
8-Й КМ РУБЛЕВО-УСПЕНСКОГО ШОССЕ

**КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ
БАРВИХА
LUXURY VILLAGE**

ON-LINE ПРОДАЖИ
www.barvikhaconcerthall.ru



VARIETY RUSSIA

VARIETY RUSSIA

Главный редактор ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ

Editor-in-Chief CATHERINE MTSITOURIDZE

Арт-директор ИЛЬЯ ЗАСЛАВСКИЙ
Ответственный секретарь АНАСТАСИЯ ДУГИНОВА
Бильд-редактор НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВА
Верстка и препресс ВАСИЛИЙ СМИРНОВ

Art Director ILYA ZASLAVSKIY
Executive Secretary ANASTASIA DUGINOVA
Photo Editor NATALYA ALEXANDROVA
Design and Prepress VASILII SMIRNOV

Контент-редактор СТАНИСЛАВ ЗЕЛЬВЕНСКИЙ («Афиша»)
Редактор отдела аналитики НИКОЛАЙ ЛАРИОНОВ
Редактор отдела статистики СВЕТЛАНА ПОЛИКАРПОВА
Редакторы отдела переводов АЛЕКСЕЙ МЕДВЕДЕВ, НАТАЛИЯ ПЫЛАЕВА
Корректор НАТАЛИЯ УЖИК
Системный администратор АНТОН МИНАКОВ
Программист РОМАН НЕСНОВ

Content Editor STANISLAV ZELVENSKY (Afisha)
Head of Analytics Department NIKOLAY LARIONOV
Head of Statistics Department SVETLANA POLIKARPOVA
Translation Editors ALEXEY MEDVEDEV, NATALIYA PYLAEVA
Proofreader NATALIYA UZHNIK
System Administrator ANTON MINAKOV
Software Specialist ROMAN NESNOV

Издатель ДМИТРИЙ ЛИТВИНОВ

Publisher DMITRY LITVINOV

Совет директоров
ДМИТРИЙ ЛИТВИНОВ
АЛЬБЕРТО ЛОПЕС (УК)
ЕКАТЕРИНА МЦИТУРИДЗЕ
НАТАЛЬЯ РОГАЛЬ
АНДРЕЙ ШИШКАНОВ

Board of Directors
DMITRY LITVINOV
ALBERTO LOPEZ (UK)
CATHERINE MTSITOURIDZE
NATALYA ROGAL
ANDREY SHISHKANOV

Управляющий директор КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВ
Директор по рекламе АЛЕКСЕЙ ГОРЕЛОВ
Управляющий директор ДАРЬЯ ХАВЧЕНКО (Украина)
Менеджер по рекламе МАРИЯ ШАБАНОВА
Главный бухгалтер ЕКАТЕРИНА ТИХОНОВА
Директор по производству СЕРГЕЙ РАСТЕГАЕВ
Менеджер по распространению АНАСТАСИЯ ХАНИНОВА
Директор по логистике КИРИЛЛ АВДОШИН

Managing Director KONSTANTIN ALEXANDROV
Advertising Director ALEXEY GORELOV
Managing Director DARIA HAVCHENKO (Ukraine)
Advertising Manager MARIA SHABANOVA
Head Accountant EKATERINA TIKHONOVA
Production Director SERGEY RASTEGAYEV
Distribution Manager ANASTASIA HANINOVA
Head of Logistics KYRILL AVDOSHOV

Variety Russia
выражает благодарность
Александр Аюпов
Федор Бондарчук
Герман Греф
Павел Гусев
Андрей Денисов
Вадим Дымов
Вадим Зингман
Сергей Иванов
Алексей Кудрин
Сергей Лавров
Марк Лоло
Валентина Матвиенко
Александр Медведев
Мирослав Мельник
Денис Молчанов
Дмитрий Песков
Константин Ремчуков
Виталий Савельев
Николай Сенкевич
Вадим Смирнов
Даниил Тонконоженко
Вячеслав Фетисов
Лидия Хесед
Константин Эрнст
Валентин Юдашкин

Авторы
Рейчел Абрамс
Екатерина Барабаш
(«Интерфакс»)
Питер Барт
Андрей Белый
Владимир Боровой
(«Коммерсантъ Деньги»)
Олег Бородулин
Ольга Гончарова
Марк Грейзер
Никита Карцев
Эльза Кесласси
Стив Кларк
Дейв МакНэри
Крис Моррис
Уилл Тизард
Эндрю Уолленстайн
Джастин Чанг
Ольга Шакина
Пейдж Элбиниак
Лариса Юсипова
(«Известия»)

Переводчики
Александр Беляев
Ольга Гринкруг
Остап Кармоди
Эндрю Поттс
Ксения Прасолова
Анастасия Ротер
Ирина Румянцева
Антон Свиarenко

Шрифты
Дмитрий Растворцев
Мария Скопина

Fonts
Dmitry Rastvortsev
Maria Skopina

Фотографы
Виктор Горбачев
Максим Морев

Обложка:
Имонн МакКейб
CameraPress / FOTODOM.ru

Photographers
Victor Gorbachev
Maxim Morev

Cover:
Eamonn McCabe
CameraPress / FOTODOM.RU

ADVERTISING

ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

РЕКЛАМЫ ОБРАЩАТЬСЯ

GORELOV@VARIETYRUSSIA.COM
+7 985 761 5815
АЛЕКСЕЙ ГОРЕЛОВ

ПО ВОПРОСАМ РАЗМЕЩЕНИЯ
РЕКЛАМЫ СЕГМЕНТА КИНО
ОБРАЩАТЬСЯ

ADV@VARIETYRUSSIA.COM
+7 967 021 4771
КОНСТАНТИН АЛЕКСАНДРОВ

Authors
Rachel Abrams
Ekaterina Barabash
(Interfax)
Peter Bart
Andrei Bely
Vladimir Borovoy
(Kommersant Dengi)
Oleg Borodulin
Olga Goncharova
Marc Graser
Nikita Kartsev
Elsa Keslassy
Steve Clarke
Dave McNary
Chris Morris
Will Tizard
Andrew Wallenstein
Justin Chang
Olga Shakina
Paige Albiniak
Larisa Yusipova
(Izvestia)

Translators
Alexandr Belyaev
Olga Grinkrug
Ostap Karmodi
Andrew Potts
Ksenia Prasolova
Anastasia Rother
Irina Rumyantseva
Anton Svinarenko

Variety Russia
would like to say thank you
Alexandr Akopov
Fedor Bondarchuk
German Gref
Pavel Gusev
Andrey Denisov
Vadim Dymov
Vadim Zingman
Sergey Ivanov
Alexey Kudrin
Sergey Lavrov
Mark Lolo
Valentina Matvienko
Alexandr Medvedev
Miroslav Melnik
Denis Molchanov
Dmitry Peskov
Konstantin Remchukov
Vitaly Savelyev
Nikolay Senkevich
Vadim Smirnov
Daniil Tonkonozhenko
Vyacheslav Fetisov
Lydia Khesed
Konstantin Ernst
Valentin Yudashkin



Учредитель:
ООО «Группа компаний «Планета Информ»
127051, Москва, Малый Суварский пер.,
д. 9, стр. 1, офис 36

Издатель:
ООО «Вэрайти Раша»
115093, Москва, Большая Серпуховская,
д. 44, офис 19

Адрес редакции:
105064, Москва, Нижний Сусальный пер., д. 5, стр. 10
этаж 4, телефон: (495) 785 6282

Ежемесячный журнал Variety Russia (№8) ноябрь 2012 года
Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор),
свидетельство ПИ № ФС77-48307 от 27.01.2012

Типография:
Oy Scanweb Ab,
Korjalankatu 27, 45101 Kouvola
Подписано в печать: 25.10.2012. Тираж: 45 000

Отдел распространения:
e-mail: sub@varietyrussia.com, телефон: +7 (495) 785 6282

Места распространения:
Los Angeles, USA: American Film Market
Россия: рестораны Novikov Group (novikovgroup.ru); рестораны холдинга GINZA PROJECT (ginzaproject.ru);
рестораны GINZA PROJECT (г. Санкт-Петербург): «Терраса», «Мансарда»; магазины «Республика»;
танцевальные клубы Galla Dance (galladance.ru); ресторан Clumba Club (clumba-club.ru);
ресторан «Москафе» (mos-cafe.ru); ресторан Uilliam's (uilliams.ru); ресторан «Шехтель»; Osteria Numero Uno;
кафе «Галерея»; клуб «Солянка»; ресторан «У Джузеппе»; Safe Brocard; (пуризм)кафе; ресторан Kinki; White Cafe; бутик «Винный погребок»;
салоны красоты Jacques Dessanges; Moscow Country Club; отель «Астория» (г. Санкт-Петербург); «Шератон Палас Отель»;
МИД РФ;

кинокомпания «Двадцатый век Фокс СНГ»; кинокомпания «АМЕДИА»;
компания WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING (WDSSPR); группа компаний Star Media;
СТС Media; ТНТ-Телесеть; Телекомпания РЕН ТВ; Телеканал MTV Россия; ТРК «Петербург – Пятый канал» (5 канал)
«ПрофМедиа» – информационно-издательский холдинг; Продюсерский центр Андрея Кончаловского



REED BUSINESS INFORMATION

Variety International
President Neil Stiles
Publisher Michel Sobrino-Sterns
Editor-in-Chief Timothy M. Gray
Director of Marketing Kimberley Hume
International Director Alberto Lopez

Los Angeles:
Advertising: 00 1 323 617 9275, editorial: 00 1 323 617 9100
New York:
Advertising: 00 1 646 746 7002, editorial: 00 1 323 746 7001
London / Paris:
Advertising / editorial: 0 44 207 911 1701



SMOLENSKY JUST DELUXE*

КЛУБНЫЙ ДОМ В 3-Х МИНУТАХ ОТ СТАРОГО АРБАТА

ПЕНТХАУСЫ (495) **925.47.47** АПАРТАМЕНТЫ

SMOLENSKY DE LUXE — великолепный пример клубного дома самого высокого класса в центре Москвы. Респектабельное местоположение, стильная авторская архитектура, изысканный дизайн. . . Истинная роскошь не нуждается в громких словах.

* Это просто Де Люкс. Just Deluxe.

www.smolensky-de-luxe.ru

ДОНСТРОЙ



👁 ХАМФРИ БОГАРТ И ИНГРИД БЕРГМАН
В ФИЛЬМЕ «КАСАБЛАНКА», 1942

Ильза:

Я была не уверена, что ты тот же.
Когда мы встречались в последний раз...

Рик:

...La Belle Aurore.

Ильза:

Как мило, ты не забыл...
Ну конечно, это было в день, когда немцы вошли в Париж.

Рик:

Такой день не забудешь.

Ильза:

Нет.

Рик:

Я помню все, все подробности.
Немцы были в сером, ты – в голубом.

Этот фильм называют в числе любимых миллионы людей – самых разных поколений, социальных статусов и убеждений. Сегодня в кино таких диалогов больше нет, хотя в жизни и не стало меньше любви. Сегодня считается чем-то неловким снимать про любовь. Про войны, мутантов, про маляков, придурков или, напротив, гениев, про катастрофы – пожалуйста. Скандалы, интриги, расследования.

«Нет ничего опаснее, чем быть модным», – писал Оскар Уайльд. Ужасно хочется пожелать современному кино поменьше актуальности. «Любовь всегда обещает несбыточное и заставляет верить в невозможное», – сказал он же. Разве не за этим мы ходим в кино?

Столько серьезных лиц кругом, и напыщенных фраз, и море терминологии, спецэффекты опять же, уже 4 поколения, а на экране пусто.

А в это время в другом полушарии, противоположном от нас, дают май. Получается, ноябрь тоже Весна.

Е.М.



Подчиняется вам, а не дороге

Новое поколение М-Класса



Испытайте все преимущества нового внедорожника М-Класса
и получите незабываемые ощущения от вождения.
Запишитесь на тест-драйв в удобное для вас время.



Mercedes-Benz



V REVIEW

ХРАНИТЕЛИ СНОВ

ВОСХИТИТЬСЯ ТУТ, КОНЕЧНО, ЕСТЬ ЧЕМ, ОСОБЕННО В 3D-ФОРМАТЕ: ВИЗУАЛЬНЫМ КОНСУЛЬТАНТОМ ВЫСТУПИЛ САМ РОДЖЕР ДИКИНС (ROGER DEAKINS), ДА И ВЛИЯНИЕ ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОДЮСЕРА ГИЛЬЕРМО ДЕЛЬ ТОРО (GUILLERMO DEL TORO) УГАДЫВАЕТСЯ В КАЖДОМ КАДРЕ. В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ С 22 НОЯБРЯ.

62

14

V EXPECTS

СЦЕНАРНЫЙ ПЛАН

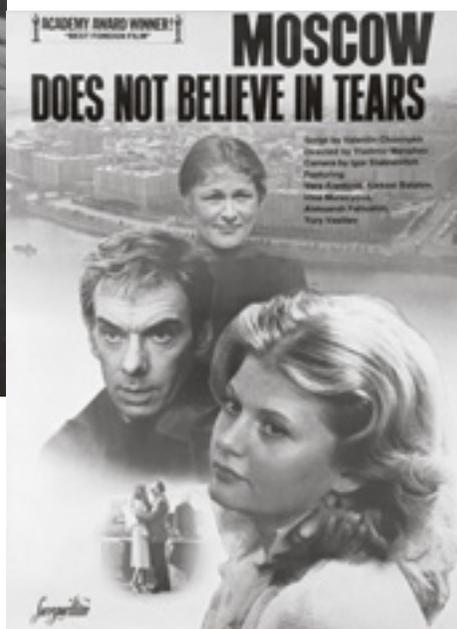
В МИНИСТЕРСТВЕ КУЛЬТУРЫ РАЗРАБАТЫВАЮТ ПЛАН СПАСЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНО. ОБРАЗ ВРАГА СФОРМИРОВАН - КРУПНОБЮДЖЕТНОЕ КИНО НЕМЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА. ТО, ЧТО БУДЕТ ПРЕДЛОЖЕНО В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА, НАЗЫВАЕТСЯ «ДОРОЖНОЙ КАРТОЙ». ЛАРИСА ЮСИПОВА РАЗГЛЯДЫВАЕТ КОНТУРЫ БУДУЩЕЙ КАРТЫ И ОБОЗРЕВАЕТ ПЛАН МЕСТНОСТИ.



V TOP STORY

ПЛАКАТ НА ЭКСПОРТ

БОЛЕЕ 50 АФИШ РАЗНЫХ ЛЕТ (ОТ 1930-Х ДО 1990-Х), СОЗДАННЫХ КОМПАНИЕЙ «СОВЭКСПОРТФИЛЬМ» (СЕГОДНЯ РОСКИНО) К ФИЛЬМАМ, УЧАСТВУЮЩИМ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ФЕСТИВАЛЯХ И ИМЕВШИМ ЗАРУБЕЖНЫЙ ПРОКАТ, БУДУТ ВЫСТАВЛЕНЫ В МОСКВЕ: ФРАНЦУЗСКИЕ, АНГЛИЙСКИЕ, ИСПАНСКИЕ И ДАЖЕ АРАБСКИЕ ПЛАКАТЫ К ФИЛЬМАМ ИЗ ЗОЛОТОЙ КОЛЛЕКЦИИ НАШЕГО КИНО.



V INTERVIEW

АРТИЗАНСКОЕ ДВИЖЕНИЕ

АНДРЕЙ КОНЧАЛОВСКИЙ:
«ПЕРЕСТРОИТЬ, СТРУКТУРИРОВАТЬ, КОМИТЕТ, ФОНД, НЕ ФОНД - ЭТИ ВСЕ ПЕРЕСТАНОВКИ ПОХОЖИ НА ИГРЫ НАПЕРСТОЧНИКОВ. «А ВЫ, ДРУЗЬЯ, КАК НИ САДИТЕСЬ, ВСЁ В МУЗЫКАНТЫ НЕ ГОДИТЕСЬ». ПОСКОЛЬКУ У НАС ВЕРТИКАЛЬ ВЛАСТИ, ВСЕ ЗАВИСИТ ОТ ПРЕЗИДЕНТА. ПОКА ПРЕЗИДЕНТУ НЕ БУДЕТ ВМЕЩЕНО В СОЗНАНИЕ, ЧТО НАДО ЗАНИМАТЬСЯ РУССКОЙ КУЛЬТУРОЙ НА БОЛЕЕ ГЛУБОКОМ УРОВНЕ, ЧТО ЭТО ВАЖНЕЕ, ЧЕМ ВООРУЖЕНИЕ, НИЧЕГО НЕ ПОЛУЧИТСЯ».

20

CONTENT

SLANGUAGE

ПОЛЕЗНЫЕ СЛОВА НА J, K, L

с. 10

V LINE-UP

КРАСОТА ПО-АМЕРИКАНСКИ

РЕКОРДЫ AFM

РИМСКОЕ БРАВО

РИМ ВРЕМЕН МАРКО МЮЛЛЕРА

с. 12

V EXPECTS

СЦЕНАРНЫЙ ПЛАН

ЛАРИСА ЮСИПОВА О СЦЕНАРИЯХ

РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО КИНО

с. 14

V FED BACK

НЕБО ЛОНДОНА

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ КЛАСС

ИТОГИ ФЕСТИВАЛЕЙ В ЛОНДОНЕ И «2-IN-1»

с. 18

V FED BACK

ПОСЛЕ ЗАВТРА

BUSSAN RIOT

ИТОГИ «2MORROW»

И ПУСАНСКОГО КИНОСМОТРА

с. 19

V TOP STORY

ПЛАКАТ НА ЭКСПОРТ

с. 20

V CAL

КАЛЕНДАРЬ СОБЫТИЙ

НОЯБРЯ

с. 26

V INTERVIEW

АРТИЗАНСКОЕ ДВИЖЕНИЕ

АНДРЕЙ КОНЧАЛОВСКИЙ О КРУАССАНАХ,

СТИМУЛЯЦИИ И УОЛЛ-СТРИТ

с. 58

V REVIEW

«ХРАНИТЕЛИ СНОВ», «ГАЗЕТЧИК»

И ДРУГИЕ РЕВЬЮ НОЯБРСКИХ РЕЛИЗОВ

с. 62

V AFM SPECIAL

CINEMA AND THE STATE

СПЕЦПРОЕКТ К АМЕРИКАНСКОМУ

КИНОРЫНКУ

с. 66

V CONGRATS

VARIETY ПОЗДРАВЛЯЕТ ДРУЗЕЙ

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ

с. 70

BUSINESSBLOCK

V BOX OFFICE

МИРОВОЙ ПРОКАТ

с. 30

V BUSINESS NEWS

МИНЮСТ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ

ТЕЛЕИНДУСТРИЯ США

НА ПОРОГЕ ПЕРЕМЕН

ТРУБОПРОВОД

СЕТЕВОЙ ВИДЕОСТРИМИНГ

КАК ВИД ДОСУГА

МЕЧТАТЕЛИ

DWA ОСВАИВАЕТ

НОВЫЕ РЫНКИ

с. 32

V ITEMS

БЕЗ ДЖОБСА

APPLE И DISNEY ЭПОХИ

ПОСТДЖОБСА

с. 34

V ITEMS

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СОБРАТ

UNIVERSAL ТЕРЯЕТ ВЕС

с. 36

V PROD

СТУДИЙНЫЙ БИЗНЕС

ВЛАДИМИР БОРОВОЙ

ТЕСТИРУЕТ ГЛАВНЫЕ

КИНОСТУДИИ РОССИИ

с. 38

V MARKET

СТРОЙКОМПЛЕКС

РЫНОК КИНОПОКАЗА

В РОССИИ ДЕМОНСТРИРУЕТ

УВЕРЕННЫЙ РОСТ

с. 42

V TECH

ЧЕТВЕРТАЯ ВЫСОТА

ВСЛЕД ЗА 3D И IMAX В КИНО

ПРИХОДИТ 4DX

с. 46

V TECH

АЛЬЯНС НА ПРОКАТ

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ

ОБЪЕДИНЯЮТСЯ ДЛЯ

СОВМЕСТНОЙ ДИСТРИБУЦИИ

с. 47

V VOD

ВЫСОКИЕ ЗАПРОСЫ

VOD НА ФРАНЦУЗСКОМ

МЕДИЙНОМ РЫНКЕ

с. 48

V INTER

ЭФИР – ДЕЛО ТОНКОЕ

NICE! I LIKE IT!

КАЗАХСКИЙ ФЕНОМЕН

с. 50

V TV RANKING

БЕЗВРЕМЕННАЯ УТРАТА

ФАЛЬСТАРТ НОВОГО СЕЗОНА

НА АМЕРИКАНСКОМ ТВ

с. 52

V TV RANKING

СЕЗОН ВОЖДЕЙ

ОЛЬГА ГОНЧАРОВА О СЕРИАЛЬНОМ

БУМЕ НА РОССИЙСКОМ ТВ

с. 54

V TV MARKET

БОЛЬШАЯ ПЕРЕМЕНА

ТРЕНДЫ ИНДУСТРИИ

НА MIPCOM 2012

с. 56

58

VARIETY ПРОДОЛЖАЕТ ПУБЛИКОВАТЬ СЛОВАРЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ, КОТОРЫЕ МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В ЖУРНАЛЕ С 1905 ГОДА

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ - JINGLE, KIDVID, LEGIT, И ДРУГИЕ ВАЖНЫЕ СЛОВА НА БУКВЫ J, K И L

JINGLE

jingle (*проф.*) – короткая музыкальная фраза, обычно сопровождаемая вокалом и используемая в рекламе.

kiwi – житель Новой Зеландии.

KIWI



kudocast – церемония награждения; термин изобретен редакцией Variety, равно как и само использование древнегреческого kudos («похвала, слава, премия») в качестве синонима для приза и премии.

KUDOCAST

LAFCA – Ассоциация кинокритиков Лос-Анджелеса.

LAFCA

laugh track – заранее записанный смех, который проигрывается во время телешоу.

LAUGH TRACK

legit – сокр. от *legitimate* – легальный, подлинный, правильный. Имеется в виду «серьезный», драматический театр, то есть, место, где ставят Шекспира и О'Нила, а не водевили и фарсы.

LEGIT



lense — проводить съемки.

KIDVID



kidvid – от слов *kids* («дети») + *video*, телепередачи для детей.

LION

(the) Lion (или Leo) – студия Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), на логотипе которой изображен рычащий лев.



LEGS

legs – букв. «ноги», на которых фильм может «пойти»; долгосрочные кассовые перспективы, способность удерживать зрителя после первых уикендов.

longform, long-form – букв. «длинный формат», телемуви, то есть телефильм, длящийся более часа, или мини-сериал.

LONG-FORM



Абсолютное киноудовольствие
СИНЕМА ПАРК DeLUXE в ТЦ «Метрополис»
Открытие 4DX™ зала в ноябре 2012 года



ДВИЖЕНИЕ

Подвижные кресла движутся во всех направлениях, реагируя на действие на экране



ВОДА

Специальное устройство распыляет воду, придавая фильму реалистичность



ВЕТЕР

Встроенная в кресло система подует воздух под напором на шею зрителя сзади



ЗАПАХ

Эффект полного погружения создается настоящими запахами в каждой сцене фильма



СВЕТ

Волчки молний сверкают под потолком кинозала благодаря особым световым спецэффектам



СИНЕМА ПАРК DeLUXE



В 2011-М НА АФМ
БЫЛО ЗАФИКСИРО-
ВАНО 60%-НОЕ
УВЕЛИЧЕНИЕ
ЧИСЛА БАЙЕРОВ ИЗ
КИТАЯ. ОЖИДАЕТСЯ,
ЧТО И В ЭТОМ ГОДУ
АЗИАТСКИЕ И ЛАТИ-
НОАМЕРИКАНСКИЕ
ИГРОКИ БУДУТ
ВСЕЬМА АКТИВНЫ.

нии Match Factory и режиссерский дебют Дастина Хоффмана (Dustin Hoffman) «Квартет» («Quartet»). «Умопомрачительные фантазии Чарли Свона III» («A Glimpse Inside the Mind of Charles Swan III») Романа Коппола (Roman Coppola) с Чарли Шином (Charlie Sheen), Биллом Мюрреем (Bill Murray) и Джейсоном Шварцманом (Jason Schwartzman) и триллер «Мерзлая земля» («Frozen Ground»), с Николасом Кейджем (Nicolas Cage) и Джоном Кьюсаком.

Красота по-американски

В декабре рынок принял решение остаться в Санта-Монике как минимум до 2017 года: иностранные байеры не оценили идею организаторов перебраться в центр Лос-Анджелеса.

В общей сложности на AFM будет продемонстрировано 420 картин, причем для 300 с лишним из них речь идет о первых рыночных показах. В их числе – антология «Азбука смерти» («ABCs of Death»), которую выпускает Magnolia Pictures, «Джинджер и Роза» («Ginger and Rosa») с Кристиной Хендрикс (Christina Hendricks) и Эль Фэннинг (Elle Fanning) от компа-

Среди прочих мировых премьер – «Дачная местность» («Cottage Country») с Малин Акерман (Malin Akerman) и Люси Панч (Lucy Punch), «Цифровая радиостанция» («The Numbers Station») с Кьюсаком и Малин Акерман и «Лето в феврале» («Summer in February») с Домиником Купером (Dominic Cooper) и Эмили Браунинг (Emily Browning).

Многие из участников удачно засветились на недавних фестивалях. В первую очередь – «Спасибо за обмен» («Thanks for Sharing») от компании Voltage, «Что знала Мейзи» («What Maisie Knew») от Fortissimo и «Отвязные каникулы» («Spring Breakers») Хармони Корина, не получившего в Венеции наград, но честно порадовавшего киноманов.

Дейв МакНэри

РИМ С ПРИХОДОМ
МАРКО МЮЛЛЕРА
ПОКА НЕ ЗАТМИЛ ПРЕ-
ДЫДУЩЕЕ МЕСТО ЕГО
РАБОТЫ – ВЕНЕЦИЮ,
НО СЕРЬЕЗНО НА-
БРАЛ В ПЛАНЕ УЧАСТ-
НИКОВ: В ОСНОВНОМ
КОНКУРСЕ – ЛАРРИ
КЛАРК, ТАКАСИ МИ-
ИКЕ И ЖАН ДУАЙОН.
ФИЛЬМ ОТКРЫТИЯ
ИЗ РОССИИ – НОВАЯ
КАРТИНА БАХТИЯ-
РА ХУДОЙНАЗАРОВА
«В ОЖИДАНИИ МОРЯ»,
ЧТО НЕ МОЖЕТ НАС
НЕ РАДОВАТЬ.

Римское браво

УМОПОМРАЧИТЕЛЬНЫЕ ФАНТАЗИИ ЧАРЛЬЗА СВОНА III (A GLIMPSE INSIDE THE MIND OF CHARLES SWAN III), США, 2012.

РЕЖИССЕР РОМАН КОППОЛА. В РОЛЯХ: ЧАРЛИ ШИН, БИЛЛ МЮРРЕЙ, ДЖЕЙСОН ШВАРЦМАН, ИЗТРИН УИНИК, ПАТРИСИЯ АРКЕТТ

Роман Коппола делает клипы и водит дружбу с Уэсом Андерсоном и Спайком Джонзи. Ясно, что его кино о графическом дизайнере, которого бросила девушка, будет горькой, нежной комедией о тех и для тех, кто не взрослеет.

УРОК ЗЛА (AKU NO KYŪTEN), Япония, 2012. РЕЖИССЕР ТАКАСИ МИИКЕ. В РОЛЯХ: ХИДЕАКИ ИТО, ФУМИ НИНАЙДО, СОТА СОМЕТАНИ, КЭНТО ХАЯСИ, КОДАИ АСАКА, ЭРИНА МИДЗУНО

Фирменное адское крошево Миике о школьном учителе-холерике, который решил, что лучший способ разобраться с проблемой школьной дедовщины – физическое уничтожение хулиганов.

У АЛИ ГОЛУБЫЕ ГЛАЗА (ALÌ NA GLI OCCHI AZZURRI), Италия, 2012. РЕЖИССЕР ИЛАЧЧИО ДЖОВАННЕССИ. В РОЛЯХ: НАДЕР САРХАН, СТЕФАНО РАБАТТИ, БРИЖИТТ АПРУЦЦЕЗИ, МАРИАН ВАЛЕНТИ

Фильм попал в конкурс по местной квоте, но может быть интересен – в качестве оператора его снял представитель многообещающего поколения «новых итальянцев» Даниеле Чипри.

РАЗВЕ ЭТО ЛЕТО (E LA CHIAMAHO ESTATE), Италия, 2012. РЕЖИССЕР ПАОЛО ФРАНКИ. В РОЛЯХ: ИЗАБЕЛЛА ФЕРРАРИ, ЖАН-МАРК БАРР, ЛУЧА АРДЖЕНТЕРО, ФИЛИППО НИГРО, ЗВА РИККОБОНО, АНИТА КРАВОС

Кино о муже и жене, которые не спят друг с другом, а вместо того ходят по свингер-клубам, спродюсировала относительно молодая вдова Лучано Паваротти, бывшая медсестра.

ИКСЬЯНА (IXJANA), Польша, 2012. РЕЖИССЕРЫ ЙОЗЕФ СНОЛИМОВСКИ, МИХАЛ СНОЛИМОВСКИ. В РОЛЯХ: САМБОР ЧАРНОТА, БОРИС ЩИЦ, МАГДАЛЕНА БОЧАРСНА, ЕВА ХОРНИЧ, ЛУНАШ СИМЛАТ

Сыновья легендарного деятеля польской версии nouvelle vague Ежи, как Коэны, Вачовски и Тавиани, снимают вдвоем. Их дебют представляет собой нуар с примесью линчевщинки: двое друзей следуют за таинственной красавицей на разнузданную вечеринку, где один из них исчезает.

НЕЛЬЗЯ УМИРАТЬ (MAI MORIRE), Мексика, 2012. РЕЖИССЕР ЗИРИКЕ РИВЕРО. В РОЛЯХ: МАРГАРИТА САЛДАНИЯ, АМАЛИЯ САЛАС, ХУАН ЧИРИНОС

Женщина вернулась в родные места похоронить мать и столкнулась с необходимостью пожертвовать кое-чем еще. Риверо имеет шанс стать новым Иньяриту.

РУКА ОБ РУКУ (MAIN DANS LA MAIN), Франция, 2012. РЕЖИССЕР ВАЛЕРИ ДОНЗЕЛЛИ. В РОЛЯХ: ВАЛЕРИ ЛЕМЕРСЬЕ, ЖЕРЕМИ ЗЛЬЯНИМ, ВАЛЕРИ ДОНЗЕЛЛИ, БЕАТРИС ДЕ СТАЛЬ

Донзелли – французская актриса, прославившаяся недавним эпиком «Я объявляю войну» о том, как они с мужем отвоювали у смерти собственного сына. В новом фильме они с мужем снова играют вместе.

ДЕВУШКА ИЗ МАРФЫ (MARFA GIRL), США, 2012. РЕЖИССЕР ЛАРРИ КЛАРК. В РОЛЯХ: АДАМ МЕДИАНО, ДРЕЙН БЕРНЕТТ, ДЖЕРЕМИ СЕНТ-ДЖЕЙМС, МЭРИ ФАРЛИ, МЕРСЕДЕС МАКСВЕЛЛ, ИНДИГО РАЗЛЬ

Нежный поэт жестокого американского тинейджерства снял кино о Марфе – техасской дыре, где снимался знаменитый «Гигант» с Джеймсом Дином.

ЖИЗНЬ В МОТЕЛЕ (THE MOTEL LIFE), США, 2012. РЕЖИССЕРЫ ГЭБРИЕЛ ПОЛЬСКИ, АЛАН ПОЛЬСКИ. В РОЛЯХ: СТИВЕН ДОРФФ, ЭМИЛЬ ХИРШ, ДАНОТА ФЭЗНИНГ, КРИС КРИСТОФЕРСОН

Братья Польски, продюсеры недавнего сандэнсовского хита «Птички», дебютируют в режиссуре. Фильм тоже о братьях, что вынуждены бежать.

НЕБЕСНЫЕ ЖЕНЫ ЛУГОВЫХ МАРИ, Россия, 2012. РЕЖИССЕР АЛЕНСЕЙ ФЕДОРЧЕННО. В РОЛЯХ: ЮЛИЯ АУГ, АНА ЕСИПОВИЧ, ВАСИЛИЙ ДОМРАЧЕВ, ДАРЬЯ ЕНАМАСОВА, ОЛЬГА ДОБРИНА, АНА ТРОЯНОВА, ОЛЬГА ДЕГТЯРОВА, АЛЕКСАНДР ИВАШНЕВИЧ, АНА СЕНСТЕ

«Мари» – почти приквел «Овсянок», невесомой сказки о потомках несуществующего племени. Авторы продолжают лить в один котел советский производственный реализм и эстетику латиноамериканской – по степени допущений и неспешности – сказки.

ТЫ, Я И МЫ (UN ENFANT DE TOI), Франция, 2012. РЕЖИССЕР ЖАН ДУАЙОН. В РОЛЯХ: ЛУ ДУАЙОН, САМУЭЛЬ БЕНШЕТРИ, МАЛИК ЗИДИ, МЭРИЛИН ФОНТЕН

Бывший муж Джейн Биркин, заметный деятель кино 70-х, снимает их дочь Лу (более точную копию мамы, чем Шарлотта Генсбур) в своих фильмах всего-то в третий раз. На сей раз она в центре любовного треугольника.

ВЕЧНОЕ ВОЗВРАЩЕНИЕ, Украина, 2012. РЕЖИССЕР НИРА МУРАТОВА. В РОЛЯХ: ОЛЕГ ТАБАКОВ, АЛЛА ДЕМИДОВА, РЕНАТА ЛИТВИНОВА, СЕРГЕЙ МАКОВЕЦКИЙ, ГЕОРГИЙ ДЕЛМЕВ

Несколько артистических пар разного возраста, будто на кинопробах, по очереди разыгрывают один сюжет: возвращение героя в родной город и встречи со студенческой любовью.

ЛИЦО ДРУГОЙ (IL VOLTO DI UN'ALTRA), Италия, 2012. РЕЖИССЕР ПАППИ КОРСИНАТО. В РОЛЯХ: ПАУРА НЬАТТИ, АЛЕССАНДРО ПРЕЦИОЗИ, ЛИНО ГУАНЧАЛЕ, ЯА ФОРТЕ

Костюмная любовная история с уклоном в легкий хоррор. Пара телеведущих решают снискать внимание аудитории неким пластико-хирургическим способом.

Ольга Шакина

РЕЖИССЕР

ОТ СОЗДАТЕЛЕЙ БЛОКБАСТЕРОВ

Шрэк и МАДАГАСКАР



DREAMWORKS

ХРАНИТЕЛИ СНОВ

DREAMWORKS ANIMATION SKG PRESENTS "RISE OF THE GUARDIANS" MUSIC BY ALEXANDRE DESPLAT SCREENPLAY BY DAVID LEVY AND ABARÉ EXECUTIVE PRODUCERS WILLIAM JOYCE, GUILLEMO DEL TORO PRODUCED BY CHRISTINA STEINBERG, NANCY BERNSTEIN DIRECTED BY PETER RAMSEY

А ТАКЖЕ В 2D

hranitelisnov.ru

DREAMWORKS

В КИНО С 22 НОЯБРЯ

0+

Сценарный план

В МИНИСТЕРСТВЕ КУЛЬТУРЫ РАЗРАБАТЫВАЮТ ПЛАН СПАСЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КИНО. ОБРАЗ ВРАГА СФОРМИРОВАН — РАЗУМЕЕТСЯ, КРУПНОБЮДЖЕТНОЕ КИНО НЕМЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА. ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ПЕРЕЙТИ В КОНТРАСТУПЛЕНИЕ, СЛЕДУЕТ ВЫРАБОТАТЬ СТРАТЕГИЮ, СОВМЕСТНО С ГЕНЕРАЛИТЕТОМ РОССИЙСКОГО КИНО — ВЕДУЩИМИ ПРОДЮСЕРАМИ. ТО, ЧТО БУДЕТ ПРЕДЛОЖЕНО ВСЕМ ОСТАЛЬНЫМ В КАЧЕСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА БУДЕТ НАЗЫВАТЬСЯ «ДОРОЖНЫМИ КАРТАМИ». ЛАРИСА ЮСИПОВА РАЗГЛЯДЫВАЕТ КОНТУРЫ БУДУЩЕЙ КАРТЫ И ОБОЗРЕВАЕТ ПЛАН МЕСТНОСТИ.

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА И ИСПОЛНИТЕЛИ

Каждый хоть сколько-нибудь посвященный в то, как проводится в Министерстве конкурс на предоставление господдержки, прекрасно понимает, с чем связано появление странного, на первый взгляд, объяв-

ления на сайте Минкульта. Поскольку, несмотря на все усилия кинематографистов, отменить губительный для кино закон о тендере не удалось, формируются тематические лоты. Секретом Полишинеля все эти годы являлось то, что тематика лотов заранее, кулуарно оговаривается с продюсерами. Что, впрочем, никогда не афишировалось, поэтому объявление на сайте можно считать своего рода мини-сенсацией.

Вместо тайных переговоров Минкульт открыто дает понять: мы готовы проложить асфальтированную дорогу именно там, где уже протоптана тропа. Мы не навязываем вам темы, лишь мониторим устремления профессионального сообщества.

Трактовать происходящее столь радужным образом мешает одно обстоятельство: выступление министра культуры Владимира Мединского на Совете по кино при премьерке РФ. Где, как известно, он предложил не только контролировать тематику и тональность фильмов, в которые вложены бюджетные деньги, но и сделать министерство заказчиком сценариев и обладателем прав на них. Ну и дальше «по мелочи»: запретить снимать фильмы, в которые вложены госсредства, за пределами России; уменьшить количество картин, зато увеличить их бюджет.

Что касается принципа «лучше меньше, да лучше» сталинский период «малюкартинья» уже доказал неэффективность такого подхода. Пункт же про «невъездное» кино кажется настолько нелогичным, настолько идущим вразрез с мировой практикой, что странно даже его обсуждать. Например, кинофестиваль в Риме открывает фильм Бахтияра Худойназарова «В ожидании моря», где, помимо России, еще пять стран-производителей. Для престижа страны это ничуть не менее ценно, чем если бы в картину были вложены только российские деньги: копродукция в Европе настолько распространена, что мононациональные фильмы в каталогах больших фестивалей стали уже раритетом. В Каннском конкурсе этого года была представлена еще одна произведенная в копродукции картина — «В тумане» Сергея Лозницы. Совместно с несколькими странами будет сниматься и новый фильм Алексея Попогребского

«Потерянные комнаты». Список можно продолжить. А диктовать проекту, деньги в который вкладывают другие страны, что съемочная площадка обязана находиться только в одной из них, вряд ли возможно.

Более того, по сравнению с советскими временами, когда Западная Европа снималась в Прибалтике, а Лазурный Берег – в окрестностях Ялты, понятие «заграница» в кино сильно изменилось. Будь этот закон уже принят, мы бы сейчас не досчитались ни «Высоцкого» (съемки в Средней Азии), ни «Стиляг» (роль Москвы в ряде эпизодов сыграла столица Белоруссии), ни «9 роты» и «Обитаемого острова» (и афганские ущелья, и инопланетные пейзажи Саракша были найдены в Крыму).

В свете вышеописанного, можно полагать, что предложение министра готовилось кем-то не совсем компетентным из его окружения – и вряд ли министерство будет на нем настаивать. Было бы логичней направить энергию Минкульта, напротив, в мирное русло привлечения на нашу территорию зарубежных съемочных групп.

Другое дело – тематика, тональность и права. Похоже, что тут кинематографические начальники могут проявить характер.

Глава Киносоюза Андрей Прошкин, например, считает, что такой вариант развития событий вполне реален и что дело профессиональной

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

«С целью мониторинга тематик для формирования лотов при объявлении в 2013 году конкурсов по выбору исполнителей работ по реализации проектов национальных игровых и неигровых кино- видеофильмов с частичной государственной финансовой поддержкой Департамент кинематографии и модернизационных программ с 15 октября по 01 декабря 2012 г. проводит сбор соответствующих заявок».

Это объявление появилось на сайте Министерства культуры РФ 17 октября 2012 года. Сама заявка выглядит следующим образом:

Директору
Департамента
кинематографии
и модернизационных
программ
В.Н. Тельнову

Уважаемый Вячеслав Николаевич!

Студия (*наименование*) в 2013 году планирует приступить к созданию национального игрового (*неигрового*) фильма под рабочим названием (*название*), автор сценария (*имя, фамилия*), режиссер (*имя, фамилия*). Фильм повествует (*краткое содержание*).

Просим при объявлении в 2013 году конкурсов по выбору исполнителей работ по реализации проектов национальных игровых (*неигровых*) кино- и видеофильмов с частичной государственной финансовой поддержкой предусмотреть лот на тему (*указать название темы*).

Подпись

ПО СРАВНЕНИЮ
С СОВЕТСКИМИ
ВРЕМЕНАМИ, КОГДА
ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА
СНИМАЛАСЬ
В ПРИБАЛТИКЕ,
А ЛАЗУРНЫЙ БЕРЕГ –
В ОКРЕСТНОСТЯХ
ЯЛТЫ, ПОНЯТИЕ
«ЗАГРАНИЦА» В КИНО
СИЛЬНО ИЗМЕНИЛОСЬ.
БУДЬ ЭТОТ ЗАКОН УЖЕ
ПРИНЯТ, МЫ БЫ СЕЙЧАС
НЕ ДОСЧИТАЛИСЬ
НИ «ВЫСОЦКОГО»
(СЪЕМКИ В СРЕДНЕЙ
АЗИИ), НИ «СТИЛЯГ»
(РОЛЬ МОСКВЫ В РЯДЕ
ЭПИЗОДОВ СЫГРАЛА
СТОЛИЦА БЕЛОРУССИИ),
НИ «9 РОТЫ»
И «ОБИТАЕМОГО ОСТРОВА»
(И АФГАНСКИЕ УЩЕЛЬЯ,
И ИНОПЛАНЕТНЫЕ
ПЕЙЗАЖИ САРАКША
БЫЛИ НАЙДЕНЫ
В КРЫМУ).

СЮЖЕТНЫЕ КОЛЛИЗИИ

общественности сейчас вступить в диалог с министерством и объяснить, какие последствия может возыметь попытка введения госмонополии в наше кино. Кстати, именно Киносоюз отреагировал на ситуацию с невыдачей прокатного удостоверения сербскому фильму «Клип» и направил в Минкульт письмо с предостережением по поводу введения цензуры. Реакция на предложение Владимира Мединского со стороны профессионального сообщества не вызывает разночтений (*читайте Variety за сентябрь*). Уже буквально через пару минут после выступления министра на Совете по кино ему ответил глава Ассоциации продюсеров кино и телевидения Сергей Сельянов.

«Продюсирование – это в известном смысле производство прав», – заявил он, после чего дал понять: становится наемным работником, лишь выполняющим госзаказы, он не намерен.

Но тогда, на Совете, никто не задал министру простой вопрос: если сценарии (то есть проекты) заказывает министерство, это предполагает стопроцентное федеральное финансирование – или государство, как и продюсерские компании, будет привлекать частный капитал, стараясь эти деньги потом вернуть? На Совете вопрос не задали, но позже он, естественно, возник. Как рассказал Variety Сергей Сельянов, на одном из заседаний по составлению так называемой «дорожной карты» развития кинематографа он предложил министерству попытаться выступить продюсером хотя бы одного фильма: заказать сценарий, довести его до приемлемого состояния, найти инвестиции, потом прокатать фильм – и хотя бы частные деньги вернуть.

Судя по всему, продюсерское сообщество сильно сомневается в том, что у госчиновников это получится – даже с одним проектом. Что уж говорить об идее Минкульта генерировать и развивать несколько десятков проектов в год. Development – едва ли не самый сложный и неблагодарный из всех процессов, которые происходят на киностудиях.

Есть, впрочем, и точка зрения, сводящаяся к известному тезису: «а то будет, что ничего не будет».

«На самом деле ничего не изменится, – полагает продюсер Сергей Члиянц. – Система лотов и так обеспечивает стопроцентное государственное влияние. Надо было бороться до конца за отмену закона о тендере. Вместо этого возник пул «лидеров», которые из-под действия этого закона просто выводятся. Но общую проблему это не решило».

Проблему, конечно же, не решило, но значительная часть проектов благодаря появлению фонда от бессмысленного на кинематографическом поле закона о тендерах все-таки спасла. Причем речь идет не только о «студиях-лидерах», но и о блоке под названием «социально значимое кино».

Определение это возникло еще до появления фонда: в многочисленных дискуссиях по поводу госзаказа – в конце девяностых и первой половине нулевых. Вместе со словами «социально значимое» фонд унаследовал от той эпохи и предельную невнятность этого определения. Что такое «социально значимое»? Патриотическое? Говорящее на злобу дня либо, напротив, отсылающее к примерам из славной истории?

○ ————— Может ли слабый фильм «на нужную тему» быть значимым? И не является ли любое талантливое произведение, независимо от своей тематики, общественно важным?

Пока каждый трактует это определение так, как считает нужным или удобным в данный момент. Попытку покончить с дурной неопределенностью предпринял на Совете по кино исполнительный директор фонда кино Сергей Толстик. Он заговорил о том, что надо поддерживать культурно значимые фильмы, потому что именно в них заложен культурный код нации, а это в конечном итоге гораздо важнее и идеологии, и коммерции.

Если бы его слова возымели немедленное оргвоздействие и «социально значимый» блок заменили бы на «культурно значимый», это возможно упростило бы дело. В частности – для осуществляемой в фонде экспертизы. Но пока ситуация остается невнятной. А экспертиза, которая, кстати говоря, с этого года размножилась и усложнилась, находится в странном положении. Никакого предварительного отсева на стадии приема заявок здесь не существует. Соответственно, на экспертов сваливается громада сценариев во всем их тематическом, жанровом, форматном и качественном разнообразии. Огромный процент «телемувиков» – их отмечают сразу. Много элементарной «некондиции» – туда же. Есть сценарии, которые можно, в принципе, довести до ума, но пока они находятся в промежуточном состоянии, их принимать не положено. В сухом остатке – совсем немного проектов, причем часть из них – как правило, лучшая – откровенно артовые. Отвергать талантливый проект стыдно. Не понимать, что в прокате он не будет успешен, а фонд вроде должен поддерживать зрительское кино, нельзя. И тут начинается зона компромиссов.

Наверное, правильно было бы настаивать, чтобы весь артхаус прямиком шел в Минкульт – и только туда. Но там же тендер! А если Минкульт действительно сам начнет заказывать проекты, отбирая исключительно идеологически «правильные»? Куда тогда денутся Хлебников, Попогребский, Федорченко, Сигарев, Хомерики, Прошкин-младший, Германика? Счастье, что независимый продюсер Роман Борисевич с этого года включен в число «лидеров», видимо – на правах некой «фестивальной» единицы. Но проблему в целом это не решает.

Сельянов, чья студия СТВ редкий год обходится без арт-проектов, полагает, что надо развивать «лидерский» сегмент, а прослойку «социально значимых» уменьшать, в частности – из-за проблем с экспертизой.

«Чтобы серьезно оценить коммерческий потенциал поданного на конкурс проекта, – говорит он, – мне нужно как минимум два дня плотной работы. Встретиться с режиссером, посмотреть каст. Полудетективным образом собрать сведения: а есть ли у них действительно негосударственные деньги? (По закону фонд не имеет права вкладывать более 70% от общего бюджета.) Времени на такую экспертизу нет, следовательно – все оценки достаточно условны».



С этой идеей наверняка не согласятся большинство «немейджоров». В наличии «социально значимой» секции многие видят единственную возможность прихода в отрасль новых режиссеров и новых продюсеров. Но вот пришли молодой продюсер Елена Степанищева («Пока ночь не разлучит») и режиссер-дебютант, ученица Марины Разбежкиной Наталья Мещанинова – с очень талантливым сценарием «Комбинат Надежда». И никакой поддержки не получили, потому что слишком много «арта», нецензурной лексики и мало оптимизма. Так и германиковские «Все умрут, а я останусь», попади они на конкурс сегодня, вряд ли бы прошли экспертизу. А уже в готовом виде имели бы большой шанс еще

ЭКСПЕРТИЗА, КОТОРАЯ, КСТАТИ ГОВОРЯ, С ЭТОГО ГОДА РАЗМНОЖИЛАСЬ И УСЛОЖНИЛАСЬ, НАХОДИТСЯ В СТРАННОМ ПОЛОЖЕНИИ. НИКАКОГО ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО ОТСЕВА НА СТАДИИ ПРИЕМА ЗАЯВОК ЗДЕСЬ НЕ СУЩЕСТВУЕТ. СООТВЕТСТВЕННО, НА ЭКСПЕРТОВ СВАЛИВАЕТСЯ ГРУДА СЦЕНАРИЕВ ВО ВСЕМ ИХ ТЕМАТИЧЕСКОМ, ЖАНРОВОМ, ФОРМАТНОМ И КАЧЕСТВЕННОМ РАЗНООБРАЗИИ.

КИНОФЕСТИВАЛЬ В РИМЕ ОТКРЫВАЕТ ФИЛЬМ БАХТИЯРА ХУДОЙНАЗАРОВА «В ОЖИДАНИИ МОРЯ», ГДЕ, ПОМИМО РОССИИ, ЕЩЕ ПЯТЬ СТРАН-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ДЛЯ ПРЕСТИЖА СТРАНЫ ЭТО НИЧУТЬ НЕ МЕНЕЕ ЦЕННО, ЧЕМ ЕСЛИ БЫ В КАРТИНУ БЫЛИ ВЛОЖЕНЫ ТОЛЬКО РОССИЙСКИЕ ДЕНЬГИ: КОПРОДУКЦИЯ В ЕВРОПЕ НАСТОЛЬКО РАСПРОСТРАНЕНА, ЧТО МОНОНАЦИОНАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ В КАТАЛОГАХ БОЛЬШИХ ФЕСТИВАЛЕЙ СТАЛИ УЖЕ РАРИТЕТОМ.

и не попасть в прокат – вспомним историю с сербским «Клипом».

Существует и еще одно – радикальное – мнение, высказанное Тимуром Бекмамбетовым в комментариях к «дорожной карте». Он предлагает государству финансировать исключительно зрительский сегмент. Потому как «артхаус годен только для фестивальных призов, но получает их далеко не всегда». Следовательно, полагает Бекмамбетов, нужно снимать его на частные деньги, а для инвесторов и продюсеров установить от имени государства приз. Взял фильм награду в Канне – государство выдает его продюсерам \$5 млн, в Венеции – \$3 млн и так далее.

Предложение, возможно, эффективное, но не учитывает одно обстоятельство: внутри страны была и есть пусть не очень большая, но устойчивая аудитория, которая покорному кино предпочитает авторское. Самый известный пример: фильмы Тарковского именно благодаря этой аудитории держались на экранах так долго, в конечном итоге принесли государству

больше денег, чем некоторые хиты-однодневки. Логично было бы возразить, что среди современных режиссеров нет Тарковских. Но и долгого проката сегодня тоже нет, и кинотеатрам просто невыгодно держать авторский фильм, если можно отдать зал под голливудский блокбастер.

Продюсер Александр Роднянский предлагает дотировать кинотеатры, которые показывают так называемое «качественное кино», (это словосочетание возникло в качестве кальки с английского quality movies), причем необязательно российское. Как известно, даже лауреаты «Оскара», собирающие по миру рекордный бокс-офис, у нас ограничиваются в лучшем случае миллионом долларов, в худшем – проваливаются. О необходимости дотирования кинотеатров на Совете по кино говорил и председатель Союза кинематографистов Никита Михалков. Горячо поддерживает эту идею и Киносоюз.

Все это говорит о том, что если идея очевидно разумная, возможен консенсус даже между людьми с противоположными убеждениями. Что, собственно, и позволяет все еще надеяться на благоприятный исход. Владимир Мединский не раз признавался в своей любви к кино. Следовательно, он заинтересован в том, чтобы «дорожная карта», которую составляет в данный момент Минкульт, обладала правильной навигацией, с учетом всей сети ветвящихся троп в российской киноиндустрии, и чтобы тропы эти не закончились тупиками. ●

QUEEN

HUNGARIAN
RHAPSODY:

LIVE IN
BUDAPEST'86



В ЦИФРОВЫХ
КИНОТЕАТРАХ
ВАШЕГО ГОРОДА

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ ПОБЕДИТЕЛЕЙ ЛОНДОНСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ СОСТОЯЛАСЬ В СТАРИННОМ WHITE HALL.

Небо Лондона

С потолка, расписанного собственноручно Рубенсом, гостей и победителей разглядывали любопытные ангелы. Идеальная обстановка для чествования Тима и Хелены. BFI, организующий Лондонский киносмотр, во всем проявляет изысканный вкус. Британская пресса назвала фестиваль прорывным. Российская программа не прошла незамеченной: Андрей Грязев на волне «Завтра» дал десятки интервью ведущим британским СМИ, пытаясь переключить их от Pussy Riot на участников арт-группы «Война»; Михаил Сегал вместе с продюсерами его «Рассказов» Андреем Кретовым и Анастасией Кавуновской провели переговоры с будущими партнерами по копродукции, фильму «Елизавета»; Роман Борисевич отвечал на вопросы по фильму «Жить» Василия Сигарева, убеждая журналистов, что в России государство не против финансировать и такое жесткое кино; Мария Саакян вступила в фазу переговоров с местными дистрибьюторами, не посчитавшими «Это не я» чем-то локально российско-армянским, а, напротив, разглядевшими в фильме некую универсальность; показы «В тумане» Сергея Лозницы прошли при аншлагах, несмотря на то что сам режиссер в Лондон не прилетел: перспектива на две недели сдать паспорт в британское посольство его не прельстила. Роскино, поддержавшее российские фильмы на Лондонском фестивале, подписало договор с BFI о том, что в следующем году передвижной кинорынок DOORS представит новинки российского кино на LFF специально для дистрибьюторов.

ПОЧЕТНОЕ ЧЛЕНСТВО В БРИТАНСКОМ КИНОИНСТИТУТЕ (BFI FELLOWSHIPS)

ТИМ БЕРТОН, за «Франкенвини» и **ХЕЛЕНА БОНЭМ КАРТЕР**, за «Большие надежды».

Почетное членство – высшая награда Британского киноинститута (British Film Institute, BFI). Она была присуждена Тиму Бертону, чья картина «Франкенвини» открывала фестиваль, и Хелене Бонэм Картер, сыгравшей в фильме закрытия, «Больших надеждах». Тиму Бертону вручал награду сэр Кристофер Ли, а Хелене Бонэм Картер – сэр Тревор Нанн.

ЛУЧШИЙ ФИЛЬМ

«РЖАВЧИНА И КОСТЬ» (RUST AND BONE, DE ROUILLE ET D'OS), Франция, Бельгия, 2012, РЕЖИССЕР ЖАК ОДИАР

Это вторая лондонская победа режиссера: впервые Жак Одиар получил здесь награду в 2009-м за «Пророка» («A Phophet/Un prophète»). Фестиваль совместно с компанией American Express счел этот фильм самым оригинальным, умным и самобытным из всей конкурсной программы. Награду вручил председатель жюри основного конкурса, сэр Дэвид Хэйр (Sir David Hare).

ЛУЧШИЙ БРИТАНСКИЙ ДЕБЮТ

САЛЛИ ЭЛЬ ХОСЕЙНИ, РЕЖИССЕР И СЦЕНАРИСТ КАРТИНЫ «МОЙ БРАТ ДЬЯВОЛ» («MY BROTHER THE DEVIL»), ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, 2012

Премия, присуждаемая в содружестве со Swarovski, досталась Эль Хосейни за выдающийся дебют в качестве сценариста и режиссера. Награду вручили Оливия Колман и Том Хиддлстон.

ПРЕМИЯ САЗЕРЛЕНДА (SUTHERLAND AWARD ЗА ЛУЧШИЙ ДЕБЮТ)

БЕН ЦЕЙТЛИН, «ЗВЕРИ ДИКОГО ЮГА» («BEASTS OF THE SOUTHERN WILD»), США, 2011

Традиционная премия Сазерленда вручается Бену Цейтлину, чьи «Звери дикого Юга» стали самым оригинальным и изобретательным дебютом фестиваля. Награду вручили Хелен МакКрори и председатель жюри Ханна МакГилл.

ПРЕМИЯ ИМЕНИ ГРИРСОНА ЗА ЛУЧШИЙ ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ

«МОЯ ВЕЛИЧАЙШАЯ ВИНА: МОЛЧАНИЕ В ДОМЕ БОЖЬЕМ» («MEA MAXIMA CULPA: SILENCE IN THE HOUSE OF GOD»), США, Ирландия, 2012, РЕЖИССЕР И АВТОР СЦЕНАРИЯ АЛЕНС ГИБНИ

Премия, учрежденная совместно с Фондом Грирсона (Grierson Trust), присуждена документальной ленте Алекса Гибни «Моя величайшая вина: Молчание в доме Божьем», разоблачающей попытки Ватикана и католической церкви замаять один самых отвратительных скандалов, за силу ее общекультурной значимости.

Тарамеловый класс

ФЕСТИВАЛЬ СОВРЕМЕННОГО КИНО – ФОРМУЛИРОВКА, НЕКОГДА ДИКОВИННАЯ ДЛЯ МОСКВЫ, СЕГОДНЯ В РАСПИСАНИЯХ КУЛЬТУРНЫХ СОБЫТИЙ ВСТРЕЧАЕТСЯ ЕДВА ЛИ НЕ С ТОЙ ЖЕ ЧАСТОТОЙ, ЧТО И НОВЫЙ АМЕРИКАНСКИЙ БЛОКБАСТЕР.

У фестивального движения, как у любой идеи, есть свои пути и локомотивы – конкретные люди, прилагающие максимум усилий для прокладки новых фестивальных путей. «2-in-1» – один из самых мощных таких локомотивов. Стартовавший под названием «2morrow» шесть лет назад, он быстро оправдал свое название. Завтра наступило, и в этом завтра у нас уже два самостоятельных и самобытных фестиваля, проходящих впритык друг к другу.

«2-in-1», под новым названием отпраздновавший в этом году пятилетие, не расстался не только с командой самого первого фестиваля («Интерфест» Рената Давлетьярова, выступающий при поддержке Минкульт), но и провозглашенными тогда принципами. Никаких концепций, никакого заигрывания с аудиторией: мы показываем только те фильмы, которые считаем нужными – и которые нравятся лично нам. Мы – это прежде всего программный директор Алексей Медведев.

Первый взгляд на программу 2012 года, казалось бы, не дает поводов для оптимизма. Гран-при фестиваля, так же как и приз жюри блогеров и победа в номинации «Изображение», –

мексиканцу Родриго Пла за драму «Отсрочка», истории взаимоотношений восьмидесятилетнего старика, стремительно теряющего память, и его дочери. В номинации «Герои» – приз победителю «Кинотавра» драме Павла Руминова «Я буду рядом», в которой героиня Марии Шалаевой умирает от рака, ищет приемную мать своему сыну. Наконец, специальное упоминание жюри – актерскому ансамблю фильма Андреаса Дрезена «Остановка на перегоне» (главный приз «Особого взгляда» Канна-2011, разделенный с «Арираном» Ким Ки Дука): главный герой, столкнувшийся с необратимой смертельной болезнью. Но в данном случае интонация гораздо важнее содержания.

Еще одна важная тема – пересечение кино и реальности. В этом смысле визит в Москву Леоса Каракса, давшего в рамках «2-in-1» мастер-класс, – уже сама по себе метафора. За два часа он наговорил немало, но главная его мысль: «Когда кино только появилось, оно имело огромное влияние, но постепенно утратило свою силу. Задача режиссеров сегодня – вернуть кино его былую мощь». Видимо, для этого придется изобрести его заново.

Никита Карцев

«2MORROW» БЕЗ
ВДОХНОВИТЕЛЯ,
РЕЖИССЕРА ИВАНА
ДЫХОВИЧНОГО,
ПРОХОДИТ ТРЕТИЙ
ГОД. НАДО ПРИЗНАТЬ,
ЧТО НА ЭТОТ РАЗ
УНАСЛЕДОВАВШЕЙ
ФЕСТИВАЛЬ ОЛЬГЕ
НАКОНЕЦ УДАЛОСЬ
ЕГО РЕФОРМИРОВАТЬ.

Вместо того чтобы привычно скитаться по нескольким кинотеатрам, которые условно считаются арт-площадками – «35ММ», «Пионер», «Фитиль», – то и дело пересекаясь по показам с другими похожими форумами, «2morrow» въехал в пространство спорное, но единое: ЦДХ на Крымском Валу. Вдобавок к киноконцертному залу, который там и так был, выгородили пару залов цифровых, пространство для показов с DVD – получилось, несмотря на несовершенство проекций и жестковатые стулья для зрителей, вполне гармоничное фестивальное пространство, которое дополняли отличный нижний буфет от изобретателя «Жан-Жаков» Мити Борисова и Wi-Fi.

Конкурс с появлением первого в истории наших частных фестивальных инициатив иностранного арт-директора обрел известный лоск, но и задышал некоторым однообразием: куратор альтернативной венецианской программы «Авторские дни» Сильван Озу не мудрствуя перегащил в Москву половину Венеции. Шведская семейная драма «Блонди» о трех взрослых дочерях авторитарной мамы, кото-

Твое завтра

рые так и не смогли найти себя в жизни, и корейский «Вес» об эстетствующем горбуне, который себя в жизни, напротив, прекрасно нашел, устроившись работать в морг, перекочевали в конкурс из тех самых «Авторских дней». Еще три картины – включая единственный российский фильм – прибыли из параллельного конкурса Мостры «Горизонты»: «Я тоже хочу» Алексея Балабанова, протяжный и сумрачный турецкий «Араф» о работнице придорожного кафе, влюбленной в случайного дальнобойщика, и практически бессловесное кино «Йема» – кино о женщине, оплакивающей смерть сына на фоне задумчивых пейзажей Магриба. Всем им досталось по заслуженной награде: простая и беспощадная история Балабанова о людях, стремящихся к смерти как к вожделенному призу, получила стеклянный глаз за лучший сценарий, турчанка Неслихан Атагюль стала лучшей актрисой, ну а «Йему», полную тревожных шумов, наградили за звуковое оформление.

Лучшим же фильмом фестиваля стал «Просто ветер», приехавший вовсе не из Венеции, но из конкурса Берлинале фильм Бенедек Флигауфа – венгерского формалиста и визионера, но для новой работы изменившего собственному затейливому стилю в пользу шершавого реализма. Фильм о том, как в обычной венгерской деревне самым будничным образом по ночам целыми семьями косят из автомата цыган, снят в пугающе документальной манере. Занятно, что выбор жюри, у которого теоретически должны были глаза разбегаться от визуальной, сюжетной, концептуальной затейливости программы, пал на жесткую, нисколько не ласкающую глаз социальную страшилку. Очевидно, честность в кинематографическом завтра будет востребованней хитростей.

Ольга Шакина

Bussan Riot

ПУСАНСКИЙ КИНО-
ФЕСТИВАЛЬ – САМЫЙ
ДИНАМИЧНО РАЗВИ-
ВАЮЩИЙСЯ В АЗИ-
АТСКО-ТИХООКЕАН-
СКОМ РЕГИОНЕ. ОН
ОКОНЧАТЕЛЬНО ЗА-
ТМИЛ ТОКИО. ИМЕННО
В ПУСАНЕ НАБИРАЮТ
БУДУЩИХ КАННСКИХ
ПРИЗЕРОВ. СЛЕДИМ
ВНИМАТЕЛЬНО.

ПРИЗЫ КОНКУРСА «НОВЫЕ ТЕЧЕНИЯ»

«36», ТАИЛАНД, РЕЖИССЕР НАВАПОЛ ТАМРОНГРАТТАНАРИТ

Все оценили усилия и отвагу молодого режиссера, изобретающего собственный киноязык. Особенное внимание жюри привлек сценарий: увлекательный, емкий текст, где нет ни единого лишнего слова. Ну и теперь Апичатпонг Вирасетакун уже не самый длинный режиссер в мире. Правда, у него «Пальма».

«КАЯН» («KAYAN»), ЛИВАН, КАНАДА, РЕЖИССЕР МАРЬЯМ НАДЖАФИ

Жюри полюбилось невероятное чувство сопереживания, внушаемое этой картиной, гибкость языка и способность режиссера переходить от эмоций к анализу, создавая пронзительный портрет женщины, бьющейся за поддержание новой жизни.

«НОЧЬ СВИДЕТЕЛЯ» («THE NIGHT OF THE WITNESS»), КОРЕЯ, РЕЖИССЕР ПАН БУЭМ

Поощрили за историю, держащую зрителя в напряжении до последней минуты, и за возможность познать множество граней современного корейского общества.

ПРИЗ МЕЦЕНАТОВ ПМКФ (BIFF MECENAT AWARD), ЗА ЛУЧШИЙ ДОКУМЕНТАЛЬНЫЙ ФИЛЬМ

«ТЛЕЮЩИЕ УГЛИ», ЛИВАН, КАТАР, АРМЕНИЯ, РЕЖИССЕР ТАМАРА СТЕПАНАН

Глубоко личное и ностальгическое повествование о сентиментальном путешествии в мир послевоенного поколения, которое пытается справиться с меняющейся действительностью современной Армении. Простота, честность и достоинство, с которыми работает режиссер, придали фильму незабываемую поэтичность.

«БЕСПОКОЙСТВО» («ANXIETY»), КОРЕЯ, РЕЖИССЕР ХВАН НИ МИН

Награда досталась фильму, в котором операторская работа, монтаж и звукорежиссура придают повествовательной структуре ощущение, отраженное в названии. Это фильм, посвященный вечной и универсальной проблеме, – стремлению молодого, идеалистически настроенного, творческого поколения быть одновременно вне системы и внутри ее.

СПЕЦИАЛЬНОЕ УПОМИНАНИЕ ЖЮРИ

«ФИЛЬМИСТАН» («FILMISTAN»), ИНДИЯ, РЕЖИССЕР НИТИН НАННАР

Жюри хотело продемонстрировать международному киносообществу, что «мы как зрители и критики не против фильмов, от которых можно просто получить удовольствие».

ПРИЗ КОНКУРСА «СОНДЖЕ» (ПРОГРАММА КОРОТКОГО МЕТРА)

«ЕЩЕ НЕМНОГО» («A LITTLE FARTHER»), ИРАН, РЕЖИССЕР НИКАН НЕЗАМИ

Отмечен за эффективное использование персонажей и природы для изображения простых и красивых человеческих историй.

ПРИЗ ФИПРЕССИ

«36», ТАИЛАНД, РЕЖИССЕР НАВАПОЛ ТАМРОНГРАТТАНАРИТ

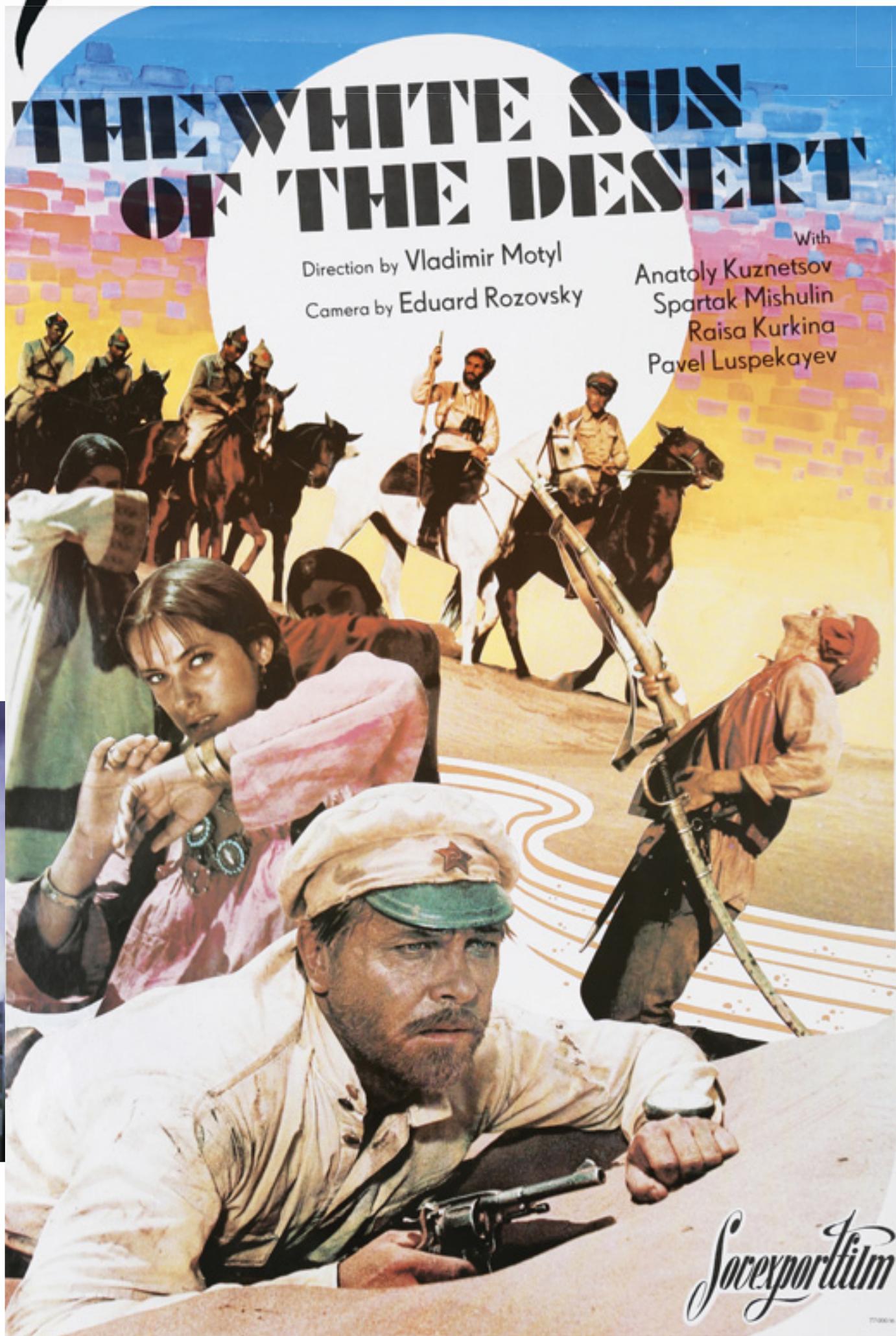
Плакат

27 НОЯБРЯ В МОСКВЕ В ГАЛЕРЕЕ ПРОЕКТ «ИНАРТИС» ОТКРЫВАЕТСЯ ВЫСТАВКА «СДЕЛАНО В СССР: КИНОПЛАКАТ НА ЭКСПОРТ» – БОЛЕЕ 50 АФИШ РАЗНЫХ ЛЕТ (ОТ 1930-Х ДО 1990-Х), СОЗДАННЫХ КОМПАНИЕЙ «СОВЭКСПОРТФИЛЬМ» (СЕГОДНЯ РОСКИНО) К ФИЛЬМАМ, ПРИНИМАВШИМ УЧАСТИЕ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ФЕСТИВАЛЯХ И ИМЕВШИМ ЗАРУБЕЖНЫЙ ПРОКАТ. В ЭКСПОЗИЦИИ – ФРАНЦУЗСКИЕ, АНГЛИЙСКИЕ, ИСПАНСКИЕ И ДАЖЕ АРАБСКИЕ ПЛАКАТЫ К ФИЛЬМАМ ИЗ ЗОЛОТОЙ КОЛЛЕКЦИИ НАШЕГО КИНО, В ТОМ ЧИСЛЕ «МОЙ ДРУГ ИВАН ЛАПШИН», «ДЖЕНТЛЬМЕНЫ УДАЧИ», «ЛЕГЕНДА О СУРАМСКОЙ КРЕПОСТИ» И ДРУГИМ.



«ВОКЗАЛ ДЛЯ ДВОИХ», 1982

«БЕЛОЕ СОЛНЦЕ ПУСТЫНИ», 1969



THE WHITE SUN OF THE DESERT

Direction by Vladimir Motyl
Camera by Eduard Rozovsky

With
Anatoly Kuznetsov
Spartak Mishulin
Raisa Kurkina
Pavel Luspekayev

Sovexportfilm

НА ЭКРАНАХ



«ПОСЛЕДНИЙ ДЕНЬ ВОЙНЫ», 1970



«ЖЕСТОКИЙ РОМАНС», 1984



«ВОЙНА И МИР», 1965



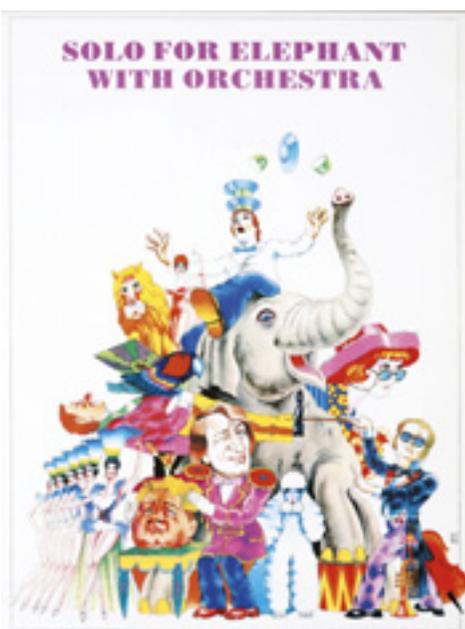
«КАВКАЗСКАЯ ПЛЕННИЦА», 1967



«ПОЛОСАТЫЙ РЕЙС», 1961



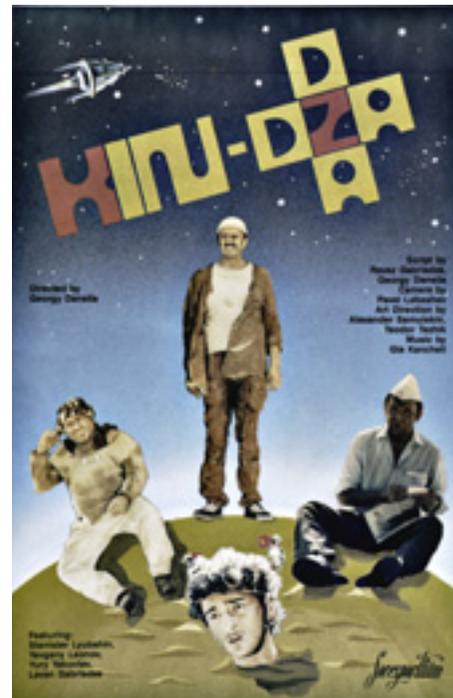
«СОЛО ДЛЯ СЛОНЯ С ОРКЕСТРОМ», 1975



«ДЖЕНТЕЛЬМЕНЫ УДАЧИ», 1971



👁 «НЕУЛОВИМЫЕ МСТИТЕЛИ», 1966



👁 «КИН-ДЗА-ДЗА!», 1986

👁 «ТРИДЦАТЬ ТРИ», 1965



👁 «МИМИНО», 1977

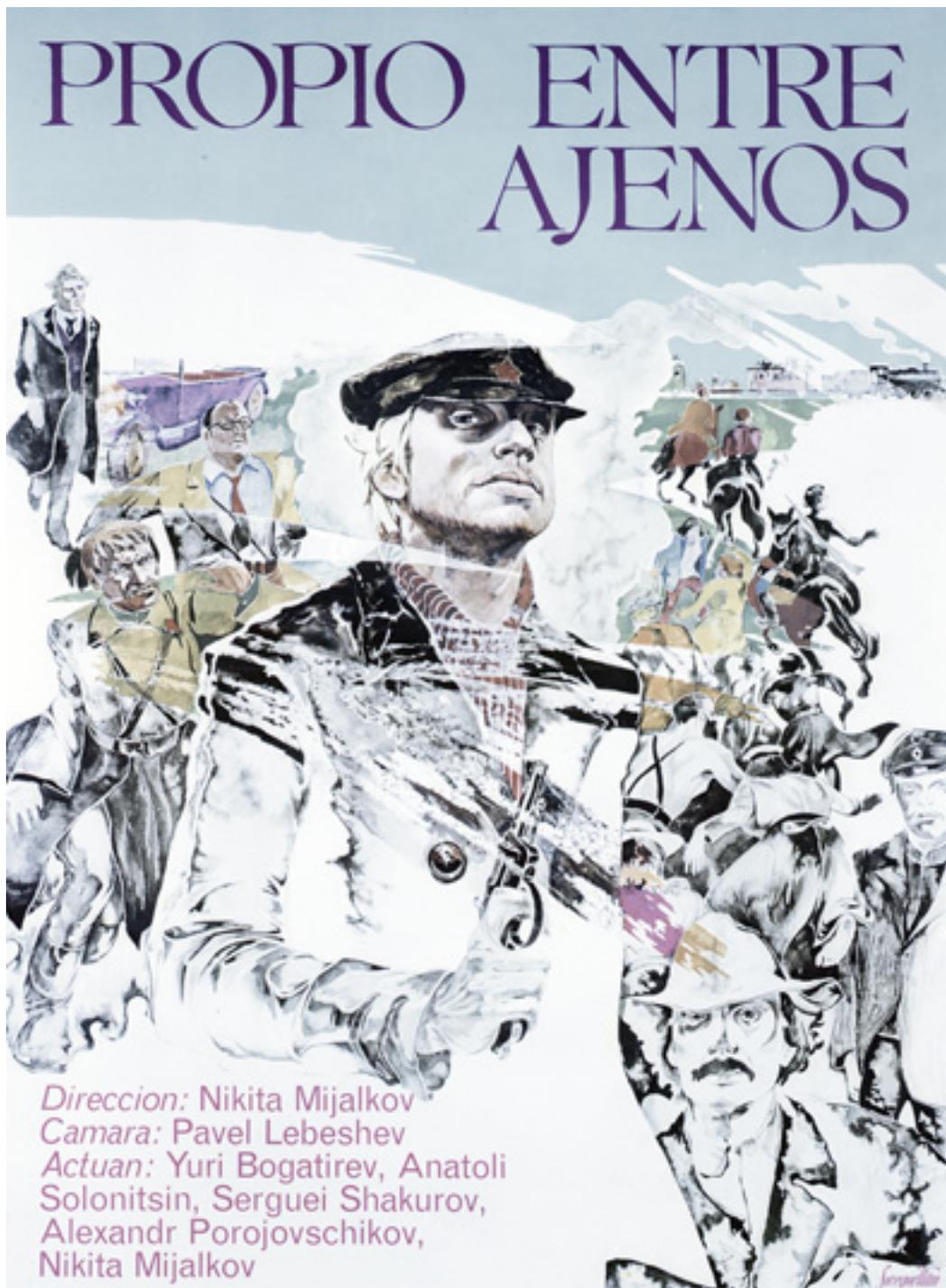




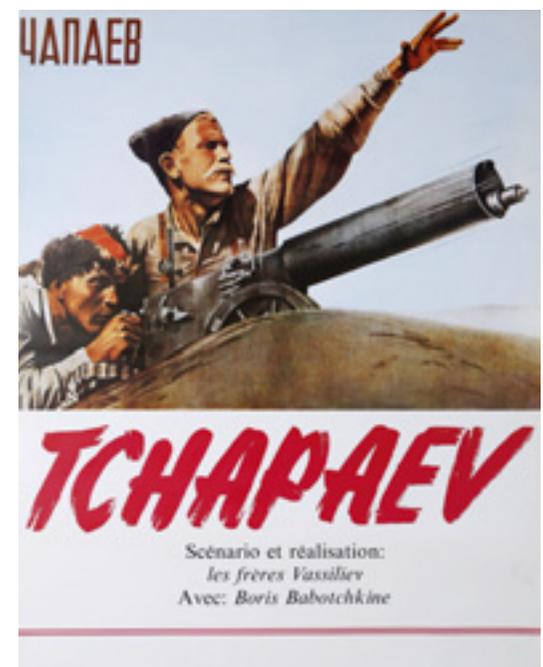
👁 «ЛЕГЕНДА О СУРАМСКОЙ КРЕПОСТИ», 1986



👁 «МОЙ ДРУГ ИВАН ЛАПШИН», 1984



Dirección: Nikita Mijalkov
Camara: Pavel Lebeshev
Actúan: Yuri Bogatirev, Anatoli Solonitsin, Serguei Shakurov, Alexandr Porojovschikov, Nikita Mijalkov



👁 «ЧАПАЕВ», 1934

👁 «СВОЙ СРЕДИ ЧУЖИХ, ЧУЖОЙ СРЕДИ СВОИХ», 1974



terrassa

Санкт-Петербург, ул. Казанская, 3А
телефон: (812) 937-68-37

terrassa.spb@gmail.ru
terrassa.ru

Доставка/Delivery т.: (812) 941-42-24

Каждое воскресенье
Кулинарные мастер-классы.
Запись по телефону: (812) 937-68-37

Ноябрь

2012

01.11 – 08.11.2012

AFI FEST

AFI FEST
ФЕСТИВАЛЬ
АМЕРИКАНСКОГО
КИНОИНСТИТУТА

📍 Лос-Анджелес, США

02.11 – 09.11.2012



«ЛІСТАПАД»
МНФ

📍 Минск, Белоруссия

07.11 – 18.11.2012



STOCKHOLM IFF
МНФ

📍 Стокгольм, Швеция

12.11 – 14.11.2012



MOSCOW TELESHOW
МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК
ВЕЩАТЕЛЬНОГО
КОНТЕНТА

📍 Москва, Россия

15.11 – 25.11.2012



ФЕСТИВАЛЬ ВГИК
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ
ВСЕРОССИЙСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ИН-
СТИТУТА
КИНЕМАТОГРАФИИ

📍 Москва, Россия

15.11 – 25.11.2012



«СПУТНИК»
ФЕСТИВАЛЬ
РОССИЙСКОГО КИНО

📍 Варшава, Польша

01.11 – 11.11.2012



**ФЕСТИВАЛЬ
БРИТАНСКОГО КИНО**

📍 Москва, Россия

06.11 – 11.11.2012



COTTBUS FILM FESTIVAL
КИНОФЕСТИВАЛЬ
ВОСТОЧНОЕВРОПЕЙСКОГО
КИНО

📍 Коттбус, Германия

09.11 – 17.11.2012



ROME IFF
МНФ

📍 Рим, Италия

14.11 – 25.11.2012



**INTERNATIONAL DOCUMENTARY
FILM FESTIVAL AMSTERDAM**
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ФЕСТИВАЛЬ
ДОКУМЕНТАЛЬНОГО КИНО

📍 Амстердам,
Нидерланды

27.11 – 01.12.2012



**89-й РОССИЙСКИЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КИНОРЫНОК**

📍 Москва, Россия



S T U D I O S

КИНОСТУДИЯ ПОЛНОГО ЦИКЛА

- компьютерная графика
- 3D анимация
- motion capture
- павильоны хромакей
- тон-студия
- цифровой мастеринг, DCP
- саунд-дизайн

тел. +7 (495) 361-26-90

r-studios.ru



Майами

Новое направление с 30 октября

Аэрофлот приглашает Вас на борт лайнера, выполняющего рейс по новому маршруту Москва-Майами. Мы будем рады позаботиться о Вашем комфорте, чтобы каждая минута, проведенная с нами, оставила у Вас самые приятные впечатления.

Благодарим за выбор нашей авиакомпании. И желаем Вам комфортного полета.



ВАРИЕТУ

— RUSSIA —

V PROD

СТУДИЙНЫЙ БИЗНЕС

Основная загрузка павильонов – телепроекты

Стр. 38

V MARKET

СТРОЙКОМПЛЕКС

Рынок кинопоказа в России демонстрирует уверенный рост

Стр. 42

V TV RANKING

БЕЗВРЕМЕННАЯ УТРАТА

Фальстарт нового сезона на американском ТВ

Стр. 52

V TV RANKING

СЕЗОН ВОЖДЕЙ

Сериалы и адаптации накрыли российское ТВ

Стр. 54

11.2012

B U S I N E S S B L O C K

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ РОССИЙСКОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА 07.10.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	ЭКРАНЫ	ОБЩИЕ СБОРЫ, \$	ДОЛЯ ОТ МИРОВЫХ СБОРОВ*, %	ДАТА
1.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД - 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE 4: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	2090	49 732 900	5,8	12.07.12
2.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CP)	1830	48 904 100	7,3	07.06.12
3.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDOSSPR)	1204	43 499 000	2,9	03.05.12
4.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ - 3 / MEN IN BLACK 3 (WDOSSPR)	1549	36 680 800	5,9	23.05.12
5.	ДЖОН ХАРТЕР / JOHN CARTER (WDOSSPR)	1200	33 607 000	11,9	08.03.12
6.	ГНЕВ ТИТАНОВ / WRATH OF THE TITANS (CAO)	1164	22 472 200	7,4	29.03.12
7.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDOSSPR)	1500	22 279 500	3,0	05.07.12
8.	МОРСКОЙ БОЙ / BATTLESHIP (UPI)	817	22 008 000	7,3	19.04.12
9.	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	1670	21 901 900	5,4	31.05.12
10.	НЕУДЕРЖИМЫЕ-2 / THE EXPENDABLES 2 (UPI)	824	17 876 700	6,2	16.08.12
11.	ПУТЕШЕСТВИЕ-2: ТАИНСТВЕННЫЙ ОСТРОВ / JOURNEY 2: THE MYSTERIOUS ISLAND (CAO)	1021	17 741 000	5,4	09.02.12
12.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ / THE DARK KNIGHT RISES (CAO)	1312	17 338 700	1,6	26.07.12
13.	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED (UPI)	639	16 950 500	3,8	02.08.12
14.	ОБИТЕЛЬ ЗЛА: ВОЗМЕЗДИЕ / RESIDENT EVIL: RETRIBUTION (WDOSSPR)	1100	16 459 400	8,2	13.09.12
15.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDOSSPR)	950	16 288 400	3,2	21.06.12

* Средняя доля России от мировых сборов за 2011 год составляет 3,7%.

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ СЕВЕРОАМЕРИКАНСКОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА 07.10.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	КИНОТЕАТРЫ	ОБЩИЕ СБОРЫ, \$	ДАТА
1.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDOSSPR)	4349	623 357 910	04.05.12
2.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ (CAO)	4404	445 688 597	20.07.12
3.	ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ / THE HUNGER GAMES (VLG)	4137	408 010 692	23.03.12
4.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDOSSPR)	4318	261 939 214	03.07.12
5.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDOSSPR)	4164	233 993 740	22.06.12
6.	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED (UPI)	3303	218 416 145	29.06.12
7.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CP)	4263	216 280 108	08.06.12
8.	ЛОРАКС / DR. SEUSS' THE LORAX (UPI)	3729	214 030 500	02.03.12
9.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ - 3 / MEN IN BLACK 3 (WDOSSPR)	4248	179 020 854	25.05.12
10.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД - 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	3886	159 589 210	13.07.12
11.	БЕЛОСНЕЖКА И ОХОТНИК / SNOW WHITE AND THE HUNTSMAN (UPI)	3777	155 136 755	01.06.12
12.	МАЧО И БОТАН / 21 JUMP STREET (WDOSSPR)	3121	138 447 667	16.03.12
13.	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	3442	126 477 084	08.06.12
14.	КОД ДОСТУПА «НЕЙПТАУН» / SAFE HOUSE (UPI)	3119	126 181 630	10.02.12
15.	КЛЯТВА / THE VOW (WDOSSPR)	2958	125 014 030	10.02.12

САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОПРОКАТА ЗА 2012 ГОД

ДАННЫЕ НА 07.10.12

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	СТРАНА	ОБЩИЕ СБОРЫ, \$	ДАТА
1.	МСТИТЕЛИ / THE AVENGERS (WDOSSPR)	США	888 400 000	25.04.12
2.	ЛЕДНИКОВЫЙ ПЕРИОД - 4: КОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ДРЕЙФ / ICE AGE: CONTINENTAL DRIFT (FOX)	США	702 600 000	27.06.12
3.	ТЕМНЫЙ РЫЦАРЬ: ВОЗРОЖДЕНИЕ ЛЕГЕНДЫ / THE DARK KNIGHT RISES (CAO)	США	630 800 000	18.07.12
4.	НОВЫЙ ЧЕЛОВЕК-ПАУК / THE AMAZING SPIDER-MAN (WDOSSPR)	США	490 200 000	27.06.12
5.	МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED (CPP)	США	451 000 000	06.06.12
6.	ЛЮДИ В ЧЕРНОМ - 3 / MEN IN BLACK 3 (WDOSSPR)	США	445 000 000	25.05.12
7.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDOSSPR)	США	291 000 000	20.06.12
8.	ТИТАНИК 3D / TITANIC 3D (FOX)	США	285 700 000	04.04.12
9.	ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ / THE HUNGER GAMES (VLG)	США	278 500 000	21.03.12
10.	ПРОМЕТЕЙ / PROMETHEUS (FOX)	США	276 700 000	30.05.12
11.	БЕЛОСНЕЖКА И ОХОТНИК / SNOW WHITE AND THE HUNTSMAN (UPI)	США	244 100 000	30.05.12
12.	МОРСКОЙ БОЙ / BATTLESHIP (UPI)	США	238 700 000	12.04.12
13.	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED (UPI)	США	232 900 000	05.07.12
14.	ПУТЕШЕСТВИЕ-2: ТАИНСТВЕННЫЙ ОСТРОВ / JOURNEY 2: THE MYSTERIOUS ISLAND (CAO)	США	222 000 000	18.01.12
15.	ГНЕВ ТИТАНОВ / WRATH OF THE TITANS (CAO)	США	218 300 000	28.03.12

РАСШИФРОВКА НАЗВАНИЙ КОМПАНИЙ-ДИСТРИБЬЮТОРОВ:

CAO – «Каро Премьер», CP – «Централ Партнершип», Fox – «Двадцатый век Фокс СНГ», TFD - Top Film Distribution, UPI – Universal Pictures International Russia, VLG – «Вольга», WDOSSPR – Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing.

Сентябрь и октябрь традиционно считаются одними из слабых месяцев в году с точки зрения кассовых сборов. Мировой кинопрокат выйдет из спячки в ноябре, когда зрители смогут увидеть мультфильм Disney «Ральф», продолжение бондианы «007: Координаты «Скайфолл» и заключительную часть подростковой франшизы «Сумерки. Сага. Рассвет. Часть 2». Пока же в чартах Variety лишь два существенных изменения: в топ-15 российского кинопроката ворвалась «Обитель зла: Возмездие» (хотя ее сборы и ниже предыдущей части), а в международном прокате закрепились комедия «Третий лишний». Отдельно стоит отметить, что «Ледниковый период - 4: Континентальный дрейф» стал самым успешным анимационным проектом международного проката. 🍿

для одних роскошь, для первых свобода

БАНК ПЕРВЫХ
КОМПЛЕКС ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ ПРЕМИУМ-КЛАССА

(495) 544 45 40, 8 800 333 22 33, www.sberbank.ru

МИНЮСТ ПРЕДУПРЕЖДАЕТ

ТЕЛЕИНДУСТРИЯ США
НА ПОРОГЕ
ГЛОБАЛЬНЫХ ПЕРЕМЕН

УОЛЛ-СТРИТ ПРОГНОЗИРУЕТ БОЛЬШИЕ ПРОБЛЕМЫ В ТЕЛЕИНДУСТРИИ – ВМЕШАТЕЛЬСТВО ГОСУДАРСТВА В РАБОТУ ОТРАСЛИ ГРОЗИТ СОКРАЩЕНИЕМ МИЛЛИОНА РАБОЧИХ МЕСТ, ЛИКВИДАЦИЕЙ СОТЕН КАНАЛОВ И СНИЖЕНИЕМ КАПИТАЛИЗАЦИИ РЫНКА НА СОТНИ МИЛЛИАРДОВ.

Эндрю Уолленстайн

Медиааналитик Лора Мартин из Needham & Co. сравнила правительство США со слонком в посудной лавке, описывая потенциальный вред, который будет нанесен, если на федеральном уровне будут приняты меры по поддержке компаний, выходящих на рынок видеодистрибуции. Такая помощь, по ее мнению, вредоносна.

«Ребята из Силиконовой долины вполне способны сами разобраться, как получить свою долю от \$150-миллиардной прибыли, ежегодно извлекаемой действующими игроками рынка», – считает Мартин.

Разговор о вмешательстве правительства начался после публикации в The Wall Street Journal статьи о Минюсте США и его расследовании деятельности кабельных компаний, якобы нарушающих принципы свободной конкуренции в отношении новичков рынка, таких как Netflix и Hulu. Минюст не подтвердил информацию, однако, по достоверным сведениям, ведомство проводит полную проверку отрасли, от ценообразования на рынке широкополосных сетей до партнерских соглашений.

Мартин отстаивает классическую экономическую теорию «невидимой руки рынка», согласно которой свободные рыночные силы не

должны регулироваться извне. «Если государство вмешается в жизнь экосистемы, управляемой невидимой рукой, под угрозой окажется огромное количество рабочих мест», – говорит она.

По подсчетам Мартин, в частных и открытых медиаструктурах США работают около миллиона человек. Это гораздо больше, чем занято в компаниях IT-сектора, которые, на ее взгляд, государство опекает гораздо больше.

Среднестатистический сотрудник телевизионной компании, по данным Мартин, – это представитель среднего класса, который в большинстве случаев живет за городом и не всегда имеет полное высшее образование. Сотрудники высокотехнологичных компаний, напротив, имеют высшее образование и живут в больших городах.

По данным Needham, среди публичных акционерных компаний самое большое число сотрудников у Disney – 156 000 человек. Второе место занимает Comcast – 126 000 человек.

Мартин также оценила последствия, которые возникнут для крупнейших производителей контента, если миллион домохозяйств откажется от подписки на многоканальное телевидение. В этом случае Disney понесет убытки в размере \$763 млн, что, впрочем,

составляет менее 1% капитализации компании. CBS пострадает больше – 3,1% от рыночной капитализации.

Ссылаясь на аналитику Федеральной комиссии по связи, Мартин предполагает, что если результатом расследования станет введение модели дистрибуции, при которой клиент сам выбирает себе каналы для подписки, рынок просядет на \$300 млрд. Снижение доходов от рекламы, по ее оценке, составит около 75%, доходы от подписки упадут на 15–20%.

Стоимость компаний, занимающихся контентом и работающих с потребителями напрямую, она оценила в \$5 млрд. По ее прогнозу, при таком сценарии выживут не многие. «По нашим оценкам, только 5–10 популярных каналов останутся рентабельными и смогут пережить отмену пакетной дистрибуции, 125 каналов станут невыгодными», – говорится в исследовании.

Hulu, YouTube, Netflix, AOL и Yahoo, по оценке аналитика, вполне могут сформировать альтернативный видеорынок, что сильно изменит привычный ТВ-ландшафт. Правда, чтобы догнать существующих игроков, им нужно повысить качество изображения, его продолжительность и рассчитывать на оригинальный контент. ☺

ТРУБОПРОВОД

СЕТЕВОЙ ВИДЕОСТРИМИНГ
СТАНЕТ ВОСТРЕБОВАННЫМ
ВИДОМ ДОСУГА

ИНТЕРНЕТ-КАНАЛЫ ВЫТЕСНЯЮТ КАБЕЛЬНЫЕ СЕТИ ЗА СЧЕТ РОСТА ПРИБЫЛИ ОТ РЕКЛАМЫ. ПОХОЖЕ, ВРЕМЯ ДИКТАТА БОЛЬШИХ ТЕЛЕКОРПОРАЦИЙ УХОДИТ В ПРОШЛОЕ.

Питер Барт

Шестьдесят лет назад предприниматель Аллен Б. Дюмон (Allen B. DuMont) открыл первую телевизионную сеть. Его сетку составляли нишевые передачи об охоте и рыбалке, боулинге и танцевальные шоу. В богатые 50-е CBS и NBC вытеснили одиночку, у которого до этого вполне водились деньги от рекламы, а аудитория росла.

После ознакомления с результатами первого года работы нового канала – точнее, ста с лишним каналов, – представленных на YouTube, сразу вспоминается нишевое программирование, чем-то напоминающее модель Дюмона. Сегодня ниши настолько привлекательны для рекламодателей, что YouTube удваивает ставку на открытие новых каналов, причем как

в США, так и в Великобритании и во Франции.

Учитывая, что YouTube принадлежит Google (это добавляет \$200 млн к начальной ставке в \$150 млн), шансы на то, что нишевое программирование прогорит, как произошло шестьдесят лет назад, ничтожно малы.

«Ниши обеспечивают более глубокое погружение в тему», – объясняет Роберт Кинкл (Robert Kyncl), молодой директор YouTube по контенту. Он уверен, что видеостриминг через интернет совсем скоро накроет обычное телевидение.

Майкл Хиршхорн (Michael Hirshorn), бывший программный директор канала VH1, утверждает: «Что касается музыки и видеоклипов, YouTube освобождает поп-культуру от

диктата мейджоров, основных поставщиков программного продукта».

Хиршхорн и некогда возглавлявший Sundance Channel Лэрри Эйдем (Larry Aidem) создали IconicTV, и каналы Хиршхорна теперь предлагают огромное количество передач во всех мыслимых жанрах: от Life+Times рэпера Jay-Z и электронной музыки продюсера/музыканта Skrillex до лайфстайл.

Кинкл утверждает, что с прошлого года количество подписчиков каналов YouTube выросло вдвое и что все их передачи – brandsaf (то есть содержание программ не вредит репутации рекламодателя). Это означает, что степень интеграции рекламного продукта здесь выше, чем на телевидении.

В этом году YouTube, по расчетам аналитика Citigroup, опубликованным в The Wall Street Journal (у которого есть собственные YouTube-каналы), может рассчитывать на прибыль в \$3,6 млрд. Примерно 55% от этой суммы выплачивается создателям видеоконтента.

Это стимулирует звезд уровня Jay-Z, Мадонны и скейтера Тони Хоука (Tony Hawk) заняться новыми каналами. Бывает и наоборот – человек становится звездой благодаря YouTube, как это случилось с Райаном Хига (Ryan Higa). Его комедийный канал собрал

412 000 подписчиков и 15 млн просмотров. Кроме того, уже несколько YouTube-шоу перекочевало на ТВ. К примеру, ABC недавно приобрел «Клинику рецептов» («Recipe Rehab») для синдикации.

Все выглядит еще круче, если вспомнить, что всего семь лет назад YouTube не очень уверенно стартовал с видеозаписи про слонов в зоопарке Сан-Диего. Позже один из основателей проекта – Стивен Чен выложил несколько малопримечательных сюжетов про своего кота Стинки. Чен и Чад Хёрли (Chad

Hurley) задумывали нечто вроде видеOVERсии Flickr – портал с любительскими видео реальных людей, занимающихся повседневными делами. И вот результат.

Эксперты прогнозируют, что если к 2016 году половина домохозяйств обзаведется Wi-Fi-устройствами, подключаемыми к телевизору, то большинство зрителей откажутся от дорогих кабельных сетей и подсядут на интернет-каналы. Паника непотопляемых корпораций Алена Дюмона явно бы не расстроила. ●

МЕЧТАТЕЛИ

DREAMWORKS
ОСВАИВАЕТ НОВЫЕ
СЕКТОРЫ РЫНКА

DWA СНОВА В ЦЕНТРЕ ВНИМАНИЯ. ПОСЛЕ СДЕЛКИ С FOX ПОСЛЕДОВАЛА НОВОСТЬ О ТОМ, ЧТО ДЖЕФФРИ КАТЦЕНБЕРГ ПОЛУЧИЛ 61% ПРИВИЛЕГИРОВАННЫХ АКЦИЙ. ТЕПЕРЬ КОМПАНИЯ ПЕРЕВОДИТ КОНТЕНТ НА МОБИЛЬНЫЕ ПЛАТФОРМЫ.

Марк Грейзер

Стремясь увеличить число своих релизов до трех фильмов в год, DreamWorks Animation повысил Линкольна Уоллена (Lincoln Wallen), возглавлявшего отдел анимационных технологий, до поста директора по технологиям. В этой должности Уоллен заменит Эда Леонарда (Ed Leonard), отвечавшего в DWA за технологические вопросы последние девять лет. Леонард покинул студию для запуска нового проекта – приложения наподобие Instagram для всех видов медиа под названием Pth, разработанного при поддержке DWA.

Роль технического директора на студии возрастает, учитывая, что к 2016 году DWA должна выпустить двенадцать проектов, дистрибуцией которых предстоит заняться новому партнеру – 20th Century Fox. В этом списке – две части «Как приручить дракона» («How to Train Your Dragon»), «Кунг-фу Панда – 3» («Kung Fu Panda 3»), «Пингвины из Мадагаскара» («The Penguins of Madagascar»), а также новые проекты: «Бюро потусторонних операций»

(«B.O.O. Bureau of Otherworldly Operations»), «Я и моя тень» («Me and My Shadow»), «День Смека» («Happy Smekday!»), «Тролли» («Trolls»), «Мумбайский мюзикл» («Mumbai Musical») плюс намеченные на следующий год «Пещерные люди» («The Croods»), «Турбо» («Turbo») и «Мистер Пибоди и Шерман» («Mr Peabody and Sherman»). На 2015 год DWA запланировал четыре тентпола.

Поскольку аниматоры, с которыми работает студия, базируются кто в калифорнийских Глендейле и Редвуд-Сити, кто в индийском Бангалоре, для работы над проектами DWA использует динамически масштабируемые платформы. Несмотря на то что студия готовит к выпуску больше фильмов, чем когда-либо прежде, Уоллен вместе с аниматорами разрабатывает для каждой картины свой метод – с использованием новейших достижений компьютерных технологий.

Для создания программного обеспечения, необходимого для контроля над проектами

DWA, Уоллен сотрудничал с такими партнерами студии, как HP, Intel и Red Hat. Отныне он также отвечает за дистрибуцию фильмов, телепрограмм и прочей развлекательной продукции DWA на мобильных устройствах и интернет-платформах. Студия рассчитывает на рост прибыли в этом сегменте рынка. Она собирается размещать контент на платформе M-Go, разработанной совместно с Technicolor.

Уоллен пришел в DWA в 2008-м на пост главы отдела разработок и развития. До этого в качестве технического директора компании Electronic Arts он выстраивал схему дистрибуции игр для мобильных телефонов. Теперь эта же технология используется для передачи игр непосредственно на игровые консоли. Уоллен намерен привлечь как можно больше внимания не только к картинам студии, но и к самому факту ее расположения в Силиконовой долине: последнее обстоятельство, по его мнению, позволит пригласить на DWA одаренных инженеров. ●

САМЫЕ КАССОВЫЕ ПРОЕКТЫ DWA В РОССИЙСКОМ КИНОПРОКАТЕ [С 2006 ГОДА]

ФИЛЬМ	ДИСТРИБЬЮТОР	ГОД ВЫХОДА	СБОРЫ В РОССИИ, МЛН	МИРОВЫЕ СБОРЫ, МЛН	ДОЛЯ СБОРОВ В РОССИИ*
ШРЭК НАВСЕГДА / SHREK FOREVER AFTER	CPP	2010	\$51,449	\$752,601	6,84%
КОТ В САПОГАХ / PUSS IN BOOTS	CPP	2011	\$50,060	\$554,709	9,02%
МАДАГАСКАР-3 / MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED	CPP	2012	\$48,904	\$667,263	7,33%
МАДАГАСКАР-2 / MADAGASCAR: ESCAPE 2 AFRICA	UPI	2008	\$42,011	\$603,900	6,96%
КУНГ-ФУ ПАНДА – 2 / KUNG FU PANDA 2	CPP	2011	\$31,575	\$665,692	4,74%
ШРЭК ТРЕТИЙ / SHREK THE THIRD	UPI	2007	\$24,109	\$798,958	3,02%
КАК ПРИРУЧИТЬ ДРАКОНА / HOW TO TRAIN YOUR DRAGON	CPP	2010	\$23,534	\$494,879	4,76%
МЕГАМОЗГ / MEGAMIND	CPP	2010	\$22,137	\$321,886	6,88%
КУНГ-ФУ ПАНДА / KUNG FU PANDA	UPI	2008	\$20,616	\$631,745	3,26%
МОНСТРЫ ПРОТИВ ПРИШЕЛЬЦЕВ / MONSTERS VS ALIENS	CPP	2009	\$13,250	\$381,510	3,47%
БИ МУВИ: МЕДОВЫЙ ЗАГОВОР / BEE MOVIE	UPI	2007	\$7,580	\$287,595	2,64%
ЛЕСНАЯ БРАТВА / OVER THE HEDGE	UIP	2006	\$7,234	\$336,003	2,15%
СМЫВАЙСЯ! / FLUSHED AWAY	UIP	2006	\$6,012	\$178,120	3,38%
ВСЕГО			\$348,471	\$6 674,860	5,22%
В СРЕДНЕМ НА ФИЛЬМ			\$26,805	\$513,451	

* Средняя доля России от мировых сборов за 2011 год составляет 3,7%.

Данные – «Бюллетень кинопрокатчика». Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов: CPP – Централ Партнершип Paramount, UPI – Universal Pictures International Russia, UIP – United International Pictures.

БЕЗ ДЖОБСА

APPLE И DISNEY
ПО-ПРЕЖНЕМУ ЖИВУТ ИДЕЯМИ
СТИВА ДЖОБСА

ЛЮБИМЫМ ДЕТИЩЕМ ДЖОБСА, РАЗУМЕЕТСЯ, БЫЛ APPLE, DISNEY ЗАНИМАЛ
В ЕГО РЕЙТИНГЕ ПОЧЕТНОЕ ВТОРОЕ МЕСТО. ДЖОБС СТАЛ КРУПНЕЙШИМ ЕДИНОЛИЧНЫМ ДЕРЖАТЕЛЕМ АКЦИЙ
ЭТОЙ КОМПАНИИ ПОСЛЕ ПОГЛОЩЕНИЯ СТУДИИ PIXAR В 2006-М. С МОМЕНТА СМЕРТИ ДЖОБСА
АКЦИИ DISNEY ПОДОРОЖАЛИ ПРИМЕРНО НА 70%, А БУМАГИ APPLE ВЗЛЕТЕЛИ НА 86%.

Крис Моррис

Обе компании планируют выпуск новой продукции и развитие стратегических направлений на несколько лет вперед, а значит, Джобс еще несколько лет будет причастен к каждой их новинке, пусть и не напрямую. То есть на данный момент ситуация выглядит вполне радужно. Однако в долгосрочной перспективе все сводится к людям, которых Джобс смог собрать в Apple и Pixar, и от способности руководства Disney сохранить лидерство в области цифровых медиа.

Disney первым начал продавать свои телепрограммы и кинофильмы через iTunes, заслужив не только репутацию первопроходца, но и проложив путь для прочих кинокорпораций (правда, с отдельными конкурентами отношения в итоге обострились: нарушение традиционных бизнес-моделей вызвало их недовольство). Разумеется, это не личное достижение Стива Джобса, но его видение сыграло существенную роль.

Стремясь, по всей видимости, сохранить этот канал влияния, после смерти Джобса Apple ввела в свой совет директоров главу Disney Роберта Айгера (Robert Iger), сохранив таким изящным способом взаимосвязь между компаниями.

Стратегия развития, которую Айгер наметил для Disney, основана на трех ключевых элементах: создание максимально качественного контента; поощрение инноваций и использование самых актуальных технологий, а также освоение новых глобальных рынков, что идеально соответствует политике Apple.

Однако остается еще понять, каким образом отсутствие Джобса скажется на творческой и прочей деятельности Disney (его портфель

акций перешел в ведение фонда, но место в совете директоров по-прежнему пустует). Как отмечают наблюдатели, с течением времени потеря будет ощущаться все больше. «Успех Disney в огромной степени зависит от трендов. Если они разучатся предугадывать их, компанию ждут серьезные проблемы», – полагает главный аналитик Governance Metrics International Рик Маршалл (Ric Marshall).

Чутье на тренды, по-видимому, подвело Disney накануне заключения сделки с Pixar, в 2006-м, когда и анимационное подразделение, и тематические парки с трудом сводили концы с концами. Благоприятный исход дел вряд ли стоит считать личной заслугой Джобса, однако он сыграл достаточно заметную роль.

Пять лет назад, к примеру, совет директоров Disney был готов продать свои круизные теплоходы и передать бренд сторонним операторам. Джобс, как говорили, выступил против такого решения: он был убежден, что компания Disney должна самостоятельно управлять своим брендом. Сегодня круизная линия обеспечивает компании существенную долю прибыли: в текущем году заполняемость кают достигала 94%.

Схожие аргументы Джобс использовал, лоббируя выкуп бренда Disney Stores в 2008-м. Когда магазины вернулись под управление материнской компании, он инициировал их перезапуск, после чего торговая сеть вновь начала приносить значительный доход.

Вне всякого сомнения, с чисто творческой точки зрения важнейшим вкладом Джобса в развитие Disney была студия Pixar, которая, по мнению аналитиков, сейчас находится в безопасном

положении. «Я уверен, что Стив Джобс был бы невероятно горд нынешним положением дел в Pixar, – полагает Крокетт. – На мой взгляд, инвестиции Disney в аттракционы по франшизе «Тачки» («Cars») в Диснейленде и в развитие круизных линий, где используются персонажи из мультфильма «В поисках Немо» («Finding Nemo»), говорят об огромной степени доверия».

Pixar продолжает приносить Disney стабильный доход, уделяя особое внимание сиквелам и короткометражным мультфильмам, посвященным уже знакомым героям. К тому же компания успела интегрироваться в общий холдинг. Однако некоторые наблюдатели предполагают, что за этим стоят Айгер и один из сооснователей Pixar Джон Лассетер (John Lasseter), поскольку Джобса сиквелы как раз не слишком занимали.

«Джобс был похож на Уолта Диснея, – говорит Маршалл. – Его видение находило отклик в сердцах людей». Впрочем, стоит отметить, что смерть основателя Disney Уолта в 1966 году никак не сказалась на процветании студии: стоимость ее акций в последующие 10 лет возросла на 400%.

История знает много компаний, чье существование связывалось с одной-единственной личностью. Какие-то из них после кончины основателя постепенно мельчали и сходили на нет, другие процветали. Среди них – компании с удивительной судьбой, созданные Джорджем Истменом (Georges Eastman), Генри Фордом (Henry Ford), Ли Якоккой (Lee Iacocca), Анри Нестле (Henri Nestle), Ливаем Строссом (Levi Strauss), Сэмом Уолтоном (Sam Walton, основатель сети универмагов Walmart) и Фрэнком Вулвортом (F.W. Woolworth). ☺

КАССОВЫЕ СБОРЫ ПРОЕКТОВ PIXAR В РОССИИ (НА 21.10.12)

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	РОССИЯ,		СБОРЫ В США, \$	МЕЖДУНАРОДНЫЕ СБОРЫ, \$	ДОЛЯ РОССИИ ОТ МИРОВЫХ СБОРОВ*
		ДАТА	ЭКРАНЫ			
1.	ТАЧКИ-2 / CARS 2 (WDSSPR)	23.06.11	1200	20 027 400	191 452 400	3,6%
2.	ХРАБРАЯ СЕРДЦЕМ / BRAVE (WDSSPR)	21.06.12	950	16 328 800	235 044 700	3,1%
3.	ВВЕРХ / UP (WDSSPR)	28.05.09	594	12 024 900	293 004 200	1,6%
4.	ВАЛЛ*И / WALL*E (WDSSPR)	03.07.08	615	11 742 300	223 808 200	2,3%
5.	РАТАТУЙ / RATATOUILLE	28.06.07	450	10 755 600	206 445 700	1,7%
6.	ИСТОРИЯ ИГРУШЕК: БОЛЬШОЙ ПОБЕГ ЗД / TOY STORY 3 (WDSSPR)	17.06.10	714	6 613 100	415 004 900	0,6%
7.	ТАЧКИ / CARS (CAE)	15.06.06	319	4 098 000	244 083 000	0,9%
8.	СУПЕРСЕМЕЙНА / THE INCREDIBLES (CAE)	23.12.04	203	3 760 000	261 441 100	0,6%
9.	В ПОИСКАХ НЕМО ЗД / FINDING NEMO ЗД (WDSSPR)	13.09.12	750	2 573 600	339 715 000	0,3%
10.	КОРПОРАЦИЯ МОНОСТРОВ / MONSTERS INC. (CAE)	21.03.02	67	829 400	255 873 300	0,2%

* Средняя доля России от мировых сборов за 2011 год составляет 3,7%.

Данные – «Бюллетень кинопрокатчика». Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов: CAE – «Каскад Фильм», WDSSPR – Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing.

Ermenegildo Zegna

Scabal

HOLLAND & SHERRY
THE FINEST CLOTHS IN THE WORLD

CLOTH
DORMEUIL

Loro Piana

МАСТЕРСКАЯ КЛАССИЧЕСКОГО КОСТЮМА



ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ДИЗАЙН



ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОШИВ



ЛИЧНЫЙ ПОРТНОЙ



БЕЗУПРЕЧНОЕ КАЧЕСТВО

Уважаемые господа!

КАРТА ПРИВИЛЕГИРОВАННОГО
КЛИЕНТА
предоставляет Вам скидку 10% на услуги
МАСТЕРСКОЙ КЛАССИЧЕСКОГО
КОСТЮМА,

а также на право участия в розыгрыше
"ГАРДЕРОБ НА 1 000 000".

Активируйте, пожалуйста, Вашу карту
в течение трёх месяцев.



СОБРАНИЕ УДОВОЛЬСТВИЙ



ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ



ГАРМОНИЯ, СОЗДАННАЯ РУКАМИ



ДЛЯ ТЕХ, КТО ЛЮБИТ КОМФОРТ

+7 495 2324580 +7 495 2324581 +7 495 2340880

ПЕРСОНАЛЬНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

107078 Москва Большой Харитоньевский переулок 16-18

www.mastersuit.ru

info@mastersuit.ru

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СОБРАТ

СТУДИИ UNIVERSAL
ГРОЗИТ ПОТЕРЯ
ОСНОВНОГО
ИНВЕСТОРА

БРИТАНСКИЙ ФОНД ELLIOTT MANAGEMENT ГОТОВ РЕФИНАНСИРОВАТЬ ТОЛЬКО ТЕ ПРОЕКТЫ UNIVERSAL PICTURES, КОТОРЫЕ БЫЛИ ОДОБРЕНЫ ДО КОНЦА 2012 ГОДА, И ПЛАНИРУЕТ РАЗОРВАТЬ СВЯЗИ С ШОУ-БИЗНЕСОМ.

Рейчел Абрамс

В прошлом году хеджевый фонд уже продал большую часть своей доли в Relativity Media миллиардеру Рону Берклу (Ron Burkle) – и это через 3,5 года после начала финансирования предприятия Райана Кэвэна (Ryan Kavanaugh).

Сотрудничество Elliott и Universal началось в 2008-м, когда Райан Кэвэна, глава продюсерской компании Relativity Media, протолкнул сделку под названием «Беверли-2», по условиям которой Relativity должна была участвовать в отборе картин Universal, финансировать которые будет Elliott. В обмен продюсерская компания получала солидное вознаграждение за каждую ленту. Его размер не разглашался, но по условиям похожего соглашения с Sony Relativity перепадал \$1 млн фиксированной платы и 2% от общих кассовых сборов за каждую картину – суммы были обнародованы в результате судебного процесса, начатого компанией Aramid Entertainment, одним из инвесторов Sony.

Текущее рефинансирование 75% кинобюджета студии предусмотрено тем самым соглашением 2008 года. На счету Elliott Management финансирование более 50 картин Universal.

Если компании решат не продолжать контракт, то студии, отмечающей в этом году столетний юбилей, придется восполнять очень серьезную финансовую потерю, что особенно грустно, учитывая нехватку инвесторов, готовых вкладывать в Голливуд собственные средства, а не банковские займы.

Каждая студия-мейджор, за исключением компании Disney, последнее время пытается привлечь внешних инвесторов к финансированию своих проектов.

По оценкам FINalternatives, интернет-ресурса, занимающегося анализом и прогнозированием частных инвестиций и хеджевых фондов в сфере шоу-бизнеса, с 2004 по 2008 год Уолл-стрит влил в голливудские проекты около \$15 млрд. Однако далеко не звездные доходы от этих вложений охладил пыл финансистов. Студии, в свою очередь, ощущают давление со стороны финансовых партнеров: последние требуют минимизации рисков, учитывая, что затраты на производство и рекламу крупномасштабных проектов растут. Так, летний провал «Морского боя» («Battleship») привел к тому, что Comcast урезала оставшийся кварталный бюджет студии Universal на \$83 млн.

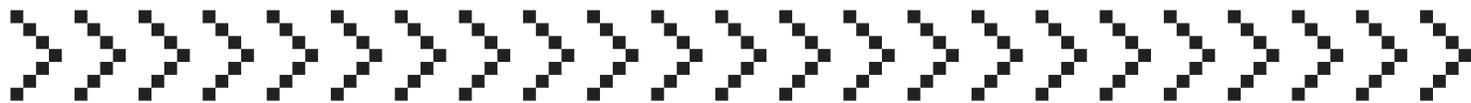
Другие мейджоры тоже пересматривают свои финансовые сделки. Так, 20th Century Fox обновляет контракт с долгосрочным партнером Dune Capital Management. У Warner Bros. все под контролем – студию финансирует Village Roadshow и Legendary, хотя и там бы не отказались от инвестиций извне. Paramount, Universal и Sony активно ищут новых инвесторов. И только Disney со своей мощной индустрией рекламы и мерчандайзинга по-прежнему полагается на собственные силы.

На первый взгляд, вокруг студий роет кружат инвесторы, готовые финансировать новые проекты, однако лишь немногие из них вступают в контрактные соглашения с Голливудом. Юристы из фирмы Джона ЛаВиолетта (John LaViolette) в течение нескольких месяцев разрабатывали соглашение на \$1,2 млрд между крупным инвестором StormHarbour и студиями Sony и Universal. Источники Variety, следящие за развитием ситуации, утверждают, что контракт не подписан до сих пор. ☹

КАССОВЫЕ СБОРЫ ПРОЕКТОВ UNIVERSAL В ТЕКУЩЕМ ГОДУ (НА 21.10.12)

№	НАЗВАНИЕ / ДИСТРИБЬЮТОР	ДАТА	РОССИЯ,	СБОРЫ В РОССИИ, \$	СБОРЫ В США, \$	МЕЖДУНАРОДНЫЕ СБОРЫ, \$	ДОЛЯ РОССИИ ОТ МИРОВЫХ СБОРОВ
			ЭКРАНЫ				
1.	МОРСКОЙ БОЙ / BATTLESHIP	19.04.12	817	22 008 000	65 233 400	238 736 600	7,2%
2.	ТРЕТИЙ ЛИШНИЙ / TED	02.08.12	639	16 950 500	218 628 700	263 357 500	3,5%
3.	ЛОРАНС / DR. SEUSS' THE LORAX 3D	15.03.12	716	16 014 100	214 030 500	132 319 700	4,6%
4.	БЕЛОСНЕЖКА И ОХОТНИК / SNOW WHITE AND THE HUNTSMAN	14.06.12	729	12 733 100	155 136 800	244 513 800	3,2%
5.	АМЕРИКАНСКИЙ ПИРОГ: ВСЕ В СБОРЕ / AMERICAN REUNION	05.04.12	640	11 854 700	56 758 800	178 056 600	5,0%
6.	ЭВОЛЮЦИЯ БОРНА / THE BOURNE LEGACY	30.08.12	679	7 270 300	112 808 700	126 436 500	3,0%
7.	ОСОБО ОПАСНЫ / SAVAGES	13.09.12	442	4 027 300	47 323 100	22 762 900	5,7%
8.	ПАРАНОРМАН, ИЛИ КАК ПРИРУЧИТЬ ЗОМБИ 3D / PARANORMAN 3D	23.08.12	490	3 112 200	54 670 800*	37 830 000	3,4%
9.	КОД ДОСТУПА «НЕЙПТАУН» / SAFE HOUSE	09.02.12	421	2 885 800	126 181 600	82 194 100	1,4%
10.	КОНТРАБАНДА / CONTRABAND	12.01.12	373	1 896 700	66 528 000	31 811 200	1,9%
11.	НЕМНОЖКО ЖЕНАТЫ / THE FIVE-YEAR ENGAGEMENT	28.06.12	241	770 300	28 700 300	25 332 600	1,4%
12.	ВСЕ ЛЮБЯТ НИТОВ / BIG MIRACLE	02.02.12	270	545 000	20 157 300	5 298 100	2,1%

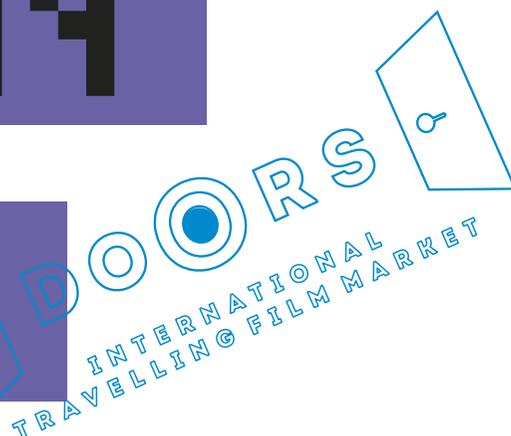
Данные – «Бюллетень кинопрокатчика»



DOORS TO

RUSSIAN

CINEMA



INTERNATIONAL TRAVELLING FILM MARKET



DOORS AT THE AFM

DATE

31.10-07.11.2012

WWW

ROSKINO.ORG

PLACE

THE DIRECTOR'S ROOM (LOBBY LEVEL)

LE MERIGOT HOTEL

ORGANIZED BY

ROSKINO
MOSCOW
KALASHNY LANE 14
125009 RUSSIA
+7 495 690 50 09
INFO@ROSKINO.ORG

ORGANIZED BY

RUSSIAN FILM COMMISSION USA
LOS ANGELES
433 N. CAMDEN DRIVE,
SUITE 600
BEVERLY HILLS CA 90210
+1 310 887 13 11
RUSSIANFILMCOM1@GMAIL.COM

WORLD SALES

VIA E. MANFREDI 15
00197 ROME ITALY
+ 39 06 807 72 52
INFO@INTRAMOVIES.COM
INTRAMOVIES.COM
intramovies



strategic partner



СТУДИЙНЫЙ БИЗНЕС

ОСНОВНАЯ ЗАГРУЗКА
ПАВИЛЬОНОВ –
ТЕЛЕПРОЕКТЫ

РОССИЙСКОЕ КИНО НУЖДАЕТСЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПЛОЩАДКАХ, И МАЛО ИХ БЫТЬ НЕ МОЖЕТ – С ТАКОЙ НЕХИТРОЙ МЫСЛЮ СОГЛАСНЫ РЕШИТЕЛЬНО ВСЕ, КТО РАБОТАЕТ В НАШЕЙ СТРАНЕ С ВИДЕОКОНТЕНТОМ.

В ТОМ, НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЮТ СТУДИЙНЫЕ КОМПЛЕКСЫ, РАЗБИРАЛСЯ ВЛАДИМИР БОРОВОЙ («Ъ-ДЕНЬГИ»).

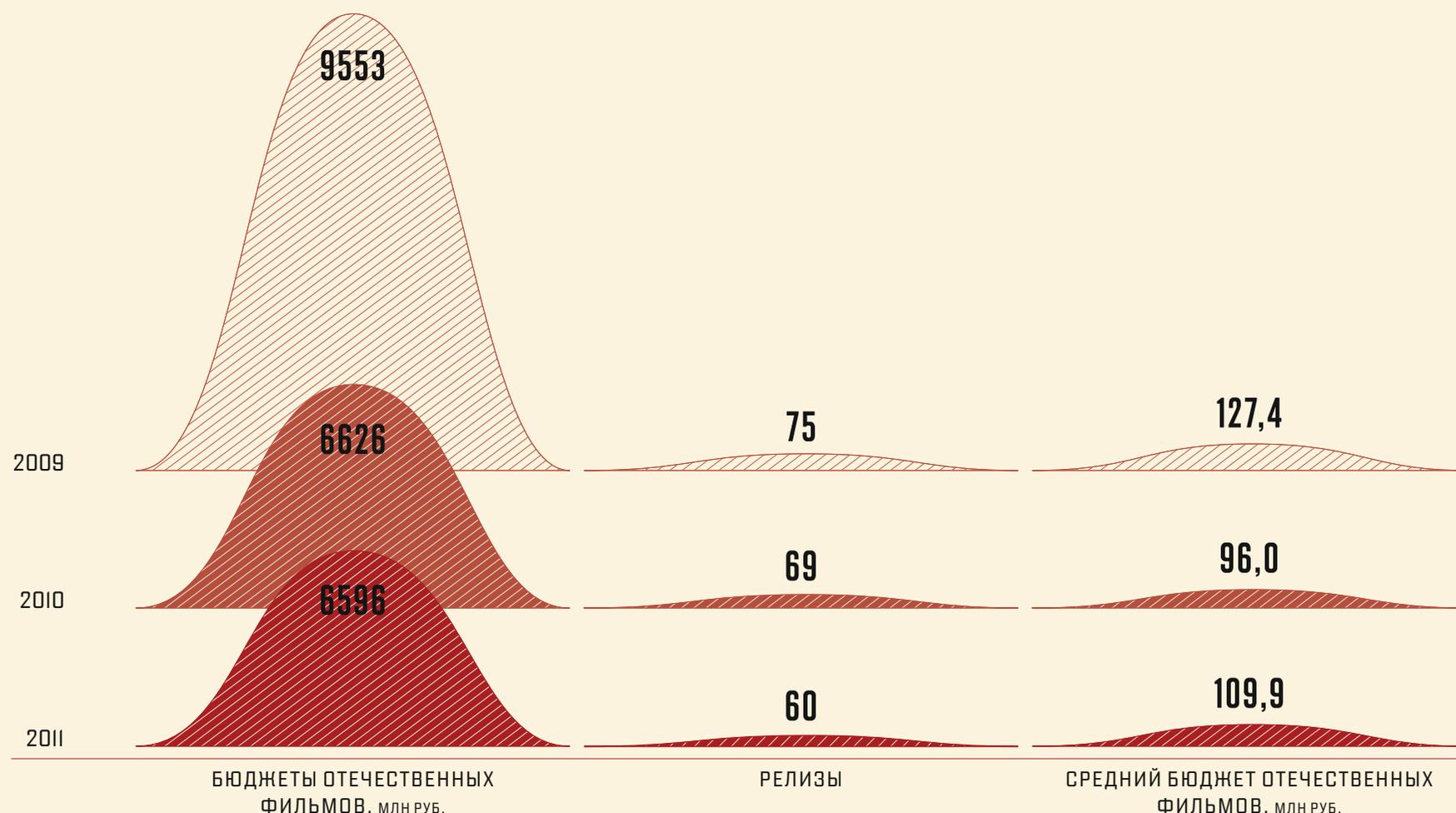
Чаще всего производственные комплексы являются единым целым с кинокомпанией, которую представляют («Мосфильм», «ГЛАВКИНО»), но может быть и так, что изготовитель контента и производственные мощности разведены по разным юридическим лицам («Кинокомпания АМЕДИА» и «Киностудия АМЕДИА»). Но какие бы формы управления в результате ни избирались, на отечественное кинопроизводство неизбежно оказывают влияние все главные проблемы российского кинематографа и все серьезные вызовы, которые перед ним стоят.

На производстве косвенно, но болезненно отзывается недостаток кинозалов в средних и малых населенных пунктах России, а также тот факт, что доля бокс-офиса у российских фильмов, упав в 2008-м, никак не хочет вырасти. Но эти негативные факторы меркнут перед главной проблемой российского кинопроизводства: кадровой. Многие продюсеры отмечают, что качество предлагаемых услуг технического персонала, который обслуживает съемочный процесс, редко сбалансировано с высокой ценой на них. И если с высокой стоимостью работ

еще можно смириться, то вот отсутствие нужного количества профессионалов международного уровня – главное уязвимое место индустрии.

Упускаемые выгоды проще всего обозначить на примере копродукции: неоднократно было замечено, что американские студии с большей охотой отправляются снимать в восточноевропейские комплексы, нежели в Россию. Хотя понятно, что в данном случае главными преимуществами западных студий являются налоговые послабления и общая прозрачность бизнеса.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ БЮДЖЕТЫ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ 2009-2011



А Н Ц Е Н Т Н А Т В

Под действием упомянутых факторов, а также ввиду переноса основного зрительского внимания с широкого экрана на домашний большинство производственных комплексов делит свои мощности между фильмами для кинопроката и ТВ-продукцией. Причем последняя преобладает, поскольку кормит. Даже в Москве нет ни одного крупного кинопроизводителя, в чьем каталоге работ не было бы набора сериалов и телешоу.

При этом наличие среди клиентов Первого канала или ВГТРК также не гарантирует бесперебойного производства. В конце августа компания RWS, один из ведущих игроков на рынке, была вынуждена закрыть свою московскую киностудию на территории завода ЗИЛ. Согласно официальной версии, после истечения сроков контракта его не стали продлевать из-за выросшей арендной платы – в новых условиях производство стало нерентабельным. По другим данным, дело в резко упавшей загрузке московского комплекса: за первое полугодие она уменьшилась более чем в 2 раза и составила в итоге 22%. RWS обещает сосредоточить свои усилия на питерском комплексе. Московское профессиональное сообщество закрытие подразделения RWS расстроило: площадка была большая (12 тыс. кв. м), удобная (в черте города), технически хорошо оснащенная, а закрылась так быстро, что RWS пришлось распродавать профессионально оборудованные помещения по остаточной стоимости.

Но даже столь масштабные изменения не способны отвлечь изготовителей видеоконтента от полнометражного кино: всем понятно, что без выпуска коммерческих фильмов полноценной индустрии не будет.

Среди московских производственных комплексов долгое время главенствовал «Мосфильм». Он и сейчас много в чем остается первым – например, возглавляет список студий с самой большой общей площадью (34 га). Посоперничать с ним в номинации «самый большой павильон», а заодно составить ему компанию в недлинном списке комплексов, построенных под нужды киноиндустрии (а не переделанных из бывших заводов), взялась компания «ГЛАВКИНО». Она уже справилась с «павильонным» соревнованием: ее главный павильон площадью 3107 кв. м не только больше любого из мосфильмовских, но и признан самым большим в Европе. Хотя во времена, когда свободный участок земли в ближнем Подмосковье с наибольшей долей вероятности занимают торговый или офисный центр, а киноиндустрия переживает не лучшие дни, создание кинопроизводственной площадки, как выражается директор «ГЛАВКИНО» Илья Бачурин, – «самурайский поступок».

В основном это касается того факта, что первая очередь строительства, которая официально завершилась в феврале 2012-го, осуществлена на банковский кредит (2,7 млрд руб. выдал ВТБ), и реализовывать вторую придется, одновременно зарабатывая

на текущие расходы и на кредитные выплаты. Амбициозный проект включает в себя 12 павильонов, оборудованных современной техникой, общая аппаратно-студийная площадь – 9 тыс. кв. м. Уже сейчас студия готова предлагать полный цикл кинопроизводства, включая любые запросы современного постпродакшена.

Под телевизионное производство «ГЛАВКИНО» собирается отдать около 70% своих мощностей, подкупая представителей ТВ своими возможностями вещать в прямом эфире и перегонять большие массивы информации по оптоволокну. В данный момент площадку активно использует Comedy Club Production. Также на ней снимается топовое реалити-шоу MTV «Каникулы в Мексике – 2» и масштабный проект «Битва хоров» для «России 1».

Кинокаталог у компании, по понятным причинам, короткий. А единственный собственный проект, «Август. Восьмого», снимался еще на «Мосфильме», поскольку свой комплекс не был готов. Первыми полнометражными фильмами местного продакшена станут ленты «Страна хороших деточек» и «Тайна Снежной королевы».

Наиболее яркий пример московского производственного комплекса, который осознанно делает основную ставку на телеконтент – «Киностудия АМЕДИА». Согласно собственной статистике, производство кинофильмов занимает на «АМЕДИА» всего 1%, в то время как телефильмы и сериалы вместе ответственны за 70% продукции комплекса. Недаром глава «АМЕДИА» Александр Акопов не причисляет себя к киноиндустрии, а настаивает, что он телевизионщик, на чьей студии снимают кинофильмы. Общая площадь комплекса, созданного на столичном юго-востоке, на бывшей заводской территории, – 4,2 га, на ней разместилось 16 павильонов – больше, чем у какой-либо другой студии в России. Основные клиенты «Киностудии АМЕДИА» – ведущие каналы страны, от Первого и «Россия 1» до СТС и ТНТ. Среди заказчиков фигурируют, помимо непереносимой «АМЕДИА Продакшн», еще и «ГудСториМедиа», «Мир реалити», «Среда», «Теле Альянс».

Комплекс продолжает строиться, счет пошел на третью очередь: уже открылись кинозал и ресторан, заявленные в планах, но еще ведутся работы на главном входе. Увеличивать количество павильонов или как-то по-другому расширять рабочие площади в киностудии не намерены, вместо этого вкладываются в техническое перевооружение. В июле этого года в арсенале «АМЕДИА» появились две кинокамеры Sony F65 – ультрапрофессиональные устройства для съемки с частотой до 120 кадр/сек в HD/2K, 4K и 8K; цена одной такой камеры – от \$65 тыс.

Помимо предприятий полного цикла все более востребованными в кинопроизводстве становятся студии, сосредоточившиеся на постпродакшене. Один из недавно появившихся московских представителей сегмента – компания R Studios, которая совместила полный

post-production-цикл со студиями компьютерной графики, трехмерной анимации, а техника для motion-capture у нее – самая современная в России. На R Studios в работе на данный момент находится фильм «Вий 3D», который позиционируется как один из самых громких отечественных релизов 2013 года, и приключенческая фантастика «Сокровище озера Кабан». Среди постоянных клиентов студии – успешная продюсерская компания, специализирующаяся на фильмах юмористического направления, – Enjoy Movies. Согласно последним трендам, среди спецификаций студии отдельными пунктами идут «комфортабельные комнаты отдыха» и присутствие на территории «Суп-кафе», открытого только для посетителей комплекса.

С Е В Е Р Н Ы Й П У Т Ь

В Санкт-Петербурге всем заправляют «Всемирные русские студии» (RWS), в данный момент – единственная киностудия полного цикла, отвечающая современным требованиям индустрии. Денег на ее строительство не пожалели: главный акционер RWS – АФК «Система» потратила на данный проект примерно \$100 млн. Киностудия располагает 6 павильонами со всеми нужными техническими обвесами, студией звукозаписи стандарта Dolby Premier, цехом нелинейного монтажа и цветокоррекции, мощной студией постпродакшена – в общем, всем, что нужно для серьезного производства. Режиссеры, поручающие специалистам комплекса те или иные работы, под стать рангу «главной киностудии культурной столицы»: Федор Бондарчук со «Сталинградом», Никита Михалков со вторыми «Утомленными солнцем», Александр Сокуров с «Фаустом». При этом, как и московские изготовители видеоконтента, представители RWS с легкостью признаются, что основная прибыль компании проистекает из телевизионных заказов, в частности – сериалов для Первого и ВГТРК.

При перечислении питерских студий нельзя не упомянуть «Глобус-фильм», независимую студию, которая начинала в качестве компании, оказывающей содействие иностранным съемочным группам, прибывавшим в Санкт-Петербург, а в результате выросла в мощного производителя контента, которому, например, компания Сергея Сельянова СТВ полностью отдает все съемки, сосредотачиваясь на разработке проектов, финансировании и творческих вопросах.

Большой темой для питерского кино остается состояние «Ленфильма», старейшей студии России, которая продолжает существовать в основном за счет аренды павильонов, декораций и костюмов и отчаянно нуждается в реорганизации. Совет директоров во

главе с независимым председателем Федором Бондарчуком, который, по его собственным словам, пришел «поднимать административно-хозяйственную часть», намерен реализовать концепцию трехлетнего изменения студии стоимостью 1,53 млрд руб. и превращать запущенный объект в одну из главных производственных площадок страны.

Едва ли не единственным российским кинопроизводителем полного цикла за пределами столичной оси Москва – Петербург

остаётся Свердловская киностудия. Ее зачастую выбирают независимые продюсеры, однако она в состоянии успешно справиться и с крупным бюджетом. Относительно недавний пример – фильм «Адмиралъ» 2008 года стоимостью \$20 млн. В профессиональном сообществе у Свердловской студии довольно высокая репутация. Единственным неустрашимым недостатком работы на ней является непредсказуемая уральская погода, способная испортить съемки на природе.

Появление новых студийных комплексов пока что опережает рост их загрузки: профессионалы сетуют, что мест много,

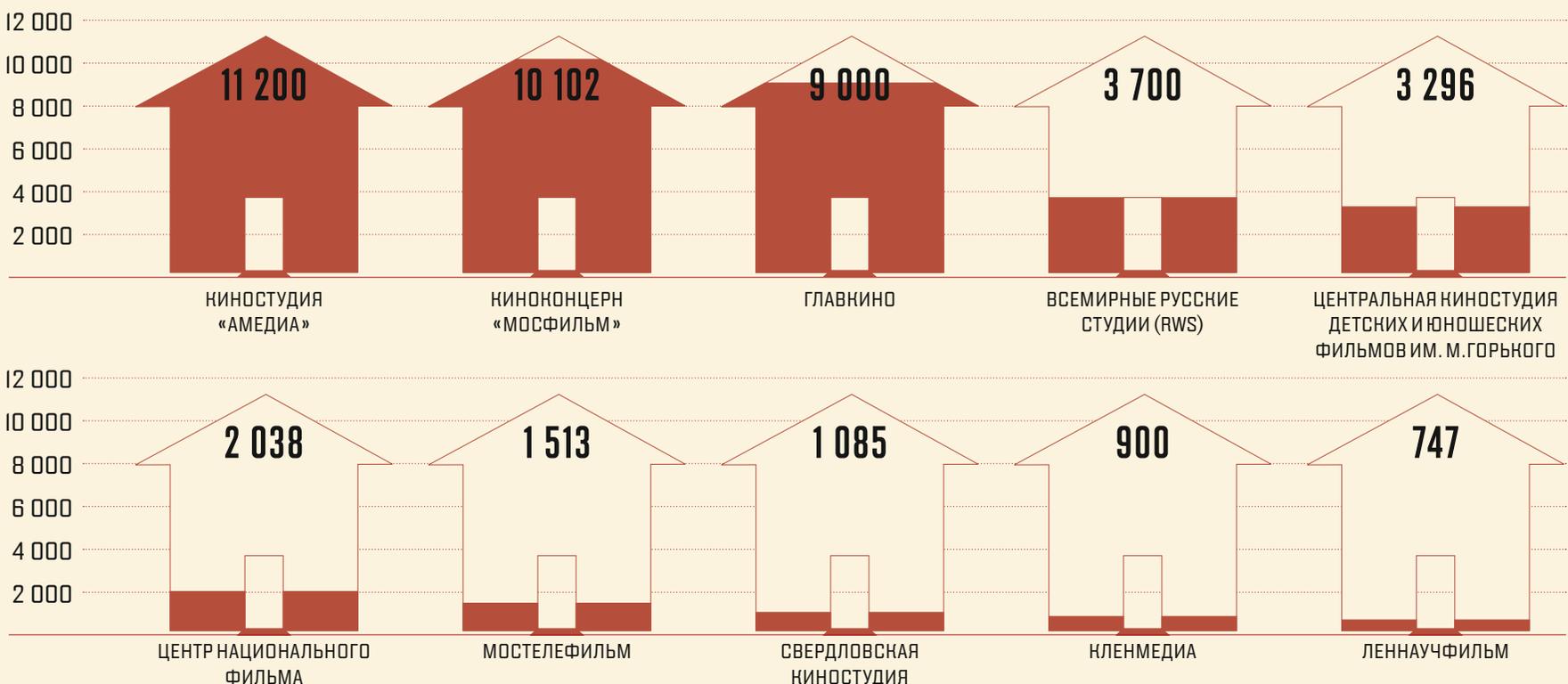
а работы мало. В связи с этим понятен скепсис руководителя студии «Мосфильм» Карена Шахназарова в отношении «ГЛАВКИНО»: он засомневался, что огромный и ультрасовременный комплекс будет загружен достаточно для того, чтобы окупаться. Но отказаться от развития киностудий тоже нельзя: иначе никакой своей индустрии не останется. Впрочем, для студий (и «Мосфильм» не исключение) большую угрозу создают стремительно развивающиеся цифровые технологии, которые в ближайшем будущем неминуемо и кардинально поменяют весь производственный процесс. 🌀

СТУДИИ-ЛИДЕРЫ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПАВИЛЬОНОВ



ДАННЫЕ – ROMIR MOVIE RESEARCH

ОБЩИЕ ПЛОЩАДИ ПАВИЛЬОНОВ КРУПНЕЙШИХ СТУДИЙ РОССИИ, м²



ДАННЫЕ – ROMIR MOVIE RESEARCH

ТОМ ХЭНКС ХОЛЛИ БЕРРИ ДЖИМ БРОДБЕНТ ХЬЮГО УИВИНГ ДЖИМ СТЕРДЖЕСС ПЭДУНА БЕНУИШОУ ДЖЕЙМС Д'АРСИ
ЧЖОУ СЮНЬ КИТ ДЭВИД ДЭВИД ГЯСИ СЬЮЗАН САРАНДОН ХЬЮГРАНТ



СЦЕНАРИСТЫ И РЕЖИССЕРЫ
ЛАНА ВАЧОВСКИ ТОМ ТЫКВЕР ЭНДИ ВАЧОВСКИ

ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС

ВСЕ ВЗАИМОСВЯЗАНО

с 8 ноября

РЕКЛАМА

16+

X FILME A COMPANY

СТРОЙКОМПЛЕКС

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА
ДЕМОНСТРИРУЕТ СТАБИЛЬНЫЙ РОСТ

ПО ДАННЫМ АНАЛИТИКОВ «НЕВАФИЛЬМ», ДО КОНЦА ГОДА
КОЛИЧЕСТВО СОВРЕМЕННЫХ ЗАЛОВ В РОССИЙСКИХ КИНОТЕАТРАХ УВЕЛИЧИТСЯ ДО 3000.
ИЗУЧИВ ПОСЛЕДНИЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА КИНОПОКАЗА В КЛЮЧЕВЫХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ,
VARIETY ПРИШЕЛ К ВЫВОДУ,
ЧТО РОССИЯ В ЭТОМ СЕГМЕНТЕ РЫНКА ВПОЛНЕ СООТВЕТСТВУЕТ МЕЖДУНАРОДНЫМ ТРЕНДАМ.

Андрей Белый

РОССИЙСКИЙ РОСТ

По данным на 1 сентября 2012 года, в России насчитывается 2916 кинозалов в 1006 кинотеатрах. Но уже этой осенью ряд крупных киносетей ввели в эксплуатацию новые площадки. Лидер российского рынка кинопоказа «Синема Парк» запустил новый мультиплекс на девять залов в Ульяновске. До конца года планирует открыть еще два больших кинотеатра. Занимающий третье место «Киномакс» пополнил свои ряды новым восьмизальным кинотеатром в Астрахани.

В начале октября свой четвертый мультиплекс (в Красногорске) открыла быстро развивающаяся сеть Movi Cinema, в планах которой запуск еще двух новых кинотеатров до конца года. Все площадки показчика располагаются в торгово-развлекательных центрах «Июнь». По такому же пути идет группа компаний «Ташир», развивая сеть «Синема Стар», кинотеатры которой работают в основном в ТРЦ «Рио». В этом году сеть пополнилась четырьмя новыми мультиплексами.

По темпам строительства новых кинотеатров и залов Россия на одном из лидирующих положений в мире. С 2004 года количество экранов увеличилось в 3,6 раза. На развитых европейских рынках число экранов растет гораздо меньшими темпами, чем в России. На некоторых территориях и вовсе наблюдается спад строительства на протяжении нескольких лет. Во Франции, к примеру, количество экранов перевалило за пять тысяч в 2000-м, но с тех пор увеличилось только на 9% (5465). Рост числа экранов в Италии за последние пять лет составил всего лишь 5% (3217), в Великобритании – 10% (3767). В Испании и Германии количество экранов с 2005 года уменьшилось на 8% (4044) и 5% (4640) соответственно.

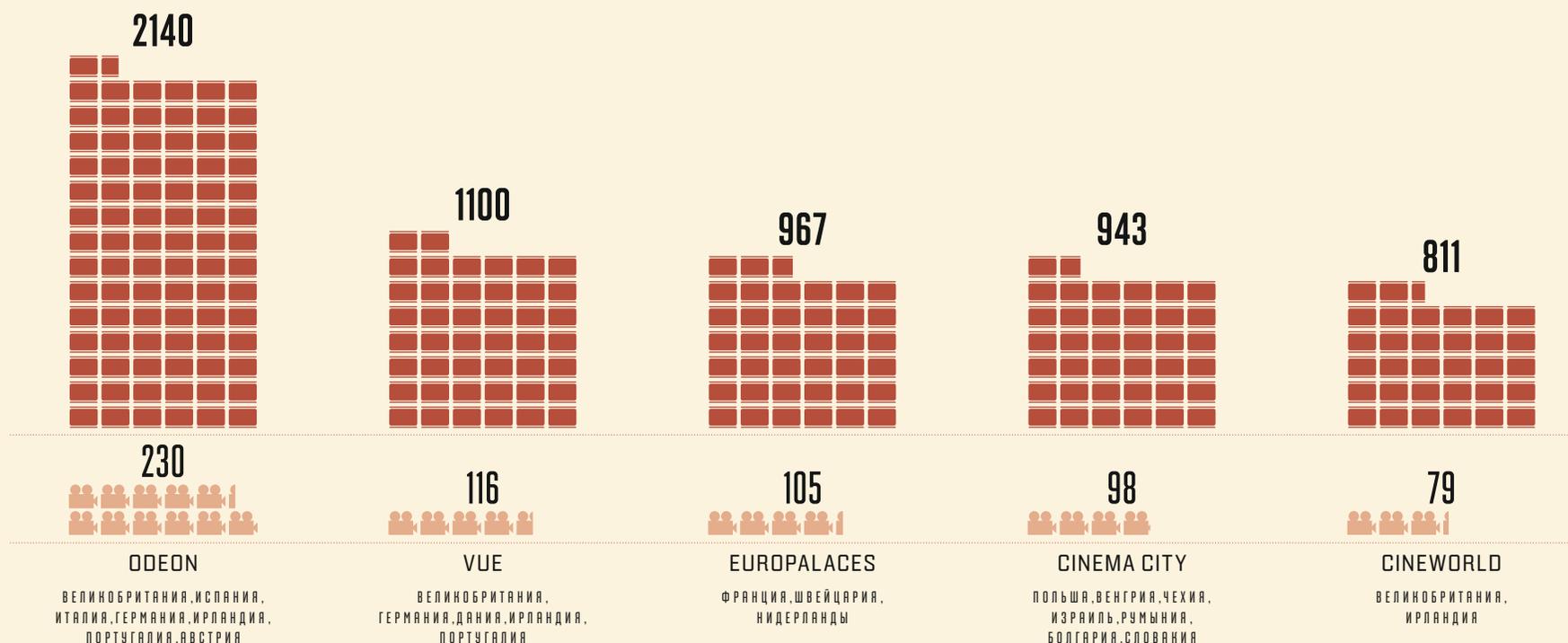
ЕВРОПЕЙСКИЙ ШТИЛЬ

В ключевых европейских странах рынок кинопоказа давно устоялся. По количеству экранов на душу населения Россия уступает Италии, Германии и Великобритании в 2,5–3 раза, Франции и Испании – в 4 раза. Так

как практически все крупные и средние города в Западной Европе уже оснащены мультиплексами, которые и приносят основную долю кассовых сборов, то одним из самых простых способов роста сетей в Старом Свете является покупка конкурентов или их слияние. Лучше остальных эти методы практикует Великобритания, где еще десять лет назад три крупнейшие сети занимали 43% рынка по количеству экранов. Однако сейчас этот показатель увеличился до 63%, а в первой пятерке показчиков только лидер остался в том же виде, что и тогда.

В других крупных европейских странах доминирование лидеров не столь уверенное. В Испании киносети Cinesa, Yelmo Cines и Ábaco Cinebox занимают 30% рынка. Тройка лидеров в Италии, Германии и Франции управляет 29, 28 и 27% кинозалами соответственно. Тем не менее сегментация кинопоказа в этих странах гораздо меньше, чем в России, где на «Синема Парк», «Каро Фильм» и «Киномакс» приходится всего лишь 20% всех кинозалов в стране, что

КРУПНЕЙШИЕ СЕТИ ЕВРОПЫ



практически не отличается от ситуации в 2006–2007 годах (18%). Это говорит о том, что динамичнее развиваются игроки кинопоказа, которые не входят в первую тройку лидеров. Такие сети, как уже упомянутые «Синема Стар», Mori Cinema, или, к примеру, крупнейший оператор юга страны – «Монитор». Не исключено, что через несколько лет они заметно усилят свои позиции на рынке.

ФРАГМЕНТАЦИЯ И КОНСОЛИДАЦИЯ

Казалось бы, конкуренция в любой сфере бизнеса должна быть в пользу потребителей. Однако в киноиндустрии, особенно в России в условиях нехватки кинозалов, ситуация немного другая. При жесткой конкуренции борьба за зрителя идет уже на первой неделе проката. Дистрибьюторы стремятся расписать новинку как можно лучше, из-за чего страдают в первую очередь релизы на третьей и последующих неделях.

При меньшем количестве федеральных сетей прокатчикам будет проще договориться об условиях релиза. Кроме того, при укрупнении сетей (в частности – слиянии или покупке) уменьшаются издержки и административные

затраты, что способствует их дальнейшему росту, особенно в регионах и в средних городах, где сейчас рынок кинопоказа заметно уступает Москве, Санкт-Петербургу и некоторым городом-миллионерам.

Тенденции к укрупнению на российском рынке все же наблюдаются. В июне 2011 года сеть «Киностар Делюкс» была продана холдингу «ПрофМедиа», владельцу сети «Синема Парк». Купленные шесть кинотеатров сейчас уже полностью интегрированы в «Синема Парк», который благодаря этой сделке увеличил свою долю по количеству экранов в России с 7 до 10% (сейчас из-за общего роста рынка кинопоказа она снизилась до 9%).

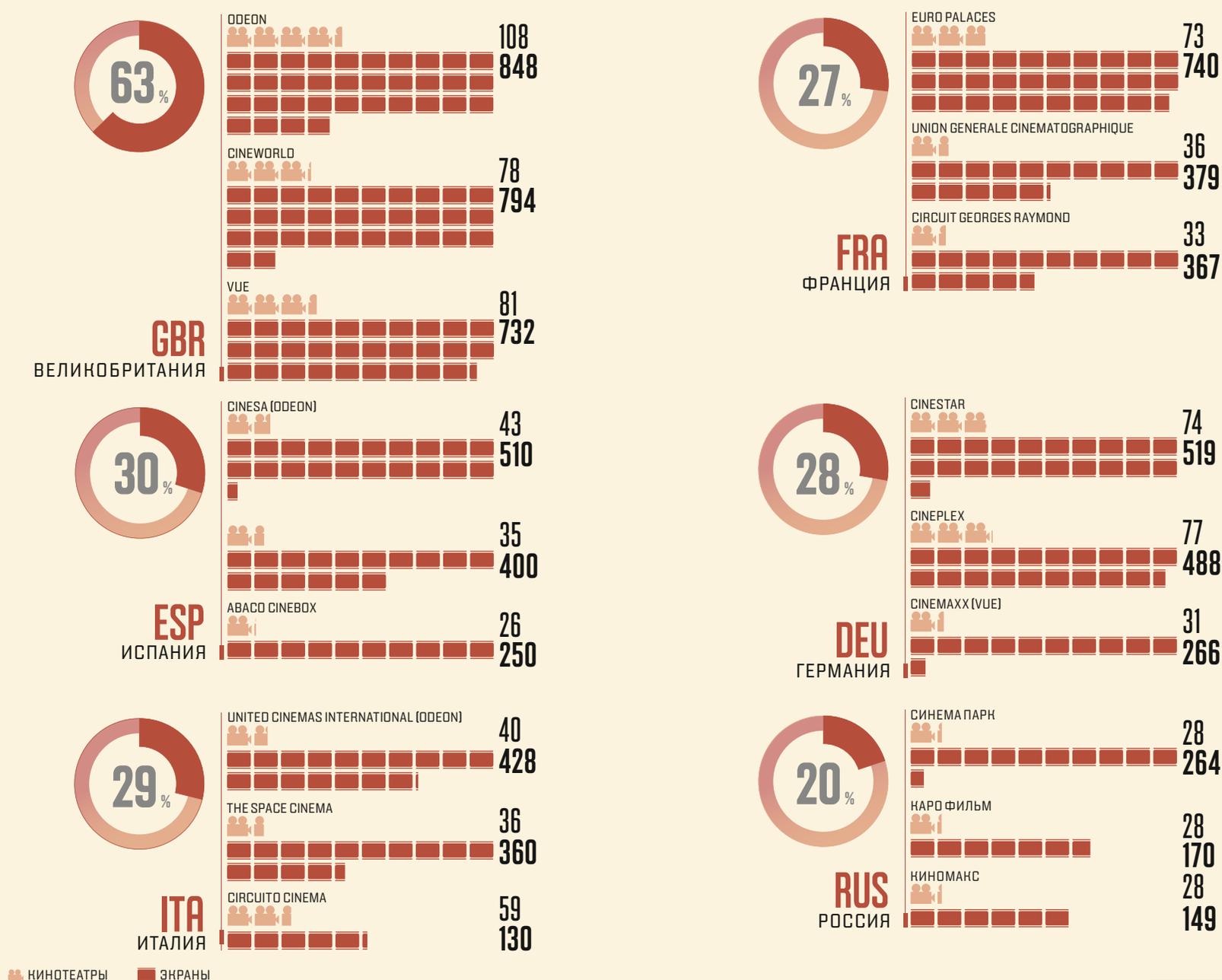
В январе 2012 года компания «А1», инвестиционное подразделение консорциума «Альфа-Групп», завершило сделку по покупке контрольного пакета акций (55,66%) сети «Формула Кино», большинство кинотеатров которой располагаются в Москве. Аналитики уверяют, что переговоры с «Формулой» длились несколько лет. «А1» уже владеет сетью «Кронверк Синема», и в перспективе объединенная сеть могла бы занять второе место на российском рынке с 213 экранами и долей 7%. Однако пока активы компании «А1» действуют независимо друг от друга.

Вместе с тем генеральный директор сети «Синема Парк» Сергей Китин в интервью «Бюллетеню кинопрокатчика» рассказал, что уже не видит перспектив для дальнейших приобретений. «Войти в сеть и убедиться, что она на 60% сделана неверно с точки зрения проектирования кинотеатров, задаться вопросом, что теперь с этим делать... Мы этот путь прошли. Поэкспериментировали. Мы убедились, что переделать дороже, чем построить новое», – рассуждает г-н Китин.

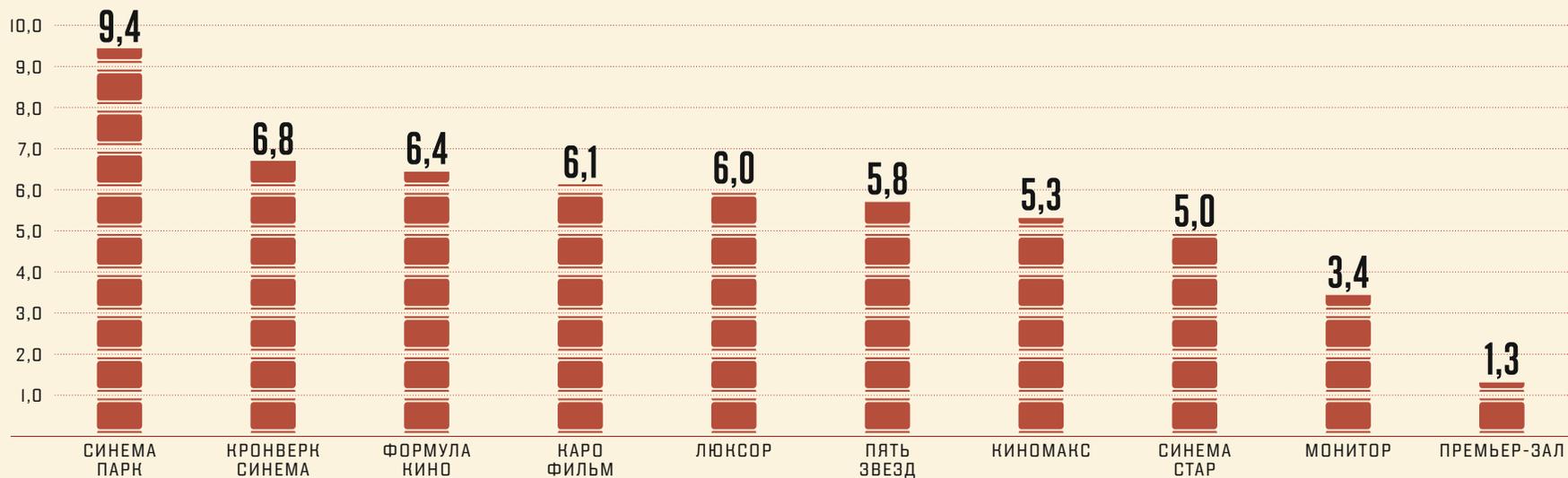
Возможно, поэтому сеть «Каро Фильм» уже давно находится в поиске инвесторов для реконструкции существующих кинотеатров и постройки новых, а «Киномакс» планирует выйти на IPO для привлечения новых средств.

Кстати, мало кто сегодня помнит, но киносети начали сотрудничать еще на заре российского кинопроката. В 2001-м «Каро Фильм» и ныне уже не существующая «Империя кино» создали «Формулу кино». Но акционеры по-разному смотрели на будущее – и через пять лет разошлись в разные стороны. Сейчас, спустя семь лет, мы наблюдаем новый этап активного объединения российских сетей. Рынок кинопоказа не стоит на месте. 🎬

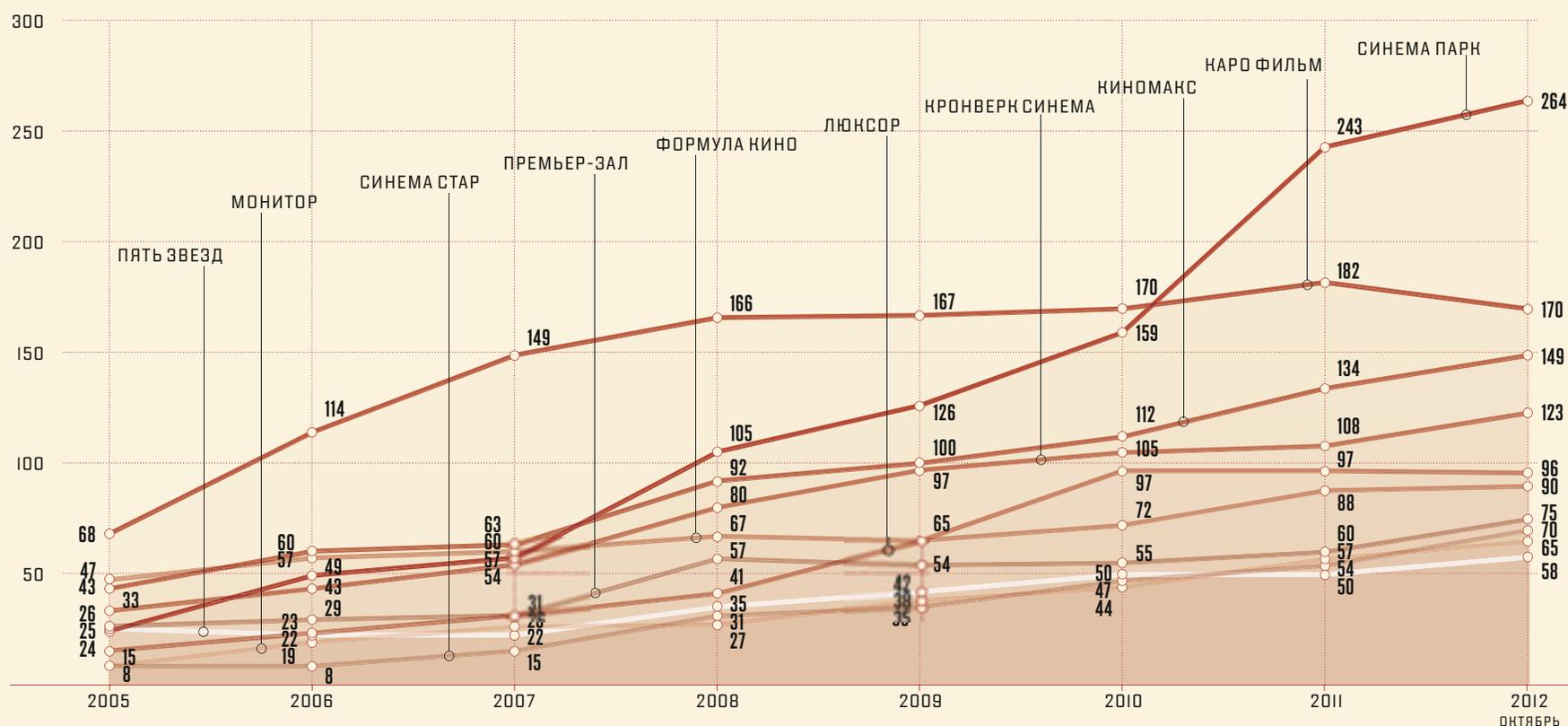
КРУПНЕЙШИЕ СЕТИ И ИХ ДОЛИ НА РЫНКЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЭКРАНОВ



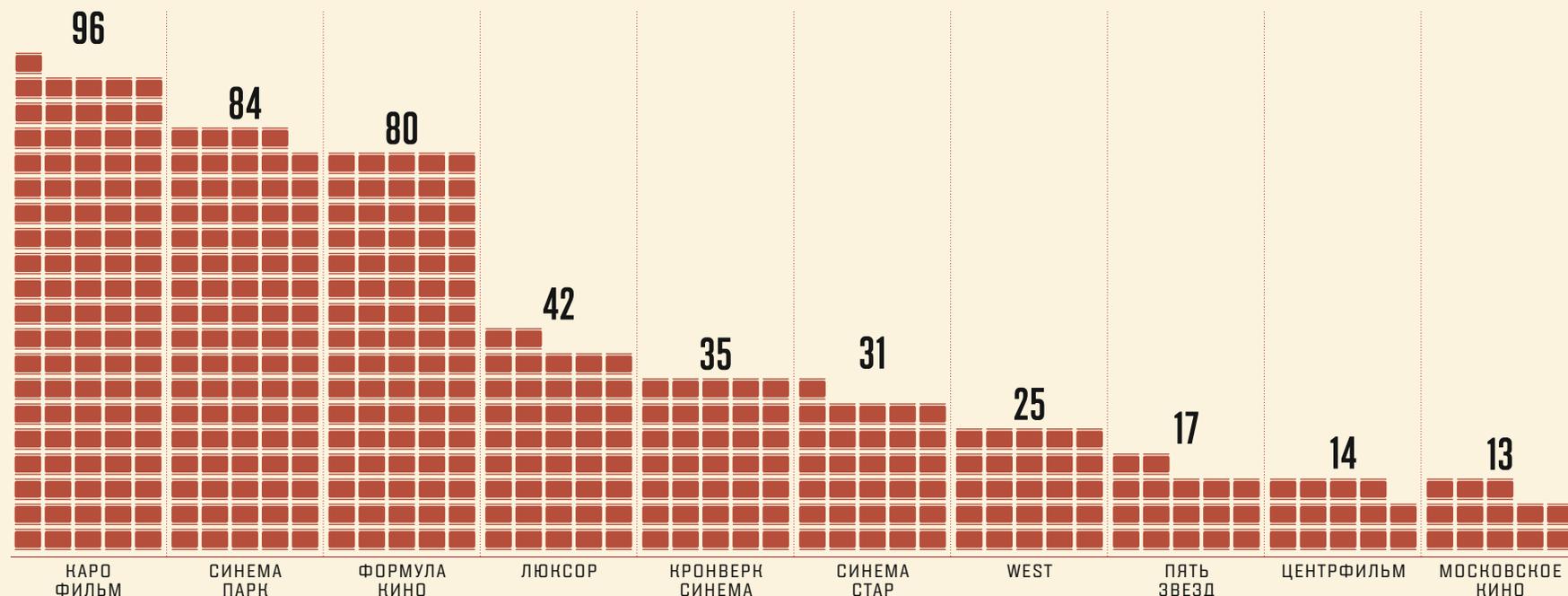
СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЭКРАНОВ НА КИНОТЕАТР В КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КИНОСЕТЯХ



ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КИНОСЕТЕЙ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЭКРАНОВ



КРУПНЕЙШИЕ КИНОСЕТИ В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЭКРАНОВ



DESSANGE
PARIS

Земляной Вал, д. 52/16, стр. 1
8 (495) 915 52 69

Зубовский б-р, д. 31/33
8 (499) 246 85 50

Ленинский пр-т, д. 43
8 (499) 135 71 41

Пр-т Мира, д. 150
(г-ца «Космос»)
8 (495) 234 64 19

д. Жуковка, д. 58
8 (495) 651 42 97

Коробейников пер, д. 1
8 (495) 662 36 12

Лесная ул., д.10-16, стр. 1
8 (499) 978 10 29

Б. Дорогомиловская ул., д. 14, кор. 1
8 (499) 243 17 71

ЧЕТВЕРТАЯ ВЫСОТА

В СЛЕД ЗА 3D И IMAX
В РОССИЮ ПРИХОДИТ 4DX

ПЕРВЫЕ ДВА ЗАЛА В НОВОМ ФОРМАТЕ КИНОСЕТЬ «СИНЕМА ПАРК» ОТКРОЕТ В МОСКВЕ И НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ УЖЕ В НОЯБРЕ МУЛЬТФИЛЬМОМ «РАЛЬФ». СЛЕДОМ В 4DX ВЫЙДУТ «СУМЕРКИ. САГА. РАССВЕТ. ЧАСТЬ 2», «ХРАНИТЕЛИ СНОВ» И «ХОББИТ: НЕЖДАННОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ», А В 2013-М – ЕЩЕ ОКОЛО 15 БОЛЬШИХ ГОЛЛИВУДСКИХ ПРОЕКТОВ.

Николай Ларионов

Крупнейшая в России сеть кинотеатров «Синема Парк», основанная группой компаний «ПрофМедиа» и входящая в состав холдинга «ИНТЕРРОС», заключила эксклюзивное соглашение с корейской компанией CJ 4DPLEX Co. Ltd. на строительство 18 кинозалов, поддерживающих формат 4DX, в конце этого лета. Формат 4DX – новинка для российского рынка кинопоказа.

Эффект погружения зрителя в фильм возрастает за счет движений кресел, синхронизированных с происходящим на экране, порывов воздуха, брызг воды, запахов (около 1000 различных вариантов) и других эффектов вроде генератора тумана или игры со светом.

«Мы увидели неподдельный зрительский интерес к любым новым форматам. И это стало маркетинговым сигналом с точки зрения необходимости проработки всех инновационных решений, которые существуют на рынке кинопоказа», – комментирует появление в России кинозалов 4DX генеральный директор компании «Синема Парк» Сергей Китин.

В нашей стране широко распространены специальные залы в ТРЦ с вывесками «4D», «5D» и т.д. Продолжительность показов на таких аттракционах не превышает, как правило, 10–15 минут, а предоставляемый контент – весьма ограничен и малопривлекателен. Формат 4DX впервые предложит россиянам не короткий одиночный аттракцион, а высокобюджетные голливудские новинки с качественно проработанными эффектами погружения в специальных комфортных залах.

«Все ведущие голливудские студии ознакомились с новой технологией и приняли для

себя решение, что работают с компанией CJ 4DPLEX Co. Ltd. В Лос-Анджелесе есть специальный просмотрный зал, чтобы при монтаже создатели фильма могли совместно с представителями корейской компании вносить правки и корректировки в эффекты, давать рекомендации и смотреть уже доведенные материалы. Таким образом, контент 4DX создается непосредственно в Голливуде, он получает одобрение режиссеров и продюсеров», – раскрывает подробности создания четырехмерных картин г-н Китин.

Дополнительные инвестиции на каждый 4DX-зал составляют не менее миллиона долларов. Это сопоставимо со стоимостью установки и эксплуатации оборудования IMAX. Поэтому и цена билета на фильм в формате 4DX будет сопоставима с ценами в премиум-залы и IMAX. Как и в случае с канадской корпорацией, CJ 4DPLEX Co. Ltd. также будет участвовать в распределении выручки от кассовых сборов фильмов. «Наш партнер, как и мы, зависит от результатов нового формата и будущих успехов», – добавляет гендиректор «Синема Парка».

Срок окупаемости одного зала составляет 5 лет. В ноябре «Синема Парк» вводит в эксплуатацию два зала 4DX в Нижнем Новгороде (ТРК «Седьмое небо») и в Москве (ТЦ «Метрополис»), в декабре – еще два зала в Санкт-Петербурге (ТЦ «Гранд Каньон») и в еще не открывшемся мультиплексе в Сургуте. В 2013 году крупнейшая в России сеть планирует открыть еще шесть новых площадок, ориентировочно – в Красноярске, Ставрополе, Калининграде, Уфе, Перми и Москве. В кинозалах 4DX будет предусмотрено порядка

160–250 мест, что обусловлено технологией: поскольку кресла качаются (к слову, цена каждого – \$5 тыс.), то расстояния между ними будут больше, чем в обычных залах.

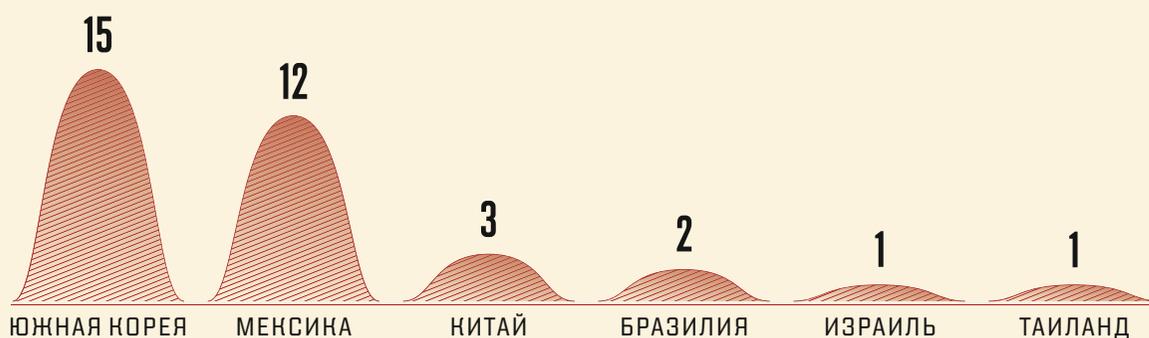
В израильской киносети «Синема Сити», где формат 4DX уже работает, средняя загрузка залов составляет 70%, что является достаточно высоким показателем – по факту это подразумевает аншлаги в выходные дни на всех сеансах и в будни вечером. Но в России, учитывая особый интерес зрителей к любым модным развлечениям, можно рассчитывать и на большее.

В странах, где формат 4DX уже успешно работает, основную активность проявляет молодая аудитория. На интерес в первую очередь с ее стороны рассчитывает и «Синема Парк». Но не стоит сбрасывать со счетов и семьи, поскольку 4DX-эффекты (порывы воздуха, брызги, движения кресел и т.д.) должны вызывать восторг в первую очередь у детей. Возрастные ограничения у нового формата будут такие же, как и у 3D, и он будет рекомендован зрителям 12+. При этом корейский формат не обязательно подразумевает именно трехмерное изображение. Так, в этом году в 4DX шли двухмерные картины «Белоснежка и охотник» и «Морской бой».

Поскольку главным ориентиром для 4DX является IMAX, невольно возникает вопрос, возможно ли в скором времени появление российского фильма в четырехмерном формате, как это будет в случае со «Сталинградом», который, как известно, снимается с учетом технологий канадской корпорации. «В договоре мы предусмотрели возможность сотрудничества с компанией CG по созданию того контента, который считаем возможным перевести в формат 4DX. То есть по нашей заявке и при согласии нашего партнера мы сможем проводить совместную работу и создавать в формате 4DX фильмы отечественного производства. Безусловно, для этого потребуются добрая воля российских продюсеров», – проясняет ситуацию Сергей Китин.

Сейчас, когда 3D переживает кризисный период во всем мире и перестал прогрессировать, 4DX имеет шанс стать тем самым инструментом, который придаст новый импульс киноиндустрии. ●

КИНОЗАЛЫ 4DX В МИРЕ (НА 15.10.2012)



АЛЬЯНС НА ПРОКАТ

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ
ОБЪЕДИНЯЮТСЯ ДЛЯ
СОВМЕСТНОЙ ДИСТРИБУЦИИ

ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ В КИНОПРОКАТЕ РОССИИ И СНГ, А ТАКЖЕ СЛОЖНОСТИ В РОСПИСИ И ПРОДВИЖЕНИИ ПРОЕКТОВ ПРИВОДЯТ К ТОМУ, ЧТО ДИСТРИБЬЮТОРЫ ОБЪЕДИНЯЮТ УСИЛИЯ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ДОБИТЬСЯ ОПТИМАЛЬНОГО РЕЗУЛЬТАТА.

Николай Ларионов

Если на сочинском кинорынке А Company Александра Роднянского и Александра Ван Дюльмена провела самостоятельную презентацию, но при этом объявила о стратегическом партнерстве с 20th Century Fox C.I.S., то в Санкт-Петербурге на «Кино Экспо» релизы новой компании представлял уже Вадим Смирнов, глава Fox в России.

«Наша бизнес-модель позволяет нам быть гибкими. Сотрудничая с 20th Century Fox C.I.S., мы имеем возможность сфокусироваться на маркетинге и публицити, а это означает, что гигантский штат нам не нужен. Но, конечно, как минимум десять фильмов компания выпустить должна. В лучшие времена – от 15 до 20, в зависимости от того, что это за фильмы», – отметил г-н Ван Дюльмен в интервью Variety.

Первый совместный проект двух дистрибьюторов – «Облачный атлас», один из самых крупных независимых релизов года, выйдет в российский прокат на 1000+ копиях. Для столь масштабных проектов и нужна поддержка мейджоров, которым подобный формат выпуска привычен.

Российский рынок кинопоказа более чем фрагментирован. И если расписать свой релиз в крупные федеральные киносети независимые дистрибьюторы в состоянии сами, то вот постановка проектов в небольшие

региональные кинотеатры, разбросанные по всей стране, – задача уже более трудоемкая и затратная с точки зрения логистики. Поэтому некоторые независимые прокатчики также прибегают к услугам Fox, точнее – его сибирского офиса. Совместно с «Fox Сибирь» свои релизы выпускает «Базелевс» (1-я и 2-я «Елки», общие сборы – \$49,1 млн). Имеется подобный опыт и у «Вольги» – на «Голодных играх» (сборы – \$13,4 млн).

В интервью «Бюллетень кинопрокатчика» учредитель «Вольги» Сергей Ершов прокомментировал сотрудничество с «Fox Сибирь» следующим образом: «Мы до этого расписывали только 500 копий, а здесь формат был почти 1200. Мы пришли к опытному партнеру, совместно с которым провели букинг (территории поделили так, что это устроило обе стороны), а маркетинг полностью сделали сами. Мы очень довольны нашим сотрудничеством с «Фоксом».

Компания Тимура Бекмамбетова в последнее время объединялась не только с Fox: «Черную молнию» выпускала «UPI Россия», «Выкрутасы» и «Аполлон 18» – Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing (WDSSPR). Мультфильм «Замбезия» «Базелевс» взял на дистрибуцию у компании Георгия Шабанова All Media. Маркетингом занимались обе структуры, а в росписи помогал все тот же сибирский офис Fox. Свой следующий анимационный проект – «Аэротачки» All Media выпускала уже с компанией Top Film Distribution. В то время как релиз мелодрамы с Натальей Водяновой и Джонатаном Рис Майерсом «Влюбленные» компания осуществит уже без поддержки крупных дистрибьюторов. Все зависит от масштаба проекта.

Компания Premium Film выпускает проекты с росписью до 200 копий преимущественно самостоятельно, тогда как более крупные фильмы – в партнерстве: с «Каскадом» («Очень опасная штучка», «Цунами» – сборы \$1,5 млн и \$2,4 млн соответственно) или с «Нашим кино» («Свадебный разгром», \$1,1 млн). В свою очередь, дистрибуционное

предприятие «Наше кино» Сергея Сельянова, Игоря Толстунова, Валерия Тодоровского и Сергея Мелькумова, которое с некоторых пор занимается прокатом не только российского продукта, в прошлом году успешно сотрудничало с «Парадизом» на трех масштабных проектах: «Конан-варвар», «Война богов: Бессмертные» и «Области тьмы» (сборы – \$9,9 млн, \$15,8 млн и \$6,2 млн соответственно).

Premium Film в июле заключила соглашение о дистрибуции с «UPI Россия». Ближайшими совместными релизами компаний станут «Возвращение героя» с Арнольдом Шварценеггером и «Доспехи Бога: Миссия Зодиак» с Джеки Чаном. Директор по маркетингу Premium Film Арам Ованнисян отметил: «В выборе партнера нам было важно, что компания «UPI Россия», являясь студией-мейджором, тонко использует в выпуске больших картин специфику российского рынка. Нас всегда восхищала способность наших коллег ярко, но бережно подходить к локализации и продвижению иностранных картин».

В этом году UPI также работала с проектами еще двух компаний: DT Production («Милый друг», «Игра на выживание» и др.) и Cinemax («Схватка», «Неудержимые-2»). «Мы можем уже спокойно и без потери качества выпускать 30 западных фильмов в год», – отмечает генеральный директор «UPI Россия» Вадим Иванов.

На российском кинорынке пять компаний-мейджоров и порядка десяти независимых дистрибьюторов широкого проката, которым для того чтобы выдерживать конкуренцию с лидерами рынка, приходится искать новые подходы активной продажи своего продукта кинотеатрам и зрителю. Один из действенных способов – как раз объединение усилий с теми же мейджорами, как это ни парадоксально. Сборы «Елок» и «Войны богов: Бессмертные», «Голодных игр» и «Неудержимых-2» показывают, что подобные бизнес-танделы могут привести к увеличению выручки. ●

СБОРЫ КОМПАНИИ «UPI РОССИЯ» В 2012 ГОДУ (НА 14.10.12)



ДАННЫЕ – «БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОКАТЧИКА»

ВЫСОКИЕ ЗАПРОСЫ

VOD НА ФРАНЦУЗСКОМ
МЕДИЙНОМ РЫНКЕ

ФРАНЦУЗСКИЕ ОПЕРАТОРЫ VOD-УСЛУГ НЕ МОГУТ УЧАСТВОВАТЬ В СОЗДАНИИ КОНТЕНТА И ПРИОБРЕТАТЬ ПРАВА НА ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ПОКАЗЫ, НО ПРИ ЭТОМ ОНИ БУДУТ ВЫПЛАЧИВАТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ КИНОИНДУСТРИИ ПРОЦЕНТ С ПРИБЫЛИ.

Эльза Кесласси

В других европейских странах ситуация с VOD обстоит иначе, хотя их объем рынков меньше, чем во Франции. К примеру, в Великобритании VOD прекрасно развит, а компании вроде Lovefilm (дочка Amazon) вкладывают значительные средства в приобретение эксклюзивного контента. Этот же принцип применяется и в континентальной Европе, где сайты с меньшими ресурсами, чем Amazon, пытаются экспериментировать с разными моделями финансирования, чтобы привлечь уникальный контент. Так, в Испании Хосе Антонио Де Луна (Jose Antonio De Luna), глава инди-платформы Filmin, решил, по его собственным словам, «объединить продюсеров и дистрибьюторов в АО, чтобы не тратиться на минимальные гарантии». Среди акционеров Filmin – El Deseo, продюсерская компания братьев Альмодовар, и Alta Films.

П Р А В О Н А Л Е В О

Canalplay Infinity – VOD-оператор, принадлежащий телегиганту Canal Plus Group, – пожалуй, единственная французская платформа, обладающая достаточными финансами для участия в кинопроизводстве. Однако в июле 2012 года Национальный антимонопольный комитет, рассмотрев дело о слиянии Canalplay Infinity с TPS Star, запретил компании приобретать эксклюзивные права на VOD-прокат. В интервью Variety Мануэль Алди (Manuel Alduy), глава отдела по закупке прокатных прав студии Canal Plus, заявил: «Отсутствие «окна эксклюзивных прав» означает, что Canalplay Infinity не будет участвовать в предварительном финансировании медийных проектов и в дальнейшем воздержится от крупных инвестиций в медиапроизводство».

Комитет видит ситуацию в ином свете: запрет исключает опасность захвата рынка со стороны Canal Plus и дает зеленый свет международным операторам, предлагающим более дешевую подписку. Однако глава французской Гильдии сценаристов, режиссеров и продюсеров Мишель Хазанавичус заметил: «Если мы хотим, чтобы местные компании на равных конкурировали с гигантами типа Netflix, глупо

отказывать домашним платформам в эксклюзивных правах».

К В О Т Н Ы Й Р Е Ф Л Е К С

В январе 2011 года французский Комитет телерадиовещания вынес постановление, согласно которому на VOD-сервисы по подписке распространяются те же правила, что и на платные телеканалы, включая инвестиционные обязанности и квоты. Так, VOD-операторы теперь обязаны инвестировать не менее 21% от годовой прибыли во французский и европейский кинематограф, а прокатный каталог должен на 50% состоять из европейского и на 35% – из французского кино.

Франция не одинока в своем стремлении квотировать VOD-сайты: в других европейских государствах наблюдается похожая картина. В частности, квотами облагаются VOD-операторы Польши и Испании, хотя, конечно, до французских стандартов им далеко. В стране вина и сыра только в первой половине 2012 года домашние картины во главе с «1+1» («Intouchables») умудрились захватить 37,5% рынка – и это при каталоге из более чем 9000 наименований.

Обязанности у телеканалов и VOD-сервисов теперь одинаковые, но преимущества – совершенно разные. Например, прокатное окно для платных каналов открывается после 10 месяцев с момента производства, для бесплатных – после 22. VOD-операторам, для сравнения, приходится ждать до 36 месяцев. Более того, в отличие от производителей DVD или владельцев кинозалов VOD-операторы не могут рассчитывать на финансовую поддержку Фонда национального центра кинематографии, хотя и финансируют деятельность этого центра из своих налогов.

К О Л О Н И З А Ц И Я

Французские и европейские VOD-сервисы опасаются конкуренции со стороны американских VOD-гигантов. Последние не подчиняются внутренним правилам и постановлениям, так что вполне могут захватить значительные доли рынка.

Бруно Делекур (Bruno Delecour), глава FilmoTV, замечает: «Мультиплатформенные сервисы типа iTunes или Google имеют головные офисы за рубежом, а прокатом занимаются во Франции. При этом у них нет квот, нет инвестиционных обязанностей, наши прокатные окна их не волнуют, и НДС для них составляет всего 7%».

«Сервисы типа iTunes регистрируют компании в странах с благоприятным налогообложением и никак не развивают местные рынки, – поясняет Де Луна. – Более того, благодаря тесным связям с международными корпорациями у них есть такой доступ к продукции американского кинорынка, о котором европейским операторам остается только мечтать». Так, по словам Делекура, iTunes отвечает за 30% французского рынка VOD-проката и не связана квотами, обязательствами или налогами.

Больше всего местных операторов волнует Netflix. Сервис еще не заявлял о планах относительно Франции, но Ричард Бротон (Richard Broughton), эксперт рынка киноиндустрии из агентства HIS утверждает, что экспансия может начаться уже в конце 2013 года.

По словам управляющего директора ARP Флоренс Гасто (Florence Gastaud), более гибкая система проката позволит европейским VOD-операторам участвовать в финансировании кинопроизводства наравне с их коллегами из Великобритании и США. Хазанавичус добавляет, что необходимо разрешить премьерные показы на VOD-платформах: «Малобюджетные картины не собирают залов, потому что не имеют достаточных средств на рекламу. Если речь идет о качественном кино, не лучше ли устроить премьеру в интернете – зрители с удовольствием пересмотрят любимый фильм, когда он выйдет на большом экране».

Однако более раннее открытие прокатного окна для VOD-платформ не всем представляется радужной перспективой. В этом случае финансовые потери понесут владельцы кинозалов, платные и бесплатные каналы, а именно они являются наиболее активными инвесторами местного кинорынка. ●

VARIETY

— RUSSIA —

ПОДПИСКА

1.

ЗАЙДИ НА WWW.VARIETYRUSSIA.COM/SUBSCRIBE/

2.

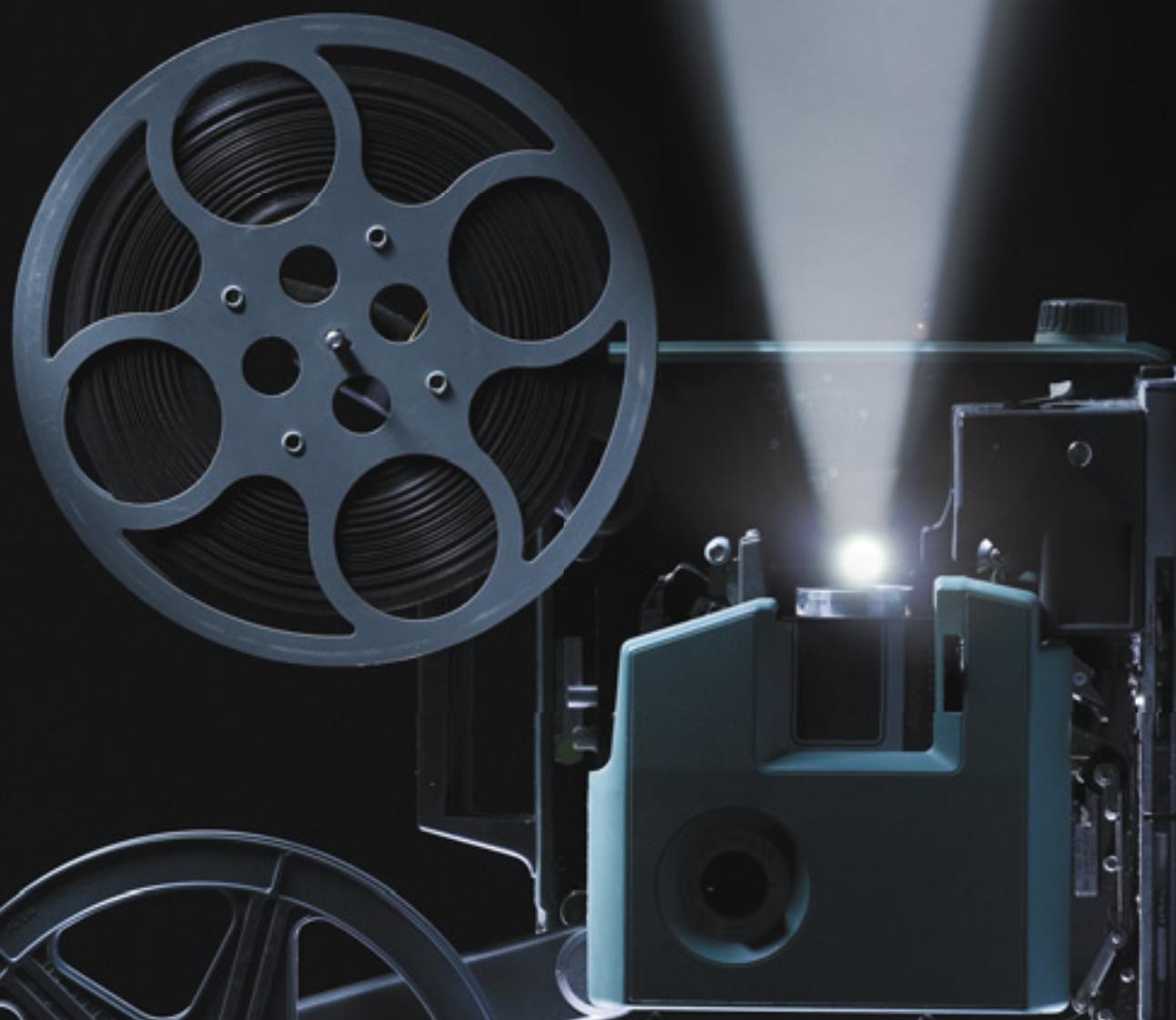
ЗАПОЛНИ АНКЕТУ

3.

ОПЛАТИ ПОДПИСКУ

4.

ЧИТАЙТЕ VARIETY RUSSIA



ПОДПИСКА ДОСТУПНА ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ И ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ.
ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ОПЛАТА ВОЗМОЖНА С ПОМОЩЬЮ БАНКОВСКИХ КАРТ И ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ, А ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦАМ С РАСЧЕТНОГО СЧЕТА.
ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ ВЫ МОЖЕТЕ ПОЛУЧИТЬ У НАШЕГО МЕНЕДЖЕРА ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПО ТЕЛ:
+7 (495) 785 62 82
e-mail: sub@varietyrussia.com

ЭФИР – ДЕЛО ТОНКОЕ

КАЗАХСКАЯ ТЕЛЕИНДУСТРИЯ
НА ПОРОГЕ ПЕРЕМЕН

В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БИЗНЕС-КРУГАХ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ЧАСТО СТАЛИ УПОМИНАТЬ КАЗАХСКИЙ ФЕНОМЕН. ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ КАЗАХСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ, ВЫЯСНЯЕТ ОЛЕГ БОРОДУЛИН, РУКОВОДИТЕЛЬ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА НАЦИОНАЛЬНОЙ МЕДИА АССОЦИАЦИИ (АЛМА-АТА).

Тендер на покупку частот для теле- и радиовещания правительство Республики Казахстан организовало шестнадцать лет назад, после чего местный рынок поделили наиболее развитые участники, среди которых есть как республиканские, так и локальные каналы. На текущий момент в Казахстане 11 эфирных телеканалов, имеющих республиканское техническое покрытие. Среди них – Первый канал Евразия, КТК, НТК, 31 канал/СТС, «Хабар», «Ел Арна», «Казахстан», Седьмой канал, СТВ, «Астана», «Мир».

Кроме эфирного телевидения в Казахстане представлено более 30 кабельных операторов, в базовых пакетах которых содержится не менее 50 каналов, в том числе и эфирные казахстанские.

РЕКЛАМНАЯ КЛЯУЗА

В 2001 году силами основных участников казахского телерынка был создан Объединенный индустриальный комитет, который и стал основным заказчиком медиаметрических данных. В задачу комитета входило аккумулирование денежных средств от подписчиков проекта TVIndex для поддержания и развития телеизмерений. Через четыре года комитетом было принято индустриальное решение о внедрении и финансировании цифровой системы измерений, и с 1 января 2007 года цифровая панель PPM (Portable People Meter) была введена в коммерческую эксплуатацию.

Два года назад комитет был реорганизован в Национальную медиа ассоциацию, учредителями которой являются около 30 компаний

(каналы, кабельные операторы и рекламные агентства). На протяжении всего периода существования телеизмерений оператором была и остается исследовательская компания TNS Gallup Media Asia.

С момента возникновения измерений появилась потребность оценить размер рекламного рынка Казахстана. Однако до сих пор не выработана единая, принятая всеми участниками система оценки. Общеизвестно, что измеритель делает оценку рекламных бюджетов по прайс-листам, без учета скидок и надбавок. Казалось бы, все достаточно понятно: есть прайс-листы – и есть показатель оценки рынка по прайс-листам. И все же до сих пор возникают отдельные спекуляции, основанные на некорректной подаче и обработке информации.

На введение цифровой системы телеизмерения телерекламный рынок отреагировал переводом системы продаж из минутной в рейтинговую. Переход на новую систему продаж привел к усилению конкурентной среды между телеканалами.

БЮДЖЕТНАЯ ИСТОРИЯ

Новый этап развития рынка усугубил ситуацию с оценкой бюджетов, поскольку появились дополнительные скрытые моменты: закрытие по прогнозным рейтингам, разделение на фиксированное и плавающее размещение, наличие скидки за распределение бюджета по месяцам и т.д.

Кроме того, сама технология PPM-измерений делит телевизионный ландшафт на две составляющие: измеряемую (телеканалы с PPM-кодером на передатчике)

и неизмеряемую (каналы, не вошедшие в измерительную панель). По разным оценкам, измеряемый сегмент ТВ-рынка составляет порядка \$100–130 млн. В то время как неизмеряемый оценить достаточно сложно, поскольку в нем сосредоточены локальные телеканалы и кабельные сети, также продающие рекламу. Еще одну сложность добавляет наличие достаточно большого пула бартерных сделок в регионах, существование бегущей строки и телемагазинов, наличие посредников и непрозрачной системы ценообразования для конечного заказчика. По разным оценкам, бюджет неизмеряемого поля может составлять \$30–50 млн в год.

Каналы, находящиеся в измеряемом поле, осуществляют и сопровождают продажи через собственные коммерческие службы и через сейлс-хаусы. Среди сейлс-хаусов наиболее заметны три: TVMedia Advertising Agency (казахстанское частное предприятие, на рынке Казахстана с 1998-го), «Видео Интернешнл Казахстан» (дочернее предприятие небезызвестного российского рекламного холдинга, на рынке Казахстана присутствует с 2006-го) и «Арна Адвертайзинг» (госкомпания, работает с 2008-го); они же наиболее заинтересованы в корректной оценке рынка.

На прогноз объема рекламных бюджетов на ближайшие пять лет могут повлиять несколько факторов: переход на цифровой формат вещания к 2015 году, наличие Таможенного союза с Россией и Беларуссией, подачи заявки от Казахстана на вступление в ВТО.

В конъюнктуре и инфраструктуре телевизионного и рекламного рынков Казахстана в ближайшие несколько лет ожидаются серьезные изменения. ●

РЕЙТИНГ ЭФИРНЫХ РЕСПУБЛИКАНСКИХ ТЕЛЕКАНАЛОВ (ЯНВАРЬ–АПРЕЛЬ, 2010–2012)

№	ТЕЛЕКАНАЛ	ЯНВАРЬ–АПРЕЛЬ 2010	№	ТЕЛЕКАНАЛ	ЯНВАРЬ–АПРЕЛЬ 2011	№	ТЕЛЕКАНАЛ	ЯНВАРЬ–АПРЕЛЬ 2012
1.	ЕВРАЗИЯ	5,71	1.	ЕВРАЗИЯ	4,72	1.	ЕВРАЗИЯ	4,36
2.	НТК	1,78	2.	НТК	2,12	2.	НТК	2,85
3.	31 КАНАЛ (СТС)	1,49	3.	31 КАНАЛ (СТС)	1,96	3.	31 КАНАЛ (СТС)	2,28
4.	НТК	1,40	4.	НТК	1,31	4.	НТК	2,25
5.	КАЗАХСТАН	0,93	5.	КАЗАХСТАН	0,88	5.	КАЗАХСТАН	1,18
6.	ЕЛ АРНА	0,70	6.	ЕЛ АРНА	0,69	6.	ЕЛ АРНА	0,80
7.	АСТАНА	0,49	7.	АСТАНА	0,50	7.	АСТАНА	0,57
8.	ХАБАР	0,43	8.	ХАБАР	0,44	8.	ХАБАР	0,41
9.	СТВ	0,29	9.	СТВ	0,35	9.	СТВ	0,35
10.	СЕДЬМОЙ КАНАЛ	0,28	10.	СЕДЬМОЙ КАНАЛ	0,21	10.	СЕДЬМОЙ КАНАЛ	0,26

По данным TNS Gallup Media Asia, TVIndex, 100 000+, 6+, сутки в целом.

NICE! I LIKE IT!

РАЗВИТИЕ КАЗАХСКОЙ
КИНОИНДУСТРИИ УСКОРЯЕТСЯ

ЗАПАДНЫХ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ ПРИВЛЕКАЮТ В КАЗАХСТАНЕ СОВРЕМЕННЫЕ СТУДИИ И ВОСХОДЯЩИЕ ЗВЕЗДЫ.

Уилл Тизард

В годы Второй мировой войны в этих краях создавал свои фильмы Сергей Эйзенштейн, вдохновляя советский народ на борьбу с нацизмом. А в 2011 году казахский режиссер Акан Сатаев снял здесь историческую драму «Войско Мын Бала» о борьбе казахских воинов и пастухов с ордами захватчиков-джунгаров. Экранизация степной легенды стоила «Казахфильму» \$7 млн. Пестрая череда героев и событий была призвана открыть всему миру реальный облик страны, до недавнего времени бывшей лишь объектом шуток Бората. Борьба за новый имидж Казахстана не менее эпична, чем события в фильме «Войско Мын Бала». Мир должен понять, что в этой стране есть не только идеальные места для съемки, но и талантливые режиссеры.

Обновленная киностудия со съемочными павильонами, студиями постпродакшен и звукозаписи расположена в центре бывшей столицы Казахстана Алма-Ате; именно здесь предположительно начнется расцвет среднеазиатской киноиндустрии.

А М Е Р И К А , А М Е Р И К А

Международные права на остросюжетную историческую драму, выдвинутую Казахстаном на «Оскар» в номинации «Лучший фильм на иностранном языке», купила компания 108 Media, принадлежащая Джеффу Рэйману (Jeff Rayman). 108 Media уже продала видео- и DVD-права Германии, Франции, Нидерландам, странам Ближнего Востока и Великобритании. А на четвертый квартал года компания Paladin Films планирует прокат фильма в США.

Снятая с немалым размахом казахская картина не просто установила новую планку для местной кинопродукции – она стала визитной карточкой «Казахфильма».

«Кассовые сборы «Войска Мын Бала» в местном прокате составили \$2 млн, – сообщает коммерческий директор студии Ильяс Ахмет. – Это небывалый успех». А на 2013 год запланирован запуск нового крупномасштабного проекта – экранизации «Тысячи и одной ночи» («1001 Arabian Nights») в формате 3D. Режиссером картины выступит Чак Рассел (Chuck Russell), а в главной роли снимется Лиам Хемсворт (Liam Hemsworth), известный зрителям по «Неудержимым-2» («The Expendables 2»).

Рэйман уверен, что в Северной Америке «Войско Мын Бала» привлечет поклонников артхауса, как и схожий по тематике «Монгол» 2007 года. Фильм Сергея Бодрова (который, к слову, сейчас снимает для Warner Bros. фэнтези «Седьмой сын») в свое время собрал \$26,5 млн и был номинирован на «Оскар» как лучший фильм на иностранном языке.

«В «Войске Мын Бала» потрясающе натурные съемки. Богатство визуального ряда наверняка придется по вкусу зрителям самых разных стран», – считает Рэйман. Годы советской индустриализации не уничтожили национальные обычаи кочевого народа. И в наши дни, выехав за пределы города, можно увидеть традиционные казахские жилища – юрты; услышать народные песни, что помогали коротать долгие морозные ночи в казахской степи.

Х О Д К О Н Е М

Решимость и изобретательность казахского народа помогут восстановить национальную киноиндустрию – считают многие зарубежные продюсеры. Казахские наездники, обучающие артистов верховой езде, пользуются большим спросом во всем мире. А «Казахфильм» весь этот год занимался производством первой анимационной ленты в стиле фэнтези – «Книга легенд: Таинственный лес» («The Book of Legends: Mysterious Forest»).

Оказалось, что юные артисты «Войска Мын Бала», которые сидели на лошадях как влитые, показывали чудеса джигитовки и целыми днями терпели и жару, и холод, и пыль степей, нуждаются в уроках родного языка. Местная молодежь говорит преимущественно на русском.

Анна Качко, российский продюсер совместного немецко-казахского проекта «Уроки гармонии» («Harmony Lessons»), говорит, что в стране растут новые таланты. Она участвовала в организации смотра работ молодых казахских режиссеров на прошлогоднем Евразийском кинофестивале, крупнейшем кинособытии в Казахстане. Сентябрьский фестиваль этого года оказался еще более насыщенным.

Фестивальные отборщики, такие как Ли Ён Кван (Lee Yong-kwan) из Южной Кореи, говорят, что уже не первый год с интересом наблюдают за расцветом казахского кино.

Отборщик Берлинале Николай Никитин считает, что, возможно, скоро казахи станут

равноправными партнерами европейцев: их киноиндустрия обладает немалым потенциалом.

История активного сотрудничества Казахстана с США началась с программы по обнаружению и обезвреживанию ядерного топлива, которое советские войска оставили здесь после провозглашения независимости Казахстана в 1991 году. Сегодня сотрудничество продолжается, и начинающие казахские работники кино, равно как и студенты любых специальностей, могут получить финансовую поддержку государства для обучения за границей с условием, что они вернутся на родину и отработают там три года.

К О Н Т Р А С Т Н Ы Й Т У Ш

Многие молодые специалисты быстро усваивают западный стиль работы в кино – франшизы и брендинг они обсуждают так же легко, как сюжеты и характеры героев.

Кто-то идет своим путем – без поддержки и условий киностудии «Казахфильм». Так, режиссер-сценарист Адильхан Ержанов предпочитает работать по своей схеме. Его новый фильм «Строители» – о хитроумных молодых казахах, вынужденных воровать стройматериалы, чтобы спасти свою землю от продажных чиновников. Эта малобюджетная дебютная картина участвовала в ряде зарубежных кинофестивалей.

Как бы там ни было, сами по себе или со всеми вместе, казахские кинематографисты готовы к упорной борьбе. Возможно, именно данное качество приведет их в конце концов к заветной цели, каким бы тернистым ни был этот путь. ☘

КАССОВЫЕ СБОРЫ ФИЛЬМА «МОНГОЛ» В МИРОВОМ КИНОПРОКАТЕ

№	ТЕРРИТОРИЯ	СБОРЫ, \$
1.	СНГ	6 504 128
2.	США	5 705 761
3.	ФРАНЦИЯ	2 419 436
4.	АВСТРАЛИЯ	2 051 044
5.	ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	1 523 089
6.	ИТАЛИЯ	1 325 000
7.	ИСПАНИЯ	1 290 566
8.	ЯПОНИЯ	1 042 388
9.	ТУРЦИЯ	1 036 667
10.	ГЕРМАНИЯ	989 860

БЕЗВРЕМЕННАЯ УТРАТА

ФАЛЬСТАРТ
АМЕРИКАНСКОГО ТВ

АМЕРИКАНСКИЕ ТЕЛЕКАНАЛЫ В ПЕРВЫЕ ДВЕ НЕДЕЛИ СЕЗОНА 2012/2013 ПОТЕРЯЛИ 15% ЗРИТЕЛЕЙ В КЛЮЧЕВОЙ КАТЕГОРИИ 18-49. VARIETY ВЫЯСНИЛ ПРИЧИНЫ РЕЗКОГО ПАДЕНИЯ И УЗНАЛ, ЧЕМ ЭТО МОЖЕТ ГРОЗИТЬ В БУДУЩЕМ.

Андрей Белый

Несмотря на то что телесезон в США продолжается 36 недель (с середины сентября и до конца мая), рекламодателям в пору бить тревогу уже по итогам двух недель. Аудитория четырех крупнейших каналов страны (NBC, CBS, ABC, Fox) сократилась на 11% по сравнению с аналогичным периодом прошлого сезона. При этом падение зрительского интереса среди американцев в возрасте от 18 до 49 лет составило 15%.

ВОЗРАСТ НЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЯ

Улучшить прошлогодние показатели смог только NBC. Решение канала перенести показ популярного реалити-шоу «Голос» («The Voice») с привычной весны на осень оказалось стратегически верным. Активная рекламная кампания новинок канала во время показа летних Олимпийских игр также способствовала успеху. Впервые с 2003 года канал занимает первое место по итогам двух недель сезона. Общая аудитория NBC увеличилась на 8%, в категории 18-49 – на 12%. Остальная

эфирная тройка, наоборот, значительно просела по сравнению с прошлым сезоном. CBS и Fox потеряли по 23% зрителей, ABC – 19%. Канал CW назначил практически все свои премьеры позже остальных, поэтому судить о его показателях пока преждевременно.

Потеря зрителей в категории 18-49 отразилась на среднем возрасте аудитории каналов, который продолжает увеличиваться с каждым годом. Тенденцию сумел нарушить опять же только NBC, зрители которого «помолодели» на год по сравнению с началом прошлого сезона – с 49 до 48 лет. И без того самый «старый» усредненный зритель CBS прибавил еще три года (58). Средний возраст аудитории ABC увеличился на два года – до 55 лет. Каналом с самой молодой аудиторией остается FOX, но и он не сумел избежать общего тренда, повзрослев на год (43).

Некоторое время назад в такие цифры мало кто мог поверить. Так, по сравнению с сезоном 1999/2000 постарела аудитория всех каналов: NBC на 3 года, CBS – на 6 лет, Fox – на 8 лет. Рекордсменом со знаком минус стал

канал ABC, зритель которого за это время «состарился» на 12 лет.

В текущем сезоне средний возраст зрителей сразу восьми сериалов эфирных каналов превышает 60 лет. Причем семь из них идут на канале CBS, включая две новинки: «Вегас» (61 год) и «Сделано в Джерси» (64 года). Последняя из них была закрыта после выхода всего двух эпизодов. Причины потери аудитории кроются сразу в нескольких факторах.

СПОРТИВНЫЙ ИНТЕРЕС

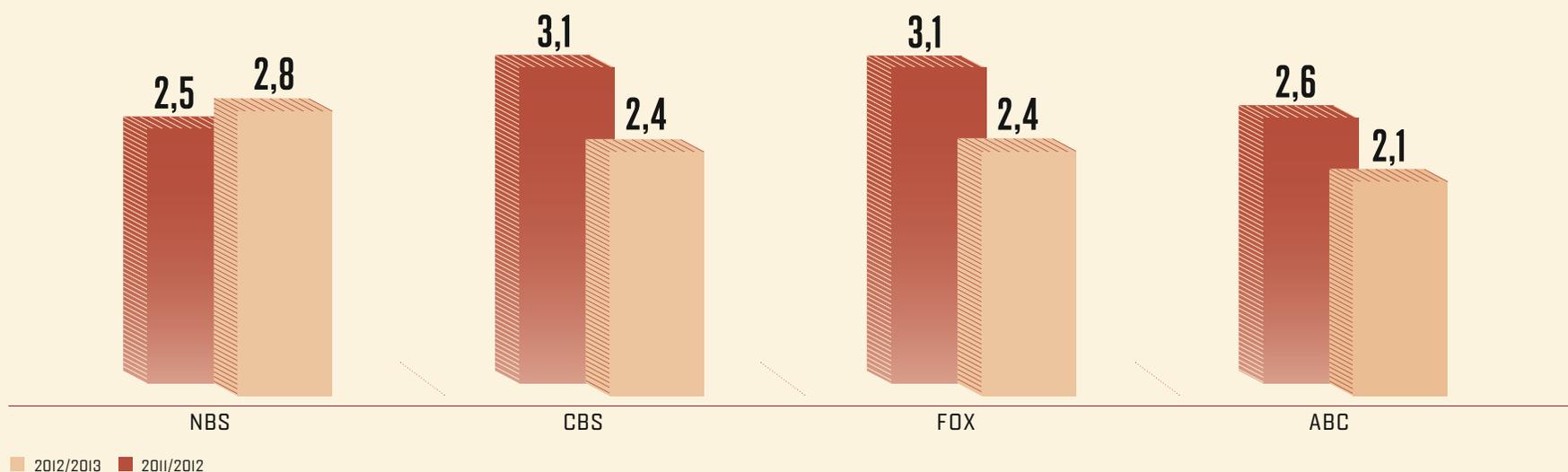
Во-первых, объяснение стоит искать в самом контенте. Каналы не смогли завлечь аудиторию своими осенними новинками, и ни одна из них не стала настоящим хитом. Исключение – премьера сериала «Революция» («Revolution») продемонстрировала рейтинг больше 4,0 в категории 18-49, но во многом благодаря таймслоту после реалити-шоу «Голос». Неплохие показатели были у сериалов «Не останавливайся» («Go On») с Мэттью

РЕЙТИНГ ПРЕМЬЕР СЕРИАЛЬНЫХ НОВИНОК В СЕЗОНЕ 2012/2013 НА ЭФИРНЫХ КАНАЛАХ США

КАНАЛ	НАЗВАНИЕ (НА АНГЛИЙСКОМ)	НАЗВАНИЕ (НА РУССКОМ)	ЖАНР	ЗРИТЕЛИ 18-49		ОБЩАЯ АУДИТОРИЯ (2+), МЛН
				РЕЙТИНГ	ДОЛЯ	
NBC	REVOLUTION	РЕВОЛЮЦИЯ	ДРАМА	4,1	11	11,65
NBC	GO ON	НЕ ОСТАНАВЛИВАЙСЯ	КОМЕДИЯ	3,4	10	9,73
ABC	THE NEIGHBORS	СОСЕДИ	КОМЕДИЯ	3,2	8	9,22
CBS	ELEMENTARY	ЭЛЕМЕНТАРНО	ДРАМА	3,1	9	13,41
ABC	NASHVILLE	НЭШВИЛЛ	ДРАМА	2,8	8	8,93
NBC	THE NEW NORMAL	НОВЫЙ СТАНДАРТ	КОМЕДИЯ	2,5	6	6,88
CBS	VEGAS	ВЕГАС	ДРАМА	2,5	7	14,85
CBS	PARTNERS	ПАРТНЕРЫ	КОМЕДИЯ	2,4	6	6,56
FOX	THE MINDY PROJECT	ПРОЕКТ МИНДИ	КОМЕДИЯ	2,4	6	4,67
NBC	GUYS WITH KIDS	ПАРНИ С ДЕТЬМИ	КОМЕДИЯ	2,2	6	6,25
ABC	LAST RESORT	ПОСЛЕДНЯЯ НАДЕЖДА	ДРАМА	2,2	7	9,31
ABC	666 PARK AVENUE	ПАРК-АВЕНЮ, 666	ДРАМА	2,2	5	6,97
FOX	BEN & KATE	БЕН И НЕЙТ	КОМЕДИЯ	2,1	6	4,21
NBC	CHICAGO FIRE	ПОЖАРНЫЕ ЧИКАГО	ДРАМА	1,9	5	6,61
FOX	THE MOB DOCTOR	ВРАЧ ДЛЯ МАФИИ	ДРАМА	1,5	4	5,11
NBC	ANIMAL PRACTICE	ВЕТЕРИНАРНАЯ ПРАКТИКА	КОМЕДИЯ	1,4	4	5,19
CW	ARROW	СТРЕЛА	ДРАМА	1,3	4	4,14
CW	BEAUTY & THE BEAST	КРАСАВИЦА И ЧУДОВИЩЕ	ДРАМА	1,2	3	2,78
CBS	MADE IN JERSEY	СДЕЛАНО В ДЖЕРСИ	ДРАМА	1,1	4	7,82

Сериалы «Кантри в Малибу» («Malibu Country») на ABC и «Доктор Эмили Оуэнс» («Emily Owens, MD») на CW вышли после 14 октября, поэтому не отображены в рейтинге. Остальные новинки выйдут зимой-весной следующего года.

РЕЙТИНГИ ЭФИРНЫХ КАНАЛОВ США В КАТЕГОРИИ 18–49 ЗА ПЕРВЫЕ ДВЕ НЕДЕЛИ СЕЗОНА



Пэрри в главной роли и «Элементарно» («Elementary»), который почти одновременно с США идет и в России, на Первом канале. Однако большинство новинок, даже такие раскрученные, как «Последняя надежда» («Last Resort») и «Доктор мафии» («The Mob Doctor»), не заинтересовали американцев. Качеством продукта недовольны и сами каналы – руководство NBC, посмотрев четыре отснятых эпизода комедии «Следующий звонок» («Next Caller»), закрыло сериал еще до старта, намеченного на следующий год.

Во-вторых, нельзя сбрасывать со счетов американский футбол, популярность которого остается на высоком уровне. С этого сезона игры Национальной футбольной лиги транслируются три дня в неделю. Помимо привычных понедельника и воскресенья, кабельный канал NFL Network теперь показывает по одному матчу в прайм-тайм четверга, когда эфирные каналы демонстрируют свои самые популярные сериалы. Отток зрителей, в основном в возрасте от 18 до 49 лет, произошел в том числе и по этой причине.

КАБЕЛЬ ДЛЯ ВЯЗКИ

Телеканалы тем временем часть вины перекладывают на возрастающую популярность DVR-устройств для просмотра программ в записи, утверждая, что американцы все меньше и меньше смотрят телевизор в режиме реального времени. Основной удар приходится как раз на сериалы, а реалити-шоу и в еще большей степени спортивные передачи зрители смотрят прямом эфире.

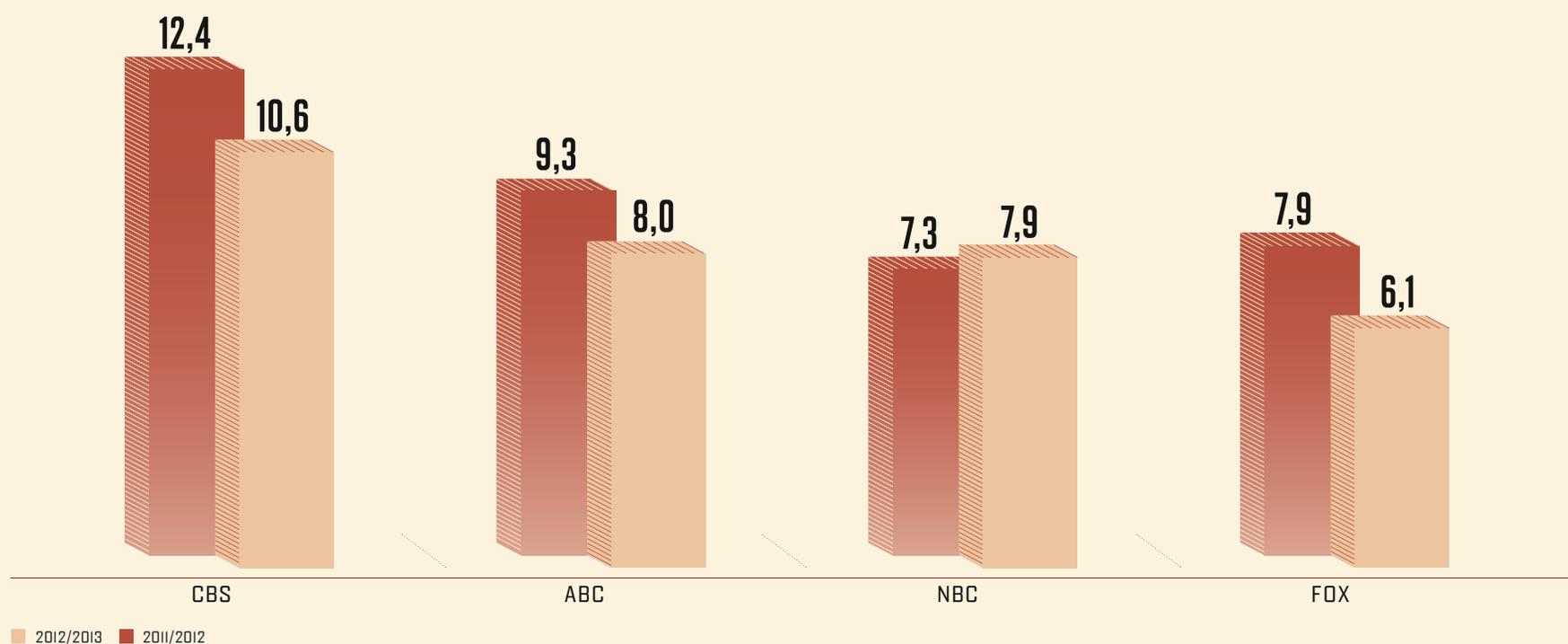
В свою очередь, кабельные каналы притягивают внимание зрителей не только спортом. Премьера третьего сезона «Ходячих мертвецов» («The Walking Dead») на канале AMC показала наивысшие рейтинги в текущем сезоне среди сериалов всех каналов, обогнав предыдущего лидера – комедию «Американская семейка» («Modern Family»). То, что еще несколько лет назад казалось невысказанным, уже стало реальностью: сериал кабельного канала обошел по рейтингам все эфирные.

Другие кабельные каналы также в состоянии обходить по рейтингам большую

эфирную четверку, правда, пока только в отдельных таймслотах, но это только начало. Пятый сезон сериала «Сыны Анархии» («Sons of Anarchy») на FX безраздельно властвует в десять часов вечера по вторникам, показывая наилучшие рейтинги в ключевых категориях (18–49, 18–34, 25–54) среди всех каналов.

Для крупнейших конгломератов мира реклама на телевизионных каналах приносит наибольшую выручку. Если рейтинги и дальше продолжают падать, то рекламодатели могут пересмотреть ценовую политику. В этом случае больше всех пострадает корпорация CBS, для которой реклама на одноименном эфирном канале приносит 27% от общей выручки за год. У других корпораций эта доля ниже, но все равно значительна: News Corp. (канал Fox) – 8%, Disney (ABC) – 7%, Comcast (NBC) – 5%. Некоторые аналитики даже спрогнозировали, что если объем продаж рекламы упадет на 5%, то чистая прибыль на одну акцию этих конгломератов сократится от 1% для Comcast и до 6% для CBS. Неутешительный прогноз. ☹

АУДИТОРИЯ (2+) ЭФИРНЫХ КАНАЛОВ США ЗА ПЕРВЫЕ ДВЕ НЕДЕЛИ СЕЗОНА, млн



СЕЗОН ВОЖДЕЙ

СЕРИАЛЫ И АДАПТАЦИИ
НАКРЫЛИ
РОССИЙСКОЕ ТВ

В СЕНТЯБРЕ ШЕСТЬ РОССИЙСКИХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ ПРЕДЛОЖИЛИ АУДИТОРИИ БОЛЕЕ 20 СЕРИАЛОВ И ПРОГРАММ, РАНЕЕ НЕ ДЕМОНСТРИРОВАВШИХСЯ НА ТВ. VARIETY АНАЛИЗИРУЕТ ИХ ПОКАЗАТЕЛИ.

Ольга Гончарова

Оправдали ожидания сериалы: 70% сентябрьских премьер превысили среднюю долю вещателя. Программы оказались менее успешными: в первые недели нового сезона более 90% новых развлекательных и прочих программ собрали аудиторию меньшую, чем в среднем по каналу.

НОВЫЙ ЗАВЕТ

По данным KVG Research, около 40% всех премьер на российском телевидении в период 27 августа по 30 сентября составили новинки, ранее не демонстрировавшиеся в эфире, и новые сезоны уже зарекомендовавших себя проектов, остальное – следующие выпуски уже транслировавшегося ранее телеконтента.

Лидерами по числу свежих проектов стали Первый канал и «Россия 1», на которые пришлось более 40 и 20% новинок соответственно. Наиболее консервативными по части премьер оказались СТС и РЕН ТВ – каждый из них показал всего по 8% нового контента.

Основными новинками, на которые каналы обычно делают ставку в стартовом сезоне, являются телесериалы и программы – преимущественно развлекательные, значительная часть которых транслируется в прайм-тайм и выходные дни. В сентябре шестерка каналов-лидеров

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВИНОК СЕЗОНА ПО ТЕЛЕКАНАЛАМ



ИСТОЧНИК KVG RESEARCH

запустила более 20 таких проектов отечественного производства. Помимо преобладания сериалов и развлекательных программ, это также ток-шоу, познавательные и информационно-аналитические передачи. Каждый из каналов постарался предложить аудитории в сентябре достаточно сбалансированный пакет новинок, состоящий из проектов перечисленных ключевых жанров. Лишь РЕН ТВ сосредоточился на премьерном документальном кино и художественных фильмах, оставив запуск самых ожидаемых премьер (новый сезон сериала «Солдаты», реалити-шоу «Любовь 911») на октябрь. Однако, как показали первые недели сентября, не во всех случаях количество и разнообразие предложенных каналами новинок оправдали их ожидания по привлечению зрителей.

ИСТОРИЧЕСКАЯ МИСТИФИКАЦИЯ

Четыре из шести крупнейших каналов в первый месяц осени предложили зрителям новые сериалы с показателями выше среднесуточных. Например, лидером Первого канала стала биографическая драма «Анна Герман», продемонстрировавшая в сентябре долю 17,2%, что выше средней доли телеканала 11,6% в целевой аудитории 14–59. «Проекты, основанные на биографических и исторических фактах, особенно такой знаковой личности, как Анна Герман, в судьбе которой было много испытаний и мистики, как правило, дают хорошие цифры. И успех нашего сериала это подтвердил», – констатирует председатель совета директоров Star Media Влад Ряшин.

Для «России 1» прорывом стали два медицинских сериала: новый сезон уже зарекомендовавшего себя проекта «Земский доктор», и «Склифосовский», рассказывающий о буднях главного хирурга Склифа. Оба проекта собрали долю почти 22% при средних показателях «России 1» 15,6% в сентябре по целевой аудитории 25+.

На НТВ сопоставимые результаты дал сериал от создателей «Глухаря» – «Карпов». «Рейтинги «Карпова» полностью оправдали наши ожидания, и мы надеемся, что другие сериалы, «Игра» и «Шахта», которые выйдут в новом сезоне на НТВ, покажут сопоставимые цифры», – говорит продюсер телекомпании Dixi TV Ефим Любинский.

СТС предложил зрителям новые сезоны успешных проектов – мистического сериала «Закрытая школа. Выпускной» и ситкома «Папины дочки», но значительно их преобразовал. По словам президента компании «АМЕДИА» Александра Аكوпова, четвертый сезон «Закрытой школы» является адаптацией испанского телесериала «El Internado» («Черная лагуна»), но сделан уже с оригинальной сюжетной линией. А новый сезон ситкома «Папины дочки», который идет на СТС с 2005 года, впервые начала производить компания Yellow, Black and White (YBW). «Для создания новых серий собрались все авторские группы, которые начинали этот проект с первого сезона. Новые «Папины дочки» перешли из формата классического ситкома в формат киносериала. При создании мы использовали высококачественные декорации замкнутого типа и большое количество интерьерных и натурных съемок», – говорит директор по маркетингу YBW Александр Ильин. Риск был оправдан. Доля телесериала «Закрытая школа. Выпускной» составила 13,4%, а «Папиных дочек» – 10,6% при средней доле телеканала 9,6% в аудитории 6–54.

На ТНТ выше средних медиапоказателей стартовал ситком «Зайцев +1», продемонстрировавший долю 12,9% при доле телеканала 10,3% в аудитории 6–54.

Однако не все сериалы оказались такими успешными уже со старта сезона. К примеру, психологическая драма «Без свидетелей», сделанная по формату «BeTipul» («Пациенты», или «В лечении»), более известного в мире по версии канала НВО «In Treatment», продемонстрировала на Первом канале долю всего 7%. «Телесериал «Без свидетелей» вполне оправдал наши ожидания, – возражает представитель Первого канала. – Он идет в слоте «Городских пажонов» и дает вполне сопоставимые цифры с теми, которые демонстрировал этот проект, например, прошлой весной». На НТВ детективный сериал «Стервы» также собрал ниже средней доли телеканала: 8,2% против 14.

SHOW MUST GO ON

Менее удачным оказалось начало нового сезона для премьерных развлекательных, познавательных программ и ток-шоу. Единственным проектом, доля которого значительно

превысила медиапоказатели канала, стал новый музыкальный проект «Битва хоров» на «России 1», сделанный по формату «Clash of the Choirs». Его доля составила 19,3% против 15,6% в среднем по каналу. «Мы сделали ставку на необычность проекта, в котором соревнуются не творческие единицы, а целые хоры, и не ошиблись», – не скрывает радости гендиректор «МБ Групп» Дина Морено Моралес. На уровне с показателями прошла информационно-аналитическая программа «Воскресный вечер с Владимиром Соловьевым», средняя доля которой в сентябре составила 15,3%.

Другие передачи собрали меньшую аудиторию по сравнению со средними показателями канала. Например, в начале сезона на Первом и ТНТ вышли сразу три кулинарных шоу. Первый канал предложил аудитории новую программу «Время обедать», ведущими которой стали певица Наташа Королева и ее мама Людмила Порывай. Доля этого проекта составила 9,2% при средней доле телеканала 11,6%. Кулинарными премьерными ТНТ стали шоу выходного дня «Открытая кухня» и «Два с половиной повара», доля которых не превысила 5,5% при средних показателях телеканала 10,3%.

Не стали прорывом в первые недели сезона и новые ток-шоу. Проект Андрея Малахова «Сегодня вечером» на Первом показал долю в 9,4%, а социальное ток-шоу Натальи Метлиной «Метла» собрало 11,3% при средней доле НТВ 14%. Однако представители каналов утверждают, что обе

программы уже начали показывать положительную динамику.

Ниже средних показателей прошли новые юмористические шоу СТС и Первого канала. На последнем стартовал проект Анастасии Заворотнюк «Настя», премьерный выпуск которого прошел с долей 8%. «Аудитория очень долго привыкает к юмористическим программам, – говорит представитель Первого канала. – Например, прежде чем «Прожекторперисхилтон» начал демонстрировать высокие медиапоказатели, прошло около восьми месяцев».

СТС представил новый проект от команды «Уральских пельменей» «МясорУПКа», средняя доля двух выпусков которого составила 8,1% при средней доле телеканала 9,6%.

INTERNATIONAL

Цифры первых недель сентября, безусловно, не всегда являются определяющими для дальнейшей судьбы новых проектов, однако они дают определенный ориентир каналам и продакшен-компаниям. По словам президента «АМЕДИА» Александра Аكوпова, очередной успех «Закртой школы» закрепил желание его компании продолжить разработку мистических проектов – сейчас в производстве находится сериал «Выжить после», который должен выйти в эфир СТС в 2013 году.

Высокий рейтинг телесериала «Анна Герман» подтвердил мнение, что исторические сериалы по-прежнему пользуются большой популярностью у зрителей. «Мы продолжим

работать в этой нише. Сейчас у нас в разработке еще несколько исторических сериалов: «Охота на Гауляйтера» для Первого канала и «Бомба» для «России 1», – говорит Влад Ряшин из Star Media.

Кроме того, показатели сентября демонстрируют, что адаптации, сделанные по зарубежным форматам 2000-х как в жанре телепрограмм, так и сериалов, станут трендом нового сезона. Помимо сериала «Без свидетелей», музыкального шоу «Битва хоров» и других адаптаций сентября, в новом сезоне выйдет еще ряд премьер, созданных по международным форматам. Среди них реалити «Засуди меня» по новому формату 2009 года «Just Sue Me» компании All3 Media, а также шоу «Верное средство», произведенное по формату сериала «Strong Medicine» 2000 года компании Sony Pictures Television. Оба проекта выйдут в эфире РЕН ТВ. Российские продюсеры, готовящие сериалы по успешным международным форматам, в новом сезоне представят продолжения этих проектов, но уже в оригинальных версиях. Кроме «Закртой школы» СТС покажет новый сезон сериала «Дневник доктора Зайцевой» (ранее – адаптация немецкого формата «Männer sind die beste Medizin»), сделанный уже по оригинальному российскому сценарию.

Более точное представление о новом сезоне дадут итоги октября и ноября, на которые каналы запланировали основные премьеры не только адаптаций, но и ожидаемых оригинальных проектов. 🗨

ДОЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НОВИНОК СЕЗОНА ПО ТЕЛЕКАНАЛАМ



БОЛЬШАЯ ПЕРЕМЕНА

ТРЕНДЫ
ИНДУСТРИИ НА
MIPCOM 2012

ПОКА СЕРИАЛЫ ПРЕВАЛИРУЮТ НАД КИНО,
ПОЗИЦИИ УСИЛИВАЕТ ЦИФРОВОЙ КОНТЕНТ, ОТБИРАЯ ДОЛЮ У ТЕЛЕВИДЕНИЯ
И КАБЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ. СРЕДИ ТВ-ФОРМАТОВ В ПОЧЕТЕ РЕАЛИТИ-ШОУ О ТОМ,
КАК СТАТЬ ЭСТРАДНОЙ ЗВЕЗДОЙ,
НАУЧИТЬСЯ ОДЕВАТЬСЯ И КАК ВЫЙТИ ЗАМУЖ ИЛИ – НАОБОРОТ.

Пейдж Элбиниак, Стив Кларк, Эльза Кесласси

Под занавес MIPCOM (Международный рынок телевизионной и развлекательной индустрии) стало очевидно, что именно в программной речи Харви Вайнштейна (Harvey Weinstein) лучше всего отразились настроения рынка: несмотря на сложную экономическую ситуацию, мировое телевидение продолжает развиваться бешеным темпом. В прошлом году на MIPCOM ровно в антифазе этого спича выступил Константин Эрнст, произведя не меньший фурор.

«ТВ сейчас – это динамичная отрасль, а кино в какой-то степени сдает позиции. То есть самое время серьезно заняться телевидением», – отметил сопредседатель Weinstein Co. А Томас Дей (Thomas Dey), гендиректор британского инвестбанка About Corporate Finance, назвал MIPCOM-2012 «самым захватывающим» из тех, что он когда-либо посещал.

Рост кабельного телевидения в США стимулирует развитие и других областей медиаиндустрии. Но в центре внимания снова оказались американские мейджоры. Армандо Нуньес (Armando Nunez), только что назначенный главой CBS Studios Intl., сказал: «Не хочу прослыть самодовольным студийным воротилой, но скажу, что все клиенты делятся на тех, кто мечтает заключить контракт с CBS, и тех, кто его уже заключил».

Подобное высокомерие может наконец спровоцировать тектонический сдвиг в мире ТВ-бизнеса, где цифровые компании вроде YouTube и Netflix становятся серьезными контент-партнерами и уже наступают на пятки неприкосновенным гигантам. Организатор рынка – компания Reed Midem заявляет, что среди 12 000 представителей индустрии в переговорах участвовали около 500 закупщиков цифры.

Обращаясь к участникам MIPCOM, Дон Острофф (Dawn Ostroff), бывший глава CW, а ныне президент по развлекательному контенту Conde Nast, заметил: «Когда-то кабельное ТВ заставило сети поднимать ставки. Теперь цифровики поднимают их еще выше».

СЕРИЙНЫЙ ДИЛЕР

MIPCOM порадовал обилием съехавшихся в Канн творцов и ярких спикеров. Рынок посетили и Кевин Спейси (Kevin Spacey), представивший первую порцию 26-серийного ремейка британской теледрамы «Карточный домик» («House of Cards»), и Джейн Кемпион (Jane Campion) с телесериалом «Вершина озера» («Top of the Lake»), снятым по заказу BBC и канала Sundance. Все они сошлись на том, что настоящий креатив на ТВ ни на йоту не уступает киношному.

Харольд ван Лир (Harold van Lier), президент по международным продажам StudioCanal отметил: «Хотя мы и расширяем каталог наших фильмов, рынок кинопроката заметно сократился, и работать на нем сложно. Здесь же, напротив, есть ощущение динамичного рынка, полного отличной продукции».

В Канне были представлены и другие качественные сериалы: «Американцы» («The Americans») телеканала FX, действие которого происходит во времена холодной войны; «Устранить нарушение» («Rectify») канала Sundance (дистрибьютор – ITV Studios). По-прежнему доминируют исторические драмы, например – «Аббатство Даунтон» («Downton Abbey»). Крупная международная копродукция ITV «Титаник» («Titanic»), написанная автором того же «Аббатства Даунтон» Джулианом Феллоузом (Julian Fellowes), выйдет на ABC в апреле. Помимо амбициозного «Марко Поло» («Marco Polo») от Weinstein успехом пользовались фильмы про пиратов «Черные паруса» («Black Sails») канала Starz и «Скрещенные кости» («Crossbones») от NBC.

«Один из главных трендов сегодня – это спрос на высококачественные драмы с универсальными историями, подходящими для копродукции», – говорит Мария Кириаку (Maria Kyriacou), управляющий директор ITV Studios Global Entertainment. Сейчас эта компания участвует в целом ряде амбициозных копродукций: «Танцы на краю» («Dancing on the Edge») Стивена Полякова (Stephen

Poliakoff), «Эндевер» («Endeavor») про юного полицейского Эндевера Морзе (Endeavor Morse) и «Фалкон» («Falcon») по книге Роберта Уилсона (Robert Wilson) об испанском детективе Хавьере Фалконе (Javier Falcon).

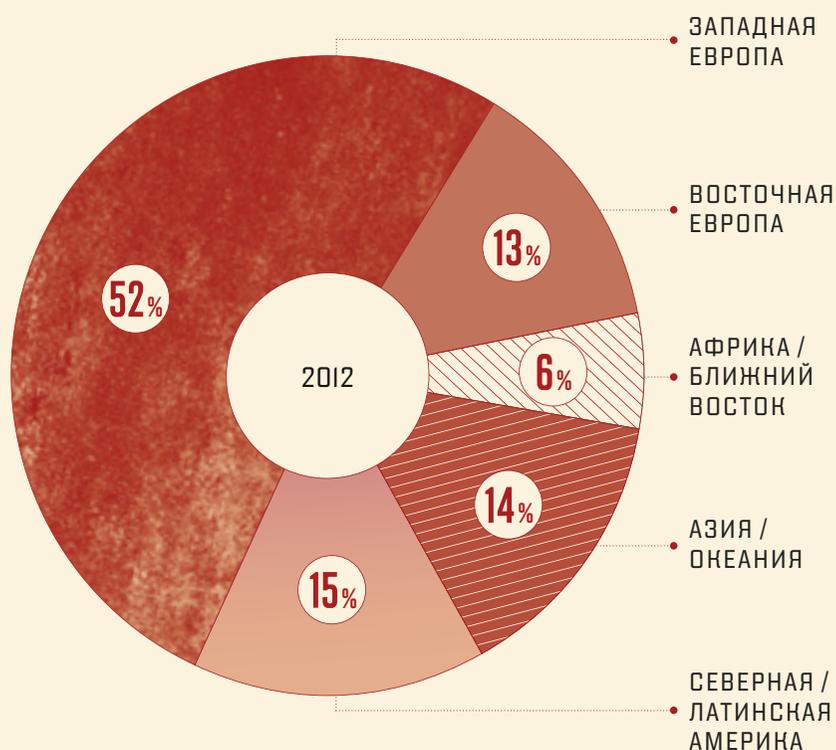
КУЛЬТ ЛИЧНОСТИ

«Сегодня лучше всего работают реалити, построенные на персонажах, причем необязательно на знаменитостях, – говорит Кэролайн Сподсберг (Karoline Spodsberg), управляющий директор Banijay Intl. – Многие с удовольствием следят за жизнью этих людей, потому что хотят быть, как они, либо, наоборот, – потому что рады, что это всё не про них».

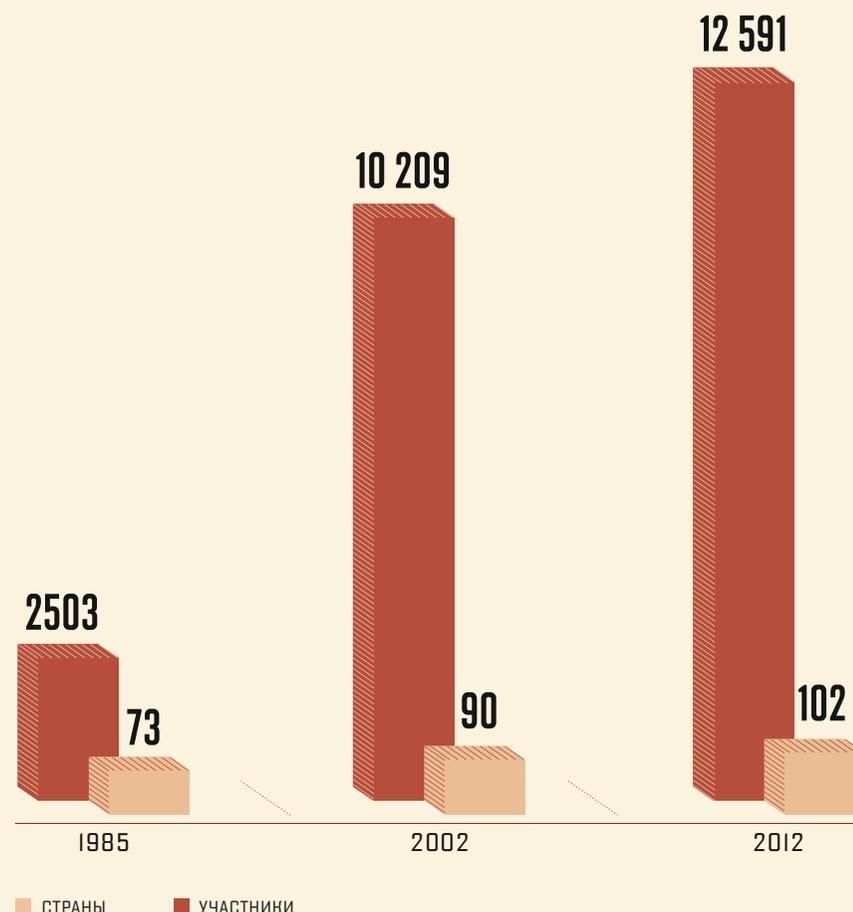
В прошлом году самым успешным проектом на международном рынке стал «Голос» («The Voice»). Продюсерская компания Talpa, принадлежащая голландскому ТВ-предпринимателю Йону де Молю (John de Mol), разработала шоу для NBC, после того как «Голос Голландии» стал суперхитом в Нидерландах. В этом шоу есть и колоритные персонажи, и селебрити. Именно эти два фактора, по мнению большинства руководителей телекомпаний, особенно привлекательны для байеров. Блистательные показатели «Голоса» на фоне весьма блеклой сетки NBC принесли шоу и ее участникам – Кристине Агилере (Christina Aguilera), Адаму Левайну (Adam Levine), Си Ло Грин (Cee Lo Green) и Блейку Шелтону (Blake Shelton) – немалую популярность на международном рынке. Хотя в основе «Голоса» – певческого соревнования – нет ничего неожиданного, новую аудиторию привлекает участие звезд, то, как они общаются друг с другом и с конкурсантами, вокальные данные участников и неожиданные перипетии конкурса.

«Сегодня важнее всего то, какие именно звезды участвуют в шоу, – говорит Джон Поллак (John Pollack), президент по международным операциям компании Electus. – Уровень непрофессиональных участников на таких шоу всегда был высоким; теперь телесети все активнее подключают талантливых знаменитостей». «Голос» наверняка станет следующим

ЗАКУПЩИКИ МІРСОМ-2012 ПО ТЕРРИТОРИЯМ



УЧАСТНИКИ И СТРАНЫ МІРСОМ РАЗНЫХ ЛЕТ



международным хитом, подобно шоу Pop Idol, X Factor и Got Talent. Столь экономически выгодные проекты с низким уровнем риска всегда выгодны для байеров.

«Для данного формата есть устойчивый рынок, поскольку эта бизнес-модель нравится и продюсерам, и вещательным компаниям, и зрителям, – поясняет Роб Кларк (Rob Clark), директор по международным развлекательным программам FremantleMedia. – На этом рынке в ближайшее время нет каких-либо серьезных рисков. Крупные сети тратят на шоу десятки миллионов, и они предпочитают не рисковать».

C A S U A L

Electus надеется повторить успех «Голоса» с шоу «Звезда моды» («Fashion Star»), которое после премьеры в США, прошедшей 13 марта на NBC, закупили уже несколько стран. Без знаменитостей не обошлось и здесь: шоу ведет австралийская топ-модель, актриса и дизайнер Эль Макферсон (Elle Macpherson), а в роли наставников выступают поп-дива Джессика Симпсон (Jessica Simpson), светская львица Николь Ричи (Nicole Richie) и культовый лос-анджелесский фэшн-дизайнер Джон Варватос (John Varvatos). В «Звезде моды» есть не только знакомые элементы, но и дополнительная изюминка: все вещи, которые зрители увидят в шоу, можно будет купить в Saks или в H&M. «Шоу полностью интерактивное, – говорит Поллак, – вы можете купить «победившую» вещь тем же вечером в интернете и на следующий день в магазине».

Без привязки шоу к интернету скоро невозможно будет обойтись ни в одной стране мира, считает Кларк. «Привязки к соцсетям

и интернету начали появляться фактически всюду, – говорит он, – и речь идет не просто о присутствии шоу в соцсетях, но и о настоящем параллельном действии, «втором экране». Это позволяет привлечь молодежную аудиторию. Я не могу представить себе, что буду валяться на диване, смотреть игровое шоу и одновременно участвовать в игре, но для моих крестных детей другого способа смотреть телевизор уже не существует». Сподсберг добавляет: «Вторичные платформы – Facebook, Twitter, социальные медиа – интегрируются в ТВ-программы все чаще».

Участие больших звезд в крупноформатных шоу актуально всегда. Но сегодня многие компании успешно продают и гораздо более скромные шоу с участием знаковых персонажей. Этот тренд начался с успеха «Джерси Шор» («Jersey Shore») от MTV и продолжился «Звездами ломбарда» («Pawn Stars»), «Складскими войнами» («Storage Wars») от A&E, и «Женами мафии» («Mob Wives») от Electus.

«Сегмент шоу без сценария был и остается очень успешным, – говорит Кристиан Мёрфи (Christian Murphy), старший вице-президент по международным программам и маркетингу A&E Networks. – Они нравятся большей части аудитории, у них исключительно высокие рейтинги». Сериалы без сценария, акцент в которых ставится на персонажей, могут быть невероятно увлекательными. При этом они более дешевы в производстве, чем сценарные постановки, которые остаются популярными, но в последнее время часто снимаются несколькими компаниями совместно, чтобы снизить расходы и повысить

популярность у международной аудитории. Тем не менее студии не спешат отказываться от передач по сценарию – они просто действуют более продуманно.

П Р И В Ы Ч К А Ж Е Н И Т Ь С Я

Совмещение формата реалити-шоу с привлечением колоритных персонажей вернуло из забвения шоу знакомств. Среди них лидирует «Холостяк» («The Bachelor») от Warner Bros. Шоу несколько сезонов чувствовало себя неважно, но сериал пошел вверх, когда продюсеры поняли, что зритель предпочитает смотреть на уже знакомых холостяков и холостячек, а не на профессиональных спортсменов и представителей зарубежных королевских фамилий. «Знакомства – это сейчас топ-тема, – говорит Кларк, – и не только среди шоу, уже идущих в эфире, но и среди тех, которые на походе».

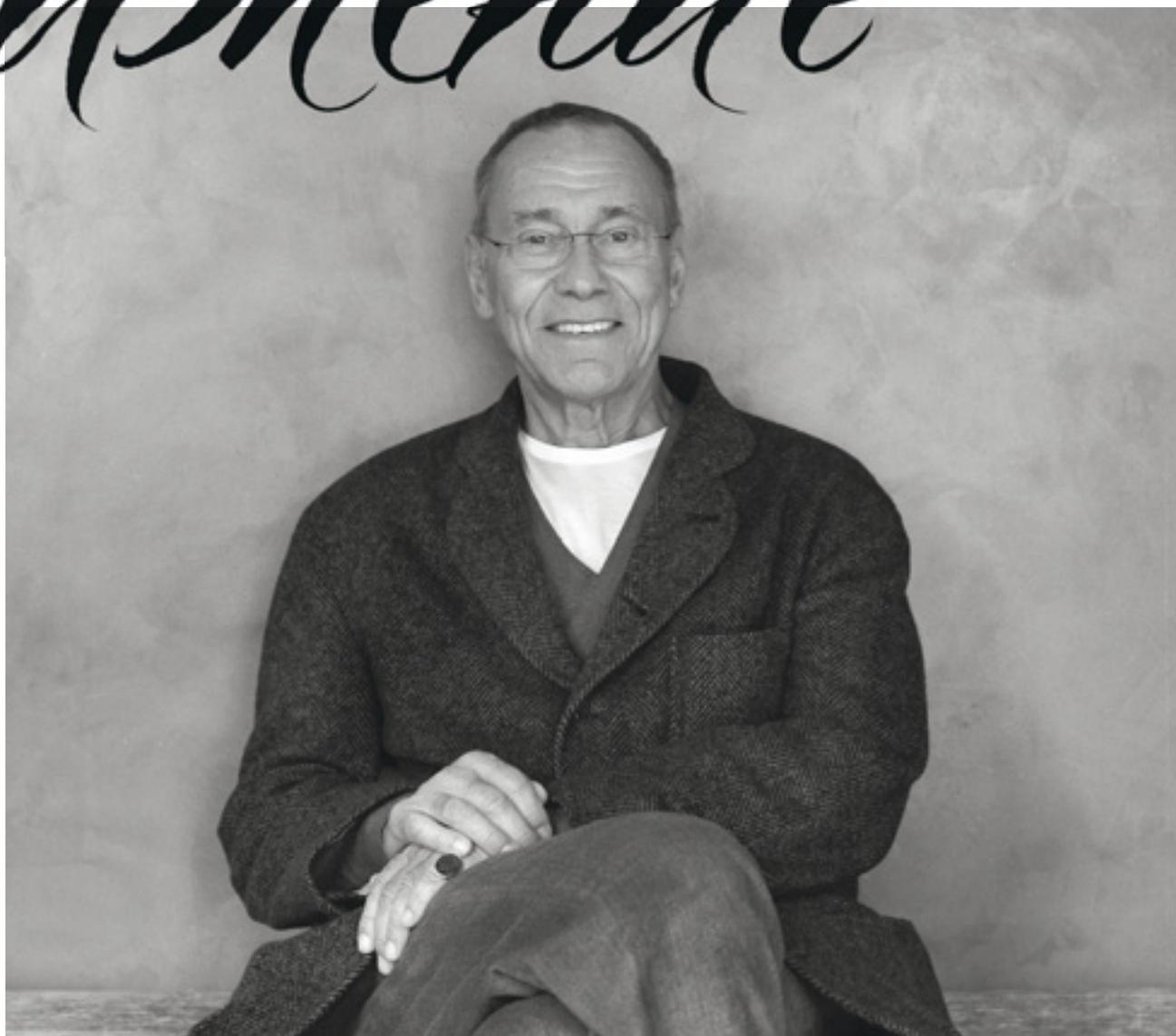
Шоу знакомств на MIPCOM привезли многие компании. FremantleMedia предлагает сразу три: «Пригласи меня на свидание» («Take Me Out»), «Фермер в поисках жены» («Farmer Wants a Wife») и «Все ради любви» («All for Love»). Viacom Intl. Media Networks представил «Зону друзей» («Friend Zone») – лучшие друзья, у которых никогда не было девушек, отправляются на их поиски вместе. ITV презентовал «Пожалуйста, выйди за моего мальчика» («Please Marry My Boy»), ставшее хитом в Австралии.

В период туго затянутых поясов главная ценность телепроекта – это его безопасность. Как говорит Кириаку: «Компании хотят быть уверенными, что они покупают что-то коммерчески привлекательное и надежное».

Артизанское движение

«МОЕ ОЩУЩЕНИЕ МИРА ДЕЛИТСЯ НА РЯД ПЕРИОДОВ, В КОТОРЫЕ Я ИСПОВЕДОВАЛ РАДИКАЛЬНО ОТЛИЧНЫЕ ДРУГ ОТ ДРУГА ИСТИНЫ», - ПИСАЛ АНДРЕЙ КОНЧАЛОВСКИЙ В 1998-М В КНИГЕ-ИСПОВЕДИ «НИЗКИЕ ИСТИНЫ». И ТОЛЬКО ЗА ОДНО ЭТО КАЧЕСТВО ЕГО НЕВОЗМОЖНО НЕ ЛЮБИТЬ - ОН НЕ БОИТСЯ МЕНЯТЬСЯ. В ЭТОМ СЕКРЕТ ЕГО МНОГОЛЕТНЕГО ПРЕБЫВАНИЯ НА ВЕРШИНЕ УСПЕХА. ОН ДАЖЕ НЕ НА ВЕРШИНЕ, НЕТ, ОН В ПУТИ, ОН НЕ АЛЬПИНИСТ, ОН ЕСТЕСТВОИСПЫТАТЕЛЬ. САМЫЙ ИНТЕРЕСНЫЙ ЕГО ФИЛЬМ, ПАРАЛЛЕЛЬНО С БЛЕСТЯЩИМИ ИСТОРИЯМИ, ЗАПЕЧАТЛЕННЫМИ НА ПЛЕНКУ, - ЭТО ЕГО ЖИЗНЬ И ТО, ЧТО ЗАНИМАЕТ В НЕЙ ГЛАВНОЕ МЕСТО, - ЛЮБОВЬ. ПО ЕГО КАРТИНАМ МОЖНО ЛЕГКО СКАЗАТЬ, КАКАЯ С НИМ В ЭТОТ МОМЕНТ БЫЛА ЖЕНЩИНА. И О ПОЛИТИКЕ ОН РАССУЖДАЕТ «ПО ЛЮБВИ», А ЭТО ОЧЕНЬ КРУТО. БОЛЬШИНСТВО - «ПО КОНЪЮНКТУРЕ».

VARIETY RUSSIA ПРИВЕТСТВУЕТ АНДРЕЯ КОНЧАЛОВСКОГО В ГОД ЕГО ЮБИЛЕЯ. ORE UNO.



Екатерина Мцитуридзе: Андрей, я помню ваш юбилей в 1997 году в рамках Московского кинофестиваля, ресторан «Метрополь», душевно, тепло, весело.

Андрей Кончаловский: Да, было отлично, это правда. Сережа Соловьев организовал все, Рустам Ибрагимбеков, много народу было.

Ричард Гир, Де Ниро, Жаклин Биссе. Такой джем-сейшн еще был неожиданный при участии Стаса Намина, Гира, Наташи Андрейченко, «Наутилус»...

Весело было.

И было такое единение. 15 лет прошло, денег стало больше в кино, прокат появился, но при этом атмосфера внутри киносообщества грустная. Почему?

Жизнь не налаживается так, как нам хочется. Нормальный процесс - турбулентность, политическая турбулентность, экономическая турбулентность, потом, тогда больше возможностей было у русского кино, как ни странно. Хотя прокат был нищенский, но еще были надежды инвесторов разных вкладывать в кино, потому что были надежды, что эти деньги вернутся. Сейчас ситуация изменилась. В нашем кино надежд очень мало, что деньги вернутся, в силу того, что рынок принадлежит американцам. А мы ничего не делаем, чтобы отщипнуть от денег, которые нашим прокатчикам приносит американское кино, на развитие российского, хотя бы так, как во Франции. То есть все деньги, которые американские продюсеры зарабатывают, американский производитель делит с российским биз-

несом, владеющим отечественными кинотеатрами. Русский кинопроизводитель остается в стороне, и это будет продолжаться, пока не сломано будет лоббирование против электронного билета.

На уровне президента, премьер-министра примерно раз пять велели – вводить электронный билет. Этого не случается. Как это?

Я думаю, что у президента и премьер-министра не так много власти, как нам кажется. Власть действует избирательно, но если что-то очень нужно президенту, очень-очень нужно, он может позвонить кому надо и сказать, чтоб было, и там добавить еще три слова. Слушайте, Катя, если Путин вызывает бесконечно министров и говорит, куда делись деньги, если он снимает министров, если он не может обеспечить выполнение своих решений, то что там с прокатом... Это что значит? Значит, у него нет особой власти. Конечно, номинально власть налицо, но одновременно с этим люди на местах всегда могут найти способ не выполнить приказ, если им не выгодно. Это провал культурной политики в области киноискусства. В России на сегодняшний день нет государства. С того момента, как перестала существовать система правовая, суды и правоохранительные органы не пользуются у населения никаким доверием. Никто не хочет туда обращаться, предпочитают решать каким-то другим способом свои проблемы.

Получается, кино страдает вследствие общей политики?

Да, кино страдает – как следствие. Правительство не отдает себе отчета, какой вред наносится русской культуре в силу того, что воспитано целое поколение, которое в состоянии смотреть ТОЛЬКО американское кино. Они не отдают себе отчета в том, что этому поколению зрителей не интересно русское кино. Им интересно только стимуляция и попкорн. Русское кино нельзя смотреть, жуя попкорн, оно не такое громкое.

Во Франции не едят попкорн и на американском кино.

Во Франции устоявшаяся древняя европейская культура. А у нас культура молодая, очень не устоявшаяся, и мы легко американизируемся, причем мы берем, как правило, самое худшее. Поэтому мы в перспективе хороши для «кока-колониализации».

Вы считаете, что ситуацию можно изменить, если вкладывать в российское кино большие деньги?

Нет. Я считаю, что надо больше денег вкладывать в прокат российского кино и в его продвижение. Если владельцам, директорам кинотеатров невыгодно показывать русское кино, их никто не заставит.

То есть стимулировать владельцев?

Либо стимулировать владельцев, либо сделать в приказном порядке.

Между тем все обсуждают другое – квотирование, а это довольно спорная мера, которая не везде работает.

Не согласен. Квотирование работает.

Вы приводили пример Франции, во Франции нет квотирования.

Есть. 40–60.

Только на телевидении. У них нет квотирования в прокате, с 50-х годов отменили.

Но было. Во Франции, кроме того, существует авансовый платеж, и бюджет кино складывается из большого количества денег, которые поступают от прокатчиков. И электронный билет во Франции действует уже 25 лет.

Если новый министр, от которого все ждут более прогрессивных действий, чем от ста-

рого, будет все-таки лоббировать квотирование, вы выступите за?

Вы так сказали, как будто министр что-то может сделать.

Хочется полагать.

Любые предложения министра культуры рассматриваются немедленно в кабинетах с точки зрения, сколько это стоит. Авдеев там будет, или кто-то еще, или Мединский, они, возможно, все интеллигентные люди и хотят что-то сделать, но, приходя на пост министра, им надо понимать, что приходишь на должность в сфере, где катастрофа по всем статьям.

Может, следовало бы вывести Госкино отдельно, с отдельным от Минкульта бюджетом?

Вывести, перестроить, структурировать, комитет, фонд, не фонд – эти все перестановки похожи на игры наперсточников. «А вы, друзья, как ни садитесь, всё в музыканты не годитесь». Поскольку у нас существует вертикаль власти, все зависит от президента. Пока президенту не будет вменено в сознание, что надо заниматься русской культурой на более глубоком уровне, что это важнее, чем вооружение, ничего не получится.

Потому что, во-первых, вооружение стареет, во-вторых, его вряд ли когда-нибудь кто-нибудь применит в том объеме, в котором оно произво-

дится. Вооружение играет важную роль, когда существуют политические задачи. Эти задачи рассматривают мир с определенной точки зрения. В частности, задача всегда определяется количеством насчитываемых врагов. Вот мы насчитали столько-то внешних врагов, наши политические задачи от этого и зависят. А мне кажется, что самый главный враг внутренний – это наше новое поколение, которое теряет всякий интерес к российской культуре. **Новое поколение не может быть врагом. Может, мы сами себе враги – все вместе взятые, но не новое поколение в отдельности.**

Но мы его воспитали.

Тем более в ответе старшее поколение, а не младшее – не так?

Когда я говорю «враг», я имею в виду: мы воспитываем того, кто в общем не заинтересован в развитии национальной культуры.

Неправда. Мне кажется, новое поколение, Андрей, заинтересовано, но оно не получает информацию. Как только до них доходит, как вы сказали, внедряется в сознание, что это круто и интересно, они идут и смотрят хорошее кино. И им нравится.

Вы сейчас говорите о 3% населения читающих. Эти 3% и так не ходят на американское кино. Мы сейчас говорим о людях, которые практически не читают. Они играют в видеоигры и смотрят американское кино.

Можно приучать их смотреть наше кино, но для этого оно должно их цеплять. Наши фильмы, за редким исключением, интересны только их создателям и их близким родственникам.

К русскому кино можно приучить, только если людей не отучишь читать. Русское кино – это не рыночный продукт, это произведение искусства. Хорошее, талантливое, но это не инструмент для зарабатывания денег. Голливудский фильм продумывается как продукт, как, скажем, автомобиль: от замысла, чертежей и воплощения до системы оптимизации затрат, включая глобальную рекламу, по существу – это финансовый механизм.

Но в Америке снимается то, что называется «независимое кино», или «кино для продвинутой аудитории».

Я говорю о голливудской продукции. А остальное – рулетка: может, выйдет на экран, а может, и нет. Это не для проката, это для Sundance.

«Железная хватка» сделала крутейший бокс-офис.

Коэны культовые фигуры. Они себе завоевали место на рынке, когда Уолл-стрит не занимался еще внимательно рынком кино. Когда Уолл-стрит пришел, они уже существовали. Уолл-стрит пришел в Голливуд, когда я вынужден был уехать оттуда. 1992, 1993 год. С того момента не появилось ни одного независимого художника.

Дэвид Финчер.

Ну есть еще Сэм Мендес. Но они делают коммерческое кино. Просто делают его интеллигентно, так сказать, cool.

У нас такого кино нет, к сожалению, чтобы и cool, и коммерческое. В начале двухтысячных – было. Сегодня нет. В Америке их тоже не много, но они есть. Вы сказали, что были вынуждены уехать в 1992-м. Почему?

Нельзя было заниматься независимым кино, которое меня интересовало. Я хотел снять фильм про Сталина. Я хотел снять «Ближний круг». А мейджорские компании стали искать режиссеров, которые хотят делать «Джуманджи-2», «Джуманджи-3». Помню, мне кто-то по глупости прислал «Beverly Hills Cop», и я по глупости начал читать. 10 страниц прочитал и бросил в стенку –

ВСЕ ДЕНЬГИ,
КОТОРЫЕ АМЕ-
РИКАНСКИЕ
ПРОДЮСЕРЫ
ЗАРАБАТЫ-
ВАЮТ, АМЕРИ-
КАНСКИЙ ПРО-
ИЗВОДИТЕЛЬ
ДЕЛИТ С РОС-
СИЙСКИМ
БИЗНЕСОМ,
ВЛАДЕЮЩИМ
ОТЕЧЕСТВЕН-
НЫМИ КИНО-
ТЕАТРАМИ.
РУССКИЙ КИ-
НОПРОИЗВОДИ-
ТЕЛЬ ОСТАЕТСЯ
В СТОРОНЕ.

я не могу снимать это говно. А потом был такой хит, что я жалел очень и ругал себя, что у меня нет никакого коммерческого нюха.

По сравнению с вашим «Поездом-беглецом»...

«Поезд-беглец» был сделан в 80-е. Это были последние золотые годы независимых продюсеров. Пришли два израильянина, сделали компанию, они и Кэмерону дали первую работу. Первый «Терминатор» был сделан как трэш-муви. Но это уже был закат старого Голливуда. Думаю, это началось с того момента, когда чаша весов качнулась в сторону огромных блокбастеров, с момента «Star Wars». Когда я приехал в Голливуд, это была такая живая, вибрирующая атмосфера – Кошпола, New Line, Майкл Манн и так далее. Тогда снимались картины максимум за \$10 млн. \$10 млн стоил «Days of Heaven». «Крестный отец» стоил \$6 млн. \$10 млн стоил первый «Star Wars», он заработал \$300 млн. И когда вдруг оказалось, что могут быть сверхприбыли, Уолл-стрит сказал: «О, это интересно, давайте инвестировать и думать – как мы можем оптимизировать прибыли? Меньше фильмов – больше денег на рекламу. Рекламу на рынке 20 картин или 3? У нас на рекламу 20 картин уходит \$120 млн, так давайте эти \$120 млн потратим на 3 фильма. Мы наверняка их втюрим зрителю».

То есть Уолл-стрит съел всех?

Конечно. Они сказали, давайте снимать картину за \$150 млн – и \$70 млн на рекламу, она будет успешной. Как только началась оптимизация дохода, пропало то, что я называю «круассаны». Кто делает круассан? Маленький производитель, артизан, руками. Как только круассаны ушли в супермаркет, все закончилось. Здесь то же самое. Голливуд еще был местом, где работали артизаны – Хэл Эшби – гениальный режиссер, «Последний патруль» там. Абсолютно странные характеры. Джордж Рой Хилл... Возьмите его замечательное кино, которое называется «Буч Кэссиди и Сандэнс Кид», – гениальная картина. Юмор, искусство. Два замечательных артиста, красавцы (Роберт Редфорд и Пол Ньюман). Смотреть интересно, герои тогда еще могли погибать. Стоит копейки, зарабатывает не \$150, но \$12 млн. Тогда картины делались художниками. Были Джерри Шацбер, Монти Хеллман, Боб Рейфелсон. И чем больше Уолл-стрит втягивался туда, тем меньше художнику оставалось пространства. Сейчас картины делаются комитетом, комиссией – продюсеры, редакторы, главные редакторы, редакторы сценария... Они все знают, как надо снять, и получают очень приличные деньги за это. В первый раз я столкнулся с этим на «Танго и Кэш», и понял, что я ничего не могу снимать сам, мне будут говорить, как снимать. И понял, что я так не смогу.

Когда вы снимали «Щелкунчик», вы были свободны?

На «Щелкунчике» я был абсолютно свободен. Как птица! Деньги были российские?

Деньги были российские. Это, можно сказать, был арт-проект, я думаю, самый крупный и независимый проект в мировом кинематографе, потому что я делал что хотел. К сожалению, и к счастью, в то же время. Если бы я не делал что хотел, а мы бы втянули сюда major company, то картина бы пошла, бум был бы. Но мы не втянули мейджора.

Почему?

А major company сказала – ой, крысы! Посмотрели эскизы – ой, как-то страшновато.

Кто так сказал?

Все. Единственная компания, которая прыгала до потолка и хотела купить, – это Disney Russia.

Что им помешало?

Они прыгали до потолка, у них были бюджеты, и они говорили: мы будем прокатывать в России, дайте нам. Я позвонил моему продюсеру, сказал, слушай, Disney берут. Он в ответ: классно, ждем звонка! Неделю нет звонка, две недели нет. Звонит мой продюсер им, а глава Disney Russia (Марина Жигалова-Озкан. – Прим. Variety) отвечает: «Знаете, картина длинновата...» А на самом деле она идет ровно час пятьдесят. Я был убежден, что картина должна выходить на Рождество. Но, думаю, им позвонили из головного офиса в Глендейле и сказали: «Цыц! Берите наш «Трон» на Рождество. Он стоил там 170 миллионов! Нам же надо эти затраты окупить за счет мирового рынка! А вы лезете с каким-то ненашим фильмом!»

Я думаю, что американские продюсеры и Disney, который здесь продюсирует кино, они для вида продюси-

руют, а на самом деле они знают, что рынок должен лечь под картины, которые они делают там. Хотя звучит заманчиво – Голливуд снимает кино в России за свой счет.

Это полная чушь. По простой причине – Голливуд истратил \$140 млн на какую-то картину, ему нужно \$300 млн, чтобы начать прибыль получать. Чтобы получить \$300 млн, ему Америки мало, ему надо все, что возможно. Русский рынок дает миллиард, неужели они не будут кусать этот пирог, а вместо этого дадут даже часть какому-то кино русскому?! Зачем? Оно стоит несколько миллионов, да мы их потеряем, но это не важно.

У нас есть свой продукт, за который президент компании отвечает перед инвесторами Уолл-стрит. А эти русские фильмы за \$10 млн – их можно просто выбросить.

Можно сказать, эти \$10 млн идут в счет рекламной кампании их американского фильма?

Такая логика, да. Если наркотики портят здоровье, то Голливуд портит вкус. Вернее не портит, а формирует. Дэвид Мамет (американский драматург, продюсер, актер. – Прим. Variety) называет коммерческое кино стимуляцией. Когда смотришь это кино, интересно, дух захватывает, можно есть попкорн и так далее. Я имею в виду возбуждение. Как смотрят порнофильм? Любой сюжет, какой бы ни был, зритель ждет, когда начнется койка. Остальное все – повод. Пока они не разделились и не стали трахаться, это подводка. Зритель ждет чего? Сексуального акта – бум! Хорошо. Дальше проходит 15 минут. Опять какая-то ерунда, для того чтобы опять случился сексуальный акт. Дэвид Мамет разобрал это хорошо – после порнофильма человек выходит опустошенный, ему какое-то время не хочется больше стимуляции, и он занимается другими делами. Все.

Точно так же работает любой аттракцион в Диснейленде – трехминутная, десятиминутная стимуляция какой-то фантазии. Там не порнография, там тоже стимуляция, но другого рода. Там нет художественного начала, потому что голливудские картины – тебе не страшно, не смешно по-настоящему и не жалко. Тебе интересно. А искусство – это не то, что интересно. Искусство – это когда страшно, смешно и жалко. Как говорится, смех, ужас, сострадание. Сегодня большинство наших фильмов также не вызывают сопереживания, даже авторские картины.

Это связано, я думаю, с тем, что молодые, талантливые режиссеры смотрят, какие картины получают премии на фестивалях. Серьезный фестиваль – это, в принципе, как правило, фестиваль, который находит что-то новое в языке. Каннские программы последние, берлинские – они говорят, конечно, о каких-то прорывах, может быть, в языке, но не в содержании. Так развивается европейское кино, но фильмы, которые получают премии – на Каннском или Берлинском фестивале, они тоже не имеют большой прокатной судьбы, понимаете?

Поскольку режиссер, зная, что он ни копейки не заработает, ориентируется на фестивальный успех, то заведомо не ориентируется на финансовый успех. Если бы режиссер наш, я имею в виду серьезных режиссеров, мог сделать пронзительную картину, которую бы простой зритель смог смотреть, или не очень простой зритель, и это не было бы шарадой или ребусом, а что-то трогало бы, и он бы заработал – ну полмиллиона хотя бы – и купил бы себе Bentley или квартиру, у него было бы другое отношение к рынку. Рынок в этом смысле может стимулировать произведения искусства.

Для этого кино должно быть востребованным на рынке. Лет пять, начиная с момента, как мы открыли Российский павильон в Канне, я упорно повторяю – необходимо инициировать моду на российское кино. Мы пытаемся работать в этом направлении в рамках «Роскино», многие продюсеры разделяют наши убеждения, но целенаправленной воли государства так и не случилось.

Денег нет, не будет моды. Сегодня реклама важнее продукта. Сегодня на кино идут копейки, потом это все уходит к так называемым мейджорам. Я думаю, что нужен не фонд кино, а фонд про-

ВО ФРАНЦИИ
УСТОЯВШАЯСЯ
ДРЕВНЯЯ ЕВРО-
ПЕЙСКАЯ КУЛЬ-
ТУРА. А У НАС
КУЛЬТУРА МО-
ЛОДАЯ, ОЧЕНЬ
НЕ УСТОЯВШАЯ-
СЯ, И МЫ ЛЕГКО
АМЕРИКАНИЗИ-
РУЕМСЯ, ПРИ-
ЧЕМ МЫ БЕРЕМ,
КАК ПРАВИЛО,
САМОЕ ХУДШЕЕ.
ПОЭТОМУ МЫ
В ПЕРСПЕКТИ-
ВЕ ХОРОШИ ДЛЯ
«КОКА-КОЛО-
НИЗАЦИИ».

ката и продвижения.

Часть продюсеров считают, что фонд оздоравливает климат в нашем кино. Судя по всему, вы не разделяете эту точку зрения? Во-первых, начнем с того, что сейчас фонд кино целиком подчинился Минкульту и Суркову (Владислав Сурков, вице-премьер отвечающий за культуру. – *Прим. Variety*).

Фонд с момента основания финансировался через Минкульт.

Может быть. Но они могли принимать решения. Ведь фонд кино для чего сделан? Чтобы принимать решения. Теперь решение принимается все равно Сурковым, все равно должны бегать они все к нему. Это опять бесполезные перестановки – тут фонд, давайте сделаем еще что-нибудь, например, банк кино. Но пока банк кино не будет сам решать, что делать с деньгами, ничего не будет. Вот говорят – госзаказ. Что это? Госзаказ – это прекрасно – снимите картину за \$15 млн, найдите тему, которая бы волновала, а не заказную картину про осетинскую войну. Это смешно. Нельзя официальную точку зрения оформить как искусство. Я когда снимал по официальному заказу, про нефть, делал не про нефть, я снимал про людей. Нет скучных историй, есть скучные рассказчики. **Вообще-то, фильм про нефть получил спецприз Каннского кинофестиваля. Я недавно пересмотрела «Сибириаду», и, Андрей, не в качестве комплимента, просто хочу констатировать факт: оно не устарело ни разу. Это такой уровень всего, диалогов!.. А актеры – Самойлов, Гурченко, Никита Михалков, Виталий Соломин, Наталья Андрейченко, Кадочников...**

Спасибо. Я бы и сейчас такую картину снял. «Рахманинов» может быть абсолютно не хуже, чем «Сибириада». «Рахманинов» – это эпическая вещь о русских гениях.

Вы готовы взять на себя заказ?

Конечно, готов. Любую тему можно сделать произведением искусства. Берите пример с Микеланджело, он был в жестких рамках цензуры.

У Медичи хороший вкус был.

У Медичи был хороший вкус, но они принимали то, что делал Микеланджело, а он был зажат в тиски Библии. Но в тисках Библии можно создать гениальное. Я же сделал картину про чеченскую войну, но ее не показали.

Даже после Гран-при в Венеции «Дом дураков» не показали?

В прокате он провалился, телевидение до сих пор не купило. Там толстовская интерпретация чеченцев – чеченцы не бандиты, они просто горцы. Они не какая-то банда с оружием, это горцы со своей культурой. Мы чеченцев не изменим, как американцы не изменяют афганцев. Демократия в Афганистане? Не смешите меня.

С другой стороны, вам дали \$90 млн на «Щелкунчика», ВЭБ, если не ошибаюсь. Это не государственная, это частная инициатива?

Это было то, что называется venture capital, они дали деньги мне, они дали деньги на интернациональный проект с музыкой Чайковского, с Джоном Туртурро, звездой Бродвея Натаном Лейном и с великим Тимом Райсом. Там был такой маркетинг и такие имена! И Кончаловский же с ними, черт возьми! Грандиозно. Все, будем зарабатывать деньги. Ошибка была в том, что они поверили мне безоговорочно.

Ошибка маркетинга?

ЕСЛИ БЫ РЕЖИССЕР НАШ, Я ИМЕЮ В ВИДУ СЕРЬЕЗНЫХ РЕЖИССЕРОВ, МОГ СДЕЛАТЬ ПРОНИЗИТЕЛЬНУЮ КАРТИНУ, КОТОРУЮ БЫ ПРОСТОЙ ЗРИТЕЛЬ СМОГ СМОТРЕТЬ, И ОН БЫ ЗАРАБОТАЛ – НУ ПОЛМИЛЛИОНА ХОТЯ БЫ – И КУПИЛ БЫ СЕБЕ VENTLEY ИЛИ КВАРТИРУ, У НЕГО БЫЛО БЫ ДРУГОЕ ОТНОШЕНИЕ К РЫНКУ.



Надо было мне, имея все деньги, добиться инвестиций из американской прокатной компании.

Чтобы они гарантировали?

Чтобы они гарантировали. А когда они увидели сильный продукт, и никто из них в нем не заинтересован, потому что это деньги русские – и русские же получают прибыль, а им какой-то жалкий процент... поэтому никто и не взял.

Вы – с вашим опытом – не продумали этот момент?

Эмоциональные решения.

То есть режиссеру нужно все-таки руководство продюсера?

У меня были американские продюсеры, но я был главным.

Вы их задавили?

Я их задавил. Но я думаю, что было бы очень сложно найти продюсера, который взялся бы за такой проект, когда кино не американское, европейское, если хотите, ницшеанское, хотя оно сделано как бы под Америку, оно псевдоамериканское.

Артизанское? Как круассаны?

Только колоссальное по масштабам. Слава Богу, я бы никогда не снял такую картину в Америке, никогда. Оно абсолютно персональное, мое кино, которое, надеюсь, будет восприниматься как произведение искусства.

В России к нему предвзятое отношение в первую очередь из-за бюджета.

Из-за бюджета, да. Я послушал американских продюсеров и выпустил картину до России в Америке. Продюсеры говорили – нельзя выпускать после России, надо выпустить на Рождество, у нас будет смешно, если не на Рождество. Умные прокатчики из «ЦП» говорили – не выпускай ты, если картина там провалится, у нас собезьянничают все, и весь негатив придет сразу сюда. А там... The New York Times готовили огромное интервью со мной. Прислали два раза в Россию журналиста известного. Готовилось обо мне, не только как о кинорежиссере, но как режиссере оперы и театра; он ездил в Турин, смотрел «Бориса Годунова», «Три сестры» в Москве, потом «Щелкунчик»... Бум – за две недели статью снимают. Она не вышла. Я звоню, мне отвечают: «Вы знаете, у нас такая проблема, мы написали и опубликовали одну статью о балете «Щелкунчик» и мы не можем»... Все это вранье. Контроль идет – и правильно идет. Они молодцы, они спокойно расчистили дорогу своим.

Андрей, что нужно делать, чтобы изменить ситуацию в нашем кино?

Нужно снимать кино дешевое и коммерческое. Когда я говорю «коммерческое» – это не значит говно. Надо снимать так, чтобы волновало.

Вы могли бы стать министром культуры?

Вы что, с ума сошли?! Никогда!

Министром кино?

Никогда! Катя, зачем мне брать на себя такую ответственность.

Никита Сергеевич с вами советуется по вопросам реформ, он же член Совета по кино?

Нет, никогда не советуется. Это неудивительно – у нас разные точки зрения на целый ряд вопросов, можно сказать, на все, кроме наших родителей. Нет, он обычно мне показывает результат. А я ему говорю, ты советуешься лучше, а то будешь всегда получать мою критику.

Кто у вас любимый писатель?

Чехов.

Если коротко, почему?

Потому что он написал: «Никто не знает настоящей правды». ☺

REVIEW

«ГАЗЕТЧИК»

(THE PAPERBOY)
США, 2012

РЕЖИССЕР: Л И Д Э Н И Е Л С

В РОЛЯХ: МЭТТЮ МАККОНАХИ, ЗАК ЭФРОН, НИКОЛЬ КИДМАН, ДЖОН КЬЮСАК

Расовые предрассудки, журналистская этика и полуголый Зак Эфрон – вот темы, волнующие создателей «Газетчика». После «Сокровища» режиссер Ли Дэниелс (Lee Daniels) произвел на свет до смешного нелепый, но вполне смотрибельный образец палп-трэша с юга США конца 60-х. Беспомощность картины отчасти компенсирует переполняющая ее липкая, душная атмосфера бреда и сексуальной фрустрации.

В основу сюжета лег роман Пита Декстера (Pete Dexter) 1995 года о двух братьях, один из которых, журналист, расследует вероятное нарушение правосудия в непростые годы – на пике борьбы за гражданские права чернокожих. От живого отображения цепкой журналистской работы старой школы в совместном сценарии Декстера и Дэниелса не осталось ничего – фильм начинается с сомнительной сцены, в которой служанке братьев Аните (Мейси Грей/Macy Gray) приходится вводить зрителей в курс дела посредством длинного закадрового монолога.

Летом 1969-го настырный репортер газеты «Майами-таймс» Уорд Дженсен (Мэттью МакКонахи/Matthew McConaughey) возвращается в родной городок во Флориде, чтобы написать статью о Хилари Ван Ветере (Джон Кьюсак/John Cusack), на редкость неприятном типе, которому предстоит смертная казнь за убийство шерифа, известного расиста. Уорд уговаривает своего младшего брата Джека (Зак Эфрон/Zac Efron) поработать на них водителем, однако парень быстро вступает в конфликт с заносчивым коллегой Уорда – Ярдли (Дэвид Ойелово/David Oyelowo).

Полагая, что Хилари невиновен, Уорд и Ярдли не вполне разумно доверяются Шарлотте Блесс (Николь Кидман/Nicole Kidman), ставшей секс-бомбой, повернутой на тюремной тематике: она влюблена в Хилари и хочет во что бы то ни стало добиться его оправдания. Выглядит Шарлотта замечательно: ядовито-розовая помада, пергидрольный парик, восхитительно китчевый гардероб из коротких юбочек, блузок с леопардовым рисунком и брюк из блестящей золотистой ткани.

Тонкостью режиссуры Дэниелс не отличается, и к худу ли, к добру ли, но зрители после сеанса могут почувствовать себя так, будто они только что приняли ванну из крови, пота, мочи, болотной грязи и крокодиловых кишок.

Создателям картины не удалось выстроить внятный сюжет – такое ощущение, что основная линия их интересует намного меньше, чем отвлекающие эротические эпизоды. Джеку все больше нравится Шарлотта, а из-за гнетущей жары у него то и дело появляются поводы продемонстрировать свои атлетические мышцы пловца – и тут пристальное внимание со стороны режиссерской камеры гарантировано.

Кидман в наряде дешевой проститутки выглядит, по словам одного из персонажей, как «сексуально озабоченная Барби», и не столько играет, сколько хлопает густо накрашенными ресницами; Кьюсак в роли злодея-голодранца смотрится на редкость неорганично; персонаж МакКонахи, который должен больше всего трогать зрителя, вызывает всего лишь жалкое впечатление.

Джастин Чанг



«ХРАНИТЕЛИ СНОВ»

(RISE OF THE GUARDIANS)
США, 2012

РЕЖИССЕР: П И Т Е Р Р Э М С И

РОЛИ ОЗВУЧИВАЛИ: ДЖУД ЛО, КРИС ПАЙН, АЛЕК БОЛДУИН, ХЬЮ ДЖЕКМАН, АЙЛА ФИШЕР

Армия хихикающих зубных фей под предводительством Санта-Клауса и Пасхального Кролика борется за сердца зрителей. Они настырно упрашивают взрослых поверить в магию, отбросить скепсис и заново окунуться в детство, хотя эта яркая но суетливая феерия может обескуражить даже малышей. Мультфильм не лишен очаровательных моментов, но в целом больше напоминает взрыв на фабрике игрушек, чем сеанс истинного волшебства.

Сценарий драматурга Дэвида Линдси-Эбейра (David Lindsay-Abaire) основан на книжной серии Уильяма Джойса (William Joyce) «Хранители детства» (а также на короткометражке самого Джойса под названием «Человек на Луне» («The Man in the Moon»). Сюжетная затравка, несомненно, хороша: тайное общество сверхъестественных существ, чья миссия – дарить подарки, становится на защиту детей от темных сил. Всем известные Хранители – это Санта (озвучен Алеком Болдуином/Alec Baldwin); Пасхальный Кролик (Хью Джеакман/Hugh Jackman), не скупящийся на разноцветные яйца; Зубная Фея (Айла Фишер/Isla Fisher) и ее миниатюрные помощницы, которые меняют выпавшие молочные зубы на монетки; плюс немой, но при этом весьма красноречивый Песочный человек, приносящий детям самые сладкие сны.

Но сны убаюканной ребятни грозят вот-вот обернуться нескончаемым кошмаром, ведь злобный Кромешник (Джуд Ло/Jude Law) (вроде Волан-де-Морта, только с волосами) задумал свергнуть Хранителей, подорвав детскую веру в их существование. По странному лунному предсказанию, участь спасителя выпадает духу мороза Джеку Фросту (Крис Пайн/Chris Pine), что немало огорчает Кролика: равнодушный, по понятным причинам, к весне, он сомневается, подойдет ли кандидатура холодного чужака для столь ответственного задания.

В прологе, изящно срежиссированном дебютантом Питером Рэмси (Peter Ramsey), мы возвращаемся на 300 лет назад, чтобы узнать, почему же Джек Фрост столь холоден и одинок. Озорной и задорный Джек в глубине души томится от экзистенциальной меланхолии: ему так хочется, чтобы дети, с которыми он играет в сугробах, заметили его, незримого. «Лучше сто раз увидеть и сто раз услышать» – под этим лозунгом «Хранители» устраивают звуковую и визуальную атаку на зрителя.

Восхититься тут, конечно, есть чем, особенно в 3D-формате: визуальным консультантом выступил сам Роджер Дикинс (Roger Deakins), да и влияние исполнительного продюсера Гильермо дель Торо (Guillermo del Toro) угадывается в каждом кадре. Повинуясь лихорадочной смене ракурсов, взгляд наш мечется между безделушками, населяющими рождественский склад, и пасхальными яйцами, что дружно маршируют по кроличьей норе. Каждая сцена щедро припорошена золотой пылью от Песочного человека, тщательно прорисована и вдобавок сдобрена раскатистыми оркестровками Александра Делпа (Alexandre Desplat).

Передышку от всей этой суматохи мы получаем лишь в редких элегических сценах, в которых Джек Фрост наедине с самим собой тщится разгадать тайны своего прошлого и предвидеть будущее. Бледный, угловатый блондин, он временами напоминает персонажа японских аниме, такого освежающе человеческого в сравнении с отчаянным шутовством и нелепыми акцентами его соратников.

Джастин Чанг



**ВСЯ ГИНЗА
В ТВОЁМ iPhone**

Весь мир Ginza Project
на экране твоего телефона



*скачать
здесь*

REVIEW

«ВЛЮБЛЕННЫЕ»

(BELLE DU SEIGNEUR)
ФРАНЦИЯ, ЛЮКСЕМБУРГ, ГЕРМАНИЯ, 2012

РЕЖИССЕР: ГЛЕНИО БОНДЕР

В РОЛЯХ: ДЖОНАТАН РИС-МАЙЕРС, НАТАЛЬЯ ВОДЯНОВА,
МАРИАННА ФЕЙТФУЛЛ, ЭД СТОППАРД, МАРИЯ БОННЕВИ

Режиссер фильма Гленио Бондер (Glenio Bonder), известный фэшн-фотограф, умер в ноябре 2011 года после продолжительной болезни. В связи с этим могло бы возникнуть ощущение, что «Влюбленные» явно задумывались – и в какой-то момент действительно кажется – как нерядвое высказывание.

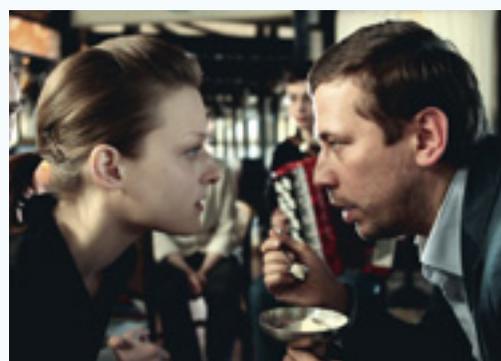
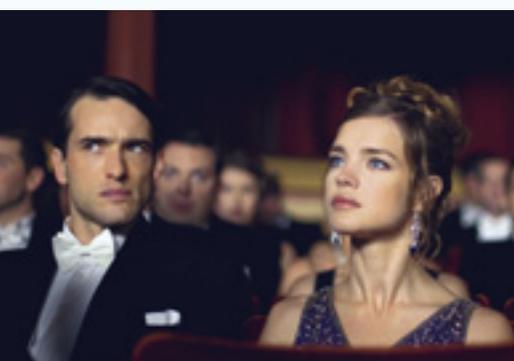
Взяв за основу важный французский роман Альбера Коэна (Albert Cohen) «Любовь властелина» (получивший в 1968-м награду Французской академии), Бондер берется за одну из самых драматичных страниц в истории Европы XX века. Женева, 1930-е, считанные годы до вступления нацизма в права. Солаль (Джонатан Рис-Майерс/Jonathan Rhys-Meyers) – красавец, интеллигент, мизантроп – не последнее лицо в Лиге Наций, от скуки и идиотов в костюмах дипломатов спасающийся шампанским и обществом красавиц-любовниц в шикарных апартаментах «Ритца». Еще одно его развлечение – игра мелким тщеславием своего подчиненного Адриена (Эд Стоппард/Edmund Stoppard), конторской крысы и начинающего писателя-неудачника, которому смокинг и бабочка так же не идут, как и нужные слова на ум. Вместо него образы для его дебютного романа о похождениях современного Казановы подсказывает сам Солаль. Конечно, не безвозмездно: взамен он забирает его жену Ариану (Наталья Водянова), женщину ангельской красоты.

Такая наглая игра с чужими судьбами однажды неизбежно ударит по его собственной. Расставшись со своей покровительницей и громко хлопнув дверью в Лиге Наций, Солаль и его новая муза отправляются на его историческую родину в Италию. Жизнь, казавшаяся сказочным сном, в одночасье оборачивается кошмаром в первые же дни Второй мировой.

В фильме Водянова, по сути, играет свою судьбу наоборот: вместо простой девушки из российской провинции – к мужу-лорду, а из аристократической семьи – в объятия взбалмошного эгоцентрика. Что удаётся Бондеру лучше всего – это портреты топ-модели в интерьерах. Огоньки в бриллиантах на ее шее играют так же убедительно, как ее обнаженное тело – в многочисленных откровенных постельных сценах. И все же дебютная роль Водяновой в кино не только про умение уверенно держаться в кадре. Недоумение, надрыв и даже слезы на ее лице смотрятся так же гармонично, как красная помада. Чего не всегда скажешь о Майерсе. Напыщенный, пресыщенный всеми земными благами, он если и похож на Казанову, то весьма потрепанного. Кажется, в кадре он старается не больше, чем его герой, добиваясь своей возлюбленной. Но то, что проходит на экране с неискушенной героиней Водяновой, совершенно необязательно случится в зале – с реальными зрителями (зрительницами).

В романе важную роль играет национальность Солалю, в фильме же его переживания за нелегкую долю еврейского народа скорее подразумеваются, чем ощущаются. Сценарий дает сбой, отчего буйство главного героя, несмотря на войну и некоторое стеснение в средствах, продолжающего жить довольно широко, гораздо легче объяснить его неуравновешенной психикой, а не сложной внешнеполитической ситуацией.

Никита Карцев, «Московский комсомолец»



«РАССКАЗЫ»

РОССИЯ, 2012

РЕЖИССЕР: МИХАИЛ СЕГАЛ

В РОЛЯХ: АНДРЕЙ МЕРЗЛИКИН, ИГОРЬ УГОЛЬНИКОВ, ТАМАРА МИРОНОВА,
КОНСТАНТИН ЮШКЕВИЧ, ДАРЬЯ НОСИК

«Мы хотим, чтобы было не как у всех и чтобы все знать заранее», – как мантру, повторяют потенциальные молодожены (Дарья Носик и Андрей Петров), заказывая опытному организатору свадеб (Андрей Мерзликин) свадебную церемонию. «В 15.43 гости осыпают вас пшеницей. Впрочем, в Европе сейчас в моде рис. Что будем – пшеницу или рис?» – и против «рис» ставится уверенная галочка. Еще одна маленькая часть жизни чернеет пунктом в органайзере жизни. Первая из четырех новелл фильма Михаила Сегала «Рассказы» – «Мир крепежа» – становится отправной точкой энергичного путешествия по закоулкам современной России.

Начинающий писатель приносит в издательство сборник рассказов, который с готовностью выбрасывают в мусорную корзину и который непостижимым образом вклинивается в жизнь сотрудников издательства. Сотрудники издательства отрывают свои туловища от офисных стульев и отправляются в путешествия по рассказам.

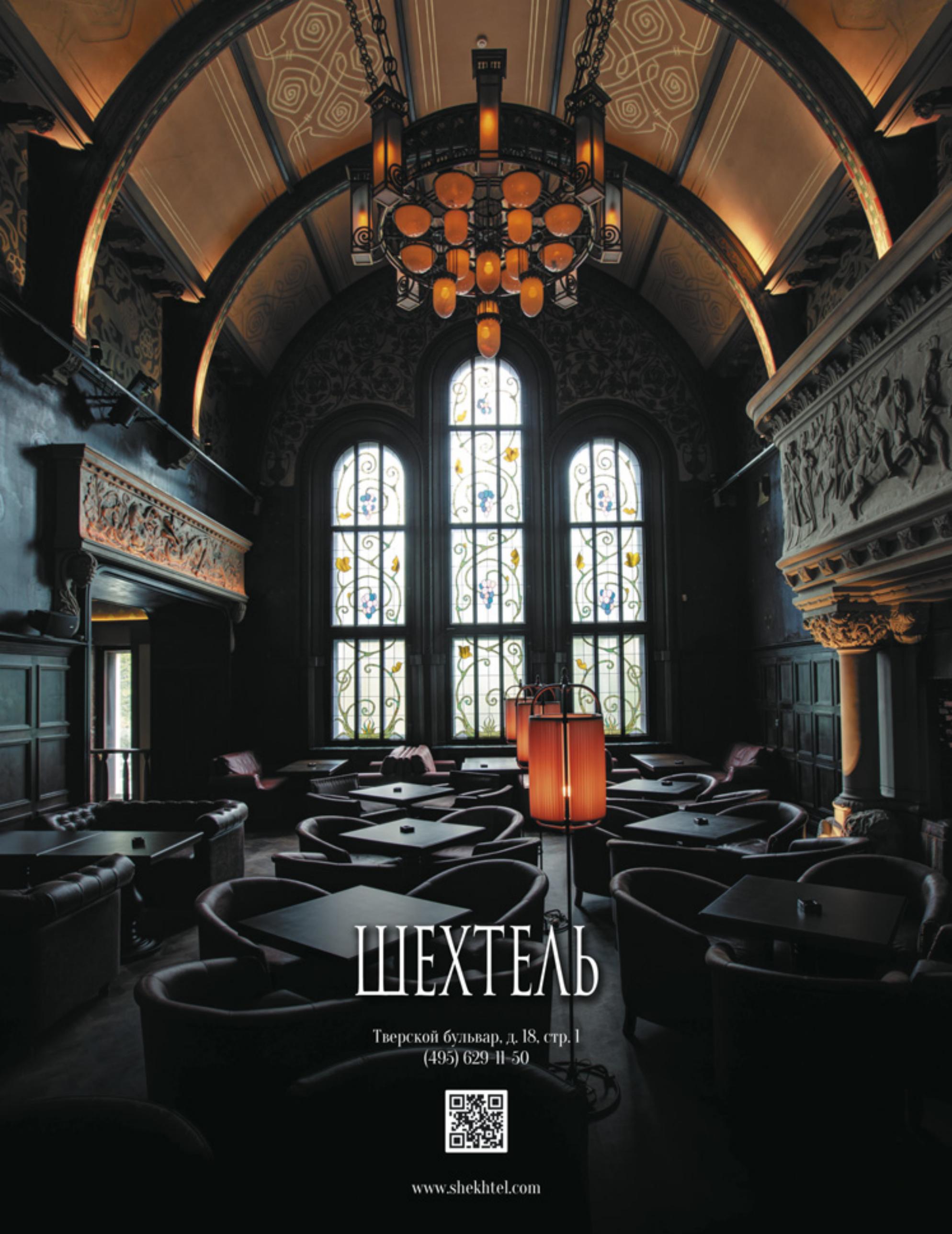
Первой путешественницей станет та самая прагматичная невеста из «Мира крепежа». А дальше будет здесь и круговорот денег, начавшийся опять же от одного из сотрудников издательства, продолжившийся в пункте техосмотра, перетекший дальше – в военкомат, дальше – в больницу, дальше – к губернатору (Сергей Фетисов), ну а от губернатора к Самому-Аж-Страшно-Сказать-Кому (Игорь Угольников). Будет библиотекаря-экстрасенса – хранительница последних сгустков энергии великой русской литературы и погибающая в тот самый момент, когда одна девочка подносит спичку к томику Пушкина. Будет влюбленная пара (Константин Юшкевич и Любовь Новикова), он – помятый холостяк-интеллектуал все из того же издательства, с вечной сигаретой в зубах, она – юная обаятельная красотка, уверенная, что Дзержинский – писатель, в Великой Отечественной погибло около трехсот тысяч человек, а акулы – это «млекопитающиеся».

Эти четыре новеллы, перебивающиеся появлением писателя-неудачника (в роли писателя – рэпер Владислав Лешкевич), поначалу не очень монтируются в зрительском воображении в единое целое. И только в самом конце фильма приходит разгадка обаяния этой картины. Четыре коротких смешных рассказа, притянувшись друг к другу, рожают печальное авторское высказывание. Соединившись вместе в единое произведение, новеллы дружно и неожиданно рисуют знак тупика.

Тупик – это уверенная в возможности расчертить собственную жизнь молодежь. Тупик – это свободно путешествующая по стране, не боясь быть схваченной, взятка. Тупик – это смерть одного из последних проводников в нашу жизнь пушкинской поэзии. Тупик, наконец, – это сосуществование в одной плоскости людей, читавших Достоевского, и людей, убежденных, что если бы в школе был не один, а хотя бы два урока по Великой Отечественной, то они бы знали цифру 20 миллионов. И фраза героя Юшкевича, в сердцах брошенная возлюбленной: «О чем с тобой трахаться?!» – на самом деле не только про секс. Она – про катастрофическую невозможность услышать друг друга. За нас говорит кто и что угодно – деньги, медиумы, тамады, схемы, – но не мы сами. Мы сами заняты очередным возведением очередной Вавилонской башни.

«Рассказы» могут стать отправной точкой для возвращения в российский кинематограф умного мейнстрима – думающего, не всегда веселого, способного расшевелить извилины, спрятанные не только под высокими лбами, но и под легкомысленными бейсболками.

Екатерина Барабаш, «Интерфакс»

The image shows the interior of a restaurant named 'Шехтель'. The room features a high, vaulted ceiling with intricate white patterns on a dark background. A large, ornate chandelier with multiple glowing orange lights hangs from the center. Three tall, arched windows with colorful stained glass designs (flowers and vines) are the focal point. The seating consists of dark leather armchairs arranged around small, dark square tables. A single floor lamp with a glowing orange shade stands in the foreground. The walls are dark with decorative elements, including a relief sculpture on the right side.

ШЕХТЕЛЬ

Тверской бульвар, д. 18, стр. 1
(495) 629-11-50



www.shekhtel.com

CINEMA AND THE STATE

A GROWING
INDUSTRY FACES
NEW LAWS

**RUSSIA'S FILM DISTRIBUTION MARKET CONTINUES TO GROW STEADILY
(UP 18% OVER THE PAST NINE MONTHS).
HOWEVER, IT IS NOT THE BOX OFFICE, BUT THE RELATIONS
BETWEEN FILM INDUSTRY AND THE STATE,
THAT ARE BEING MOST ACTIVELY DISCUSSED.**

Nikolay Larionov

NEW LAWS AND PROPOSALS

This May Vladimir Putin announced his new cabinet. Minister of Culture Alexander Avdeev was replaced by Vladimir Medinsky, whom Prime Minister Dmitry Medvedev described in an interview as «a person of great potential and, more importantly, energetic». Indeed, Mr Medinsky has set to work energetically. Ivan Demidov was placed in charge of the film industry and promptly made the controversial decision to ban the release of the Serbian film «Clip» about a relationship between teenagers.

At the same time the Ministry of Culture proposed separate legislation to combat Internet piracy, intervened in the debate over the future of «Lenfilm» (as a result Fedor Bondarchuk and Eduard Pichugin will be responsible for the

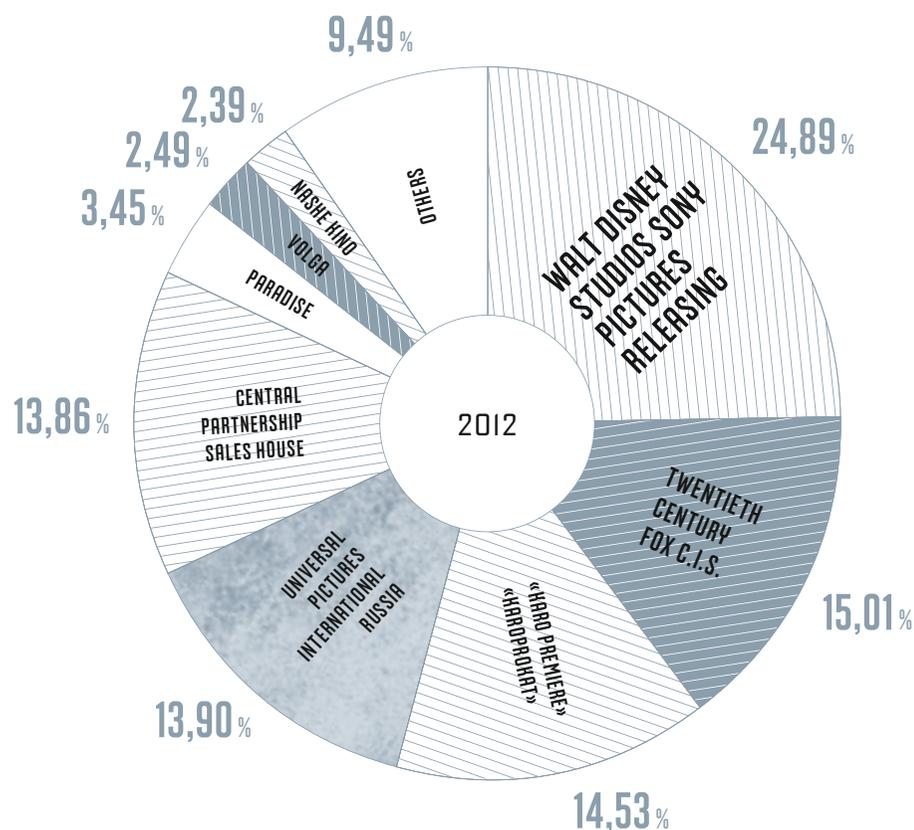
modernization of the famous studios) and began to take a concerned interest in the small share of domestic films at the Russian box office. Among the proposed solutions was a quota system to reduce the number of international cinematic rivals, or to scrap VAT on movie tickets. Those two proposals upset most representatives of the film industry.

While the government is still debating the quota and VAT proposals, a new federal law «On the Protection of Children from Information Harmful to their Health and Development» came into force on 1 September. From now on, age limits for films must be displayed in all promotional material as well as on cinema tickets and screens before each show. The new law applies not only to film distribution but also to television, radio, mass media and outdoor advertising.

There have been some positive moves by the state to help promote Russian cinema on the international market. In June, for example, ROSKINO organized the DOORS film market at the Moscow International Film Festival. Apart from numerous presentations by the speakers, there were discussions, during which representatives of the western film industry talked about opportunities for co-production with Russian studios.

The state is paying more and more attention to the film industry. However, despite some prophets of doom, the situation facing movie distribution in general and Russian cinema in particular is nothing like as bleak as some have claimed. Many of the biggest criticisms come from directors who were popular in Soviet times but are no longer in demand.

THE MOST SUCCESSFUL RUSSIAN DISTRIBUTORS (SHARE FROM THE GROSS BOX OFFICE)



RUSSIA'S BOOMING BOX-OFFICE

Ten years ago the annual box office takings of Russia and CIS countries (excluding Ukraine) accounted for just \$112 million. Now this amount has grown more than tenfold. For the past two years (2012 will not be an exception either) Russian film distribution cleared the \$1 billion box office barrier. Russia has overtaken Spain and Italy and is fast approaching Germany in the ranking of European markets. It is possible that by the end of 2012 Russia will become the 7th box office in the world after the US, Japan, China, India, Great Britain and France.

In the first nine months of 2012 box office revenue in the national currency was up 18%, US dollar revenues and ticket sales climbed 10%. Although Hollywood films have strengthened their positions considerably (mostly due to the popular 3D format), local cinema has also recorded a modest rise in audience share from 13% to 14%. On absolute indices, growth is more robust – up 18% based on ticket sales. Moreover, these are interim results which do not include the traditionally strong fall releases and the run-up to New Year's Eve, traditionally a peak period for Russian releases.

In September 2012 two domestic projects – the historical drama «The Horde» (with \$2,8 million box office) and the romantic comedy «A Man with a Guarantee» (\$4 million box office) – competed strongly with foreign features. As a result the share of Russian movies at the end of September climbed to 15%. And in October another Russian film has come to the fore: the screen adaptation of Sergey Minaev's novel «Soulless» topped the box office for two weeks in a row, grossing \$10 million during that period to become the highest grossing Russian project of the year. The Russian division of Universal Pictures International distributed this movie. A comedy «Love with an Accent» grossed more than \$1 million in its first weekend. November sees the scheduled releases of several more likely hits: historical epic «1812: Lancers' Ballade», a crime action «Nightingale the Robber», the installment of popular series «Brigade: the Heir» and comedy adventure «The Jungle 3D». These projects could gross more than \$30 million and should considerably enhance the market share of Russian films by the end of the year. As 2013 arrives, there

are even expectations that Russian releases will dominate during the January holiday. Global smash «The Hobbit: an Unexpected Journey» will be accompanied by five important domestic projects at once (animation films «Three Heroes on Distant Shores» and «The Snow Queen 3D», comedies «Moms 2», «Gentlemen of Fortune» and «A Ticket to Vegas»), with hopes of a total return of more than \$70 million.

The most popular foreign projects continue to be science fiction films – «Total Recall» (box office – \$12,8 million), «Looper» (\$10 million), «Upside Down» (\$5,9 million) – as well as installments of famous franchises – «The Expendables 2» (\$17,9 million), «Resident Evil: Retribution» (\$16,8 million), «The Bourne Legacy» (\$7,3 million). Against this background «Ted» (\$16,9) was a surprising hit. It became the highest grossing Hollywood comedy in the history of Russian film distribution. Still, animation films remain the highest grossing projects of the year: «Ice Age: Continental Drift» and «Madagascar 3» have already earned \$49,7 and \$48,9 million respectively. Hollywood animation films always

do well in Russia; that is why there are high expectations for the upcoming animation releases: «Hotel Transylvania», «Wreck-It Ralph» and «Rise of the Guardians».

The film screening market tries not to lag behind the film distribution market: new movie theaters are opening in line with growing audiences. According to Nevafilm, by the end of the year there will be 3000 screens in 1030 movie theaters in Russia. Moreover, 63% of the halls will be digital. Replacing film projectors with digital ones is extremely important for Russian movie theaters as the past year has seen more and more projects released in digital-only formats. Some distributors (for example, «West», responsible for «Step Up Revolution», «The Possession», «The Cabin in the Woods» and that is in charge of distributing the «Twilight» franchise) have stopped printing their releases on film stock completely. In these circumstances it is hard to see any future for non-digital cinemas in the film screening market. 🌀

HIGHEST FACTORS (CORRELATION BETWEEN GROSS BOX OFFICE AND OPENING BOX OFFICE) IN 2012 FOR FILMS RELEASED IN MORE THAN 200 COPIES

6,40	THE ARTIST	VOLGA
6,02	THE INTOUCHABLES	KASKAD FILM
4,28	THE LORAX	UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL RUSSIA
3,79	ZAMBEZIA	BAZELEVS DISTRIBUTION
3,71	MATCH	CENTRAL PARTNERSHIP SALES HOUSE
3,71	TO ROME WITH LOVE	CENTRAL PARTNERSHIP SALES HOUSE
3,40	NANNIES	KAROPROKAT
3,19	THE PIRATES! BAND OF MISFITS	WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING
3,17	THE WHITE TIGER	KAROPROKAT
3,17	A FEW BEST MEN	NASHE KIND
3,14	MADAGASCAR 3: EUROPE'S MOST WANTED	CENTRAL PARTNERSHIP SALES HOUSE
3,12	THE LION KING 3D	WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING
3,07	THE GIRL WITH THE DRAGON TATTOO	WALT DISNEY STUDIOS SONY PICTURES RELEASING
3,04	HOUBA! ON THE TRAIL OF THE MARSUPILAMI	VOLGA
3,03	STEP UP REVOLUTION	WEST

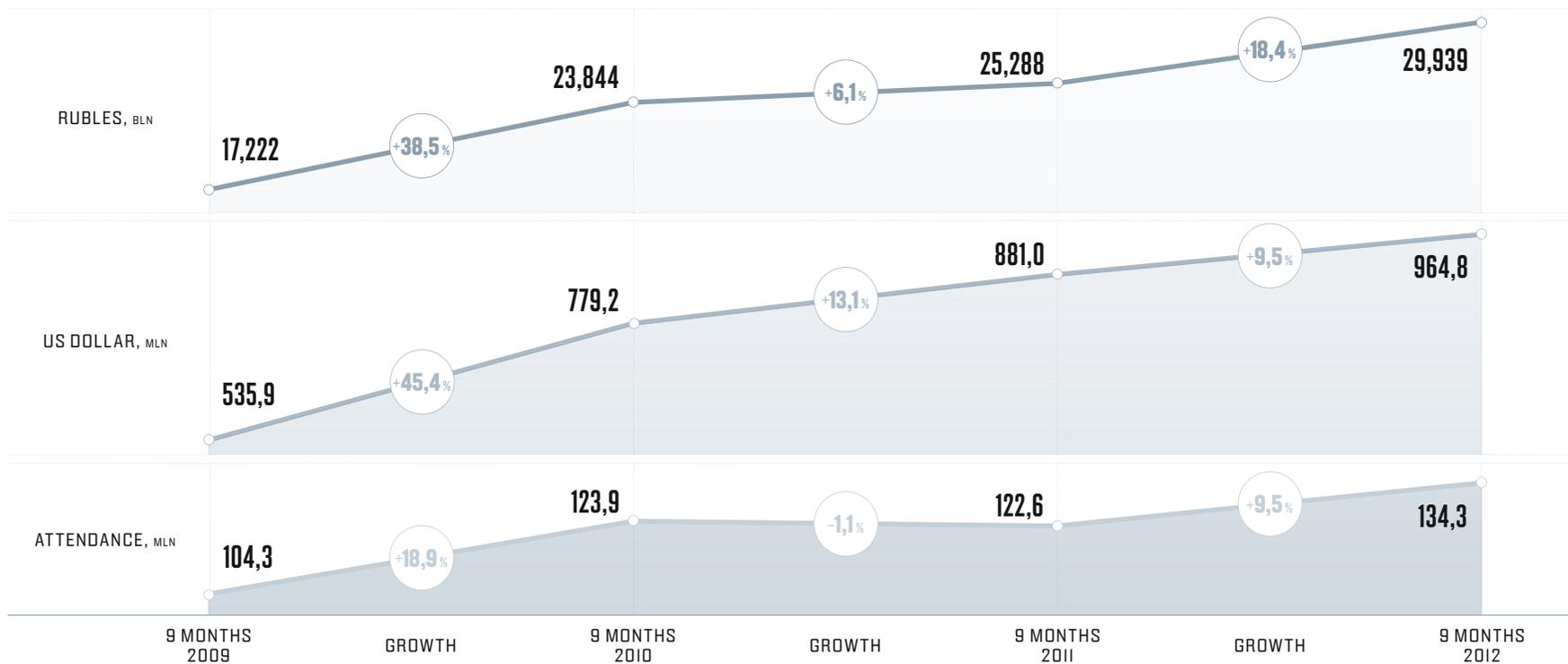
FACTOR

MOVIE

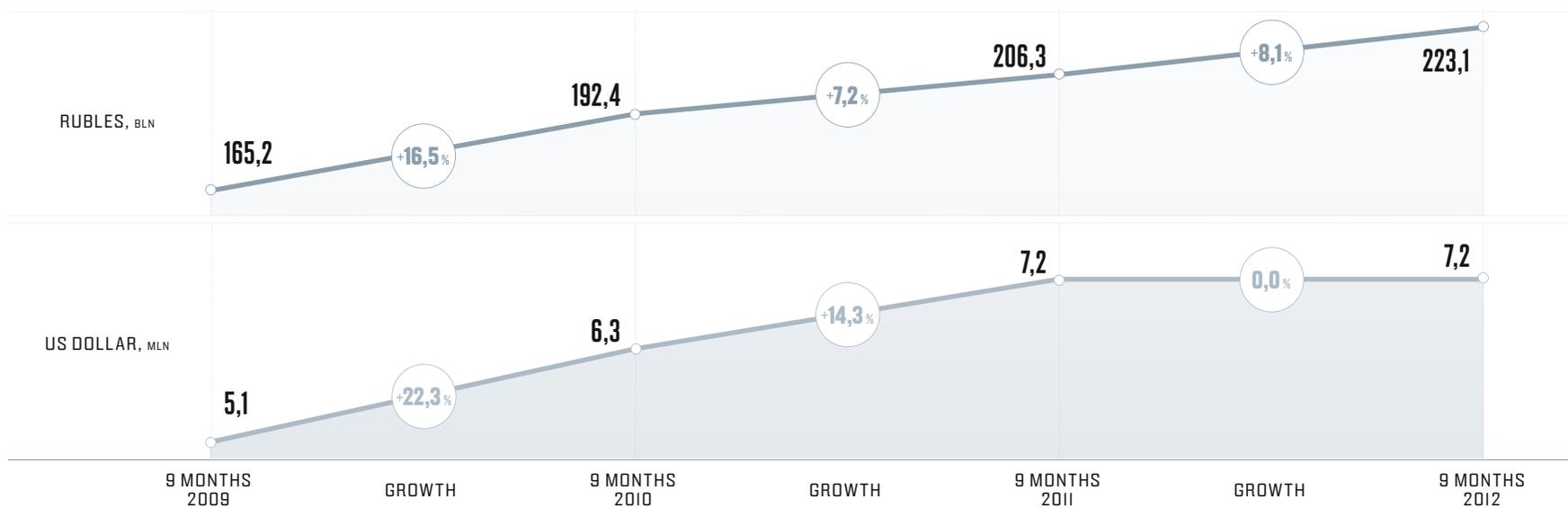
DISTRIBUTOR



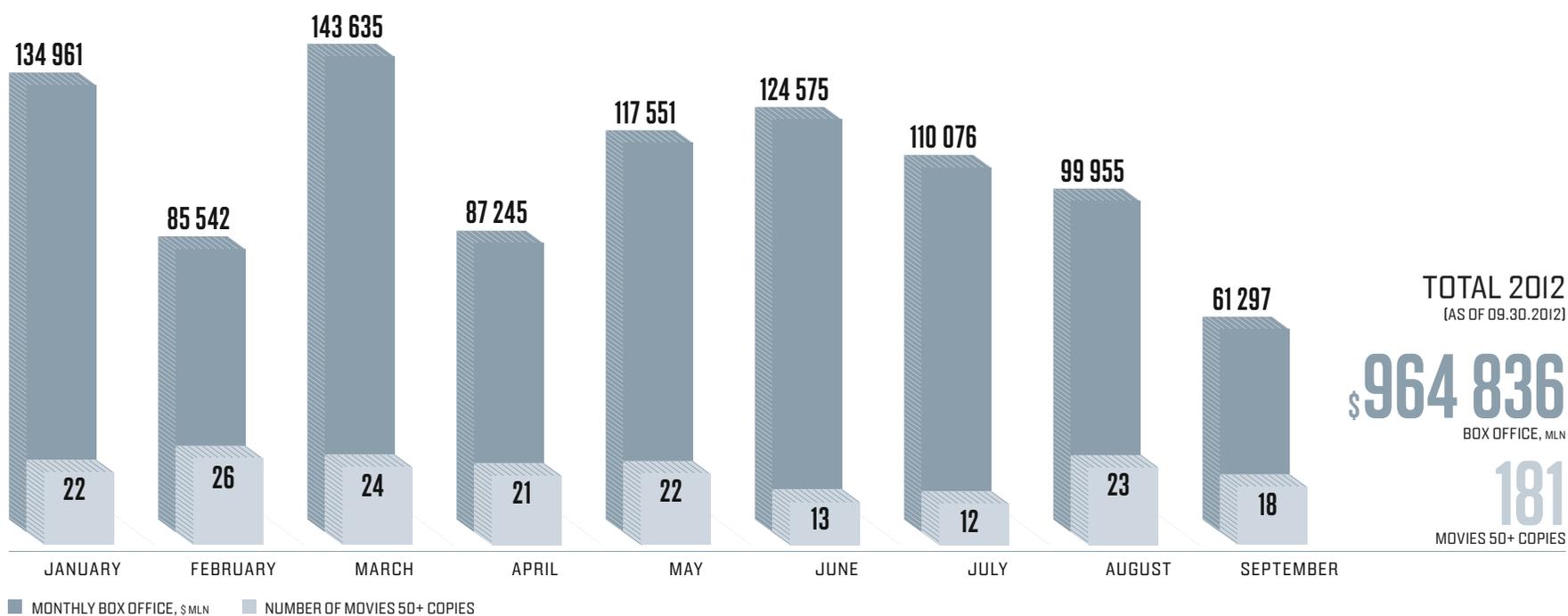
RESULTS OF THE FIRST 9 MONTHS OF 2012 (BOX OFFICE IN RUBLES, BOX OFFICE IN US DOLLAR, ATTENDANCE)

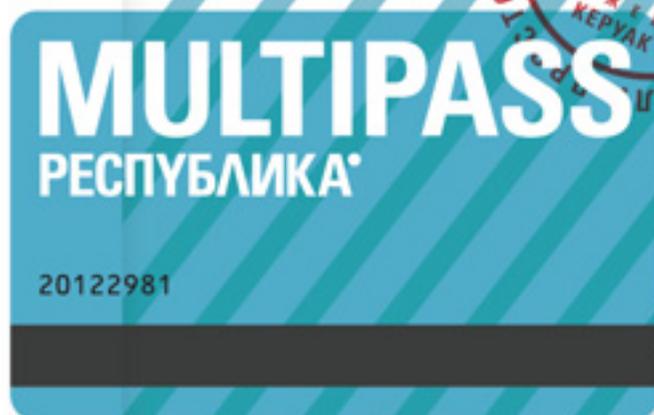


AVERAGE TICKET PRICES IN RUSSIA



MONTH-BY-MONTH BOX OFFICE FIGURES FOR 2012





**ТРЕБУЙТЕ
ПАСПОРТ ГРАЖДАНИНА
РЕСПУБЛИКИ
И ГОЛУБУЮ КАРТУ
РЕСПУБЛИКА MULTIPASS
ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ
РЕСПУБЛИКА**



RESPUBLICA.RU

КАРТА РЕСПУБЛИКА MULTIPASS ПРЕДОСТАВЛЯЕТ СКИДКУ 10%
ВО ВСЕХ МАГАЗИНАХ СЕТИ РЕСПУБЛИКА НА ВСЕ КАТЕГОРИИ
ТОВАРОВ, КРОМЕ ОТДЕЛЬНО ОГОВОРЕННЫХ ПОЗИЦИЙ.
ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ КАРТЫ НЕОБХОДИМО СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ
НА СУММУ ОТ 2000 РУБЛЕЙ ИЛИ ОБМЕНИТЬ ЛЮБУЮ
РЕСПУБЛИКАНСКУЮ КАРТУ СТАРОГО ОБРАЗЦА.
РЕКЛАМА. МУЛЬТИПАСС.

РЕСПУБЛИКА
КНИГИ МУЗЫКА ПЕРСПЕКТИВА

VARIETY RUSSIA CONGRATULATIONS

VARIETY ПОЗДРАВЛЯЕТ ДРУЗЕЙ С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ

Н О Я Б Р Ь

1	ИВАН ТАВРИН , ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТОВ ДИРЕКТОРОВ МЕДИАХОЛДИНГА «НУТВ» И «КОММЕРСАНТЪ ХОЛДИНГ», ГЕНДИРЕКТОР КОМПАНИИ «МЕГАФОН»
2	АРМЕН ДИШДИШЯН , ПРОДЮСЕР, КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР ООО «ЦЕНТРАЛ ПАРТНЕРШИП»
5	КИРА МУРАТОВА , РЕЖИССЕР, СЦЕНАРИСТ КСЕНИЯ СОБЧАК , ТЕЛЕВЕДУЩАЯ, ЖУРНАЛИСТ
6	ДМИТРИЙ ЛИТВИНОВ , ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ КОМПАНИЙ PLANETA INFORM, ИЗДАТЕЛЬ VARIETY RUSSIA, «БЮЛЛЕТЕНЬ КИНОПРОНАТЧИНА»
7	ОКСАНА ФАНДЕРА , АКТРИСА
8	ОЛЕГ МЕНЬШИКОВ , АКТЕР, РЕЖИССЕР, ПРОДЮСЕР
9	СЕРГЕЙ ГРИБКОВ , ПРОДЮСЕР
10	МИХАИЛ ЕФРЕМОВ , АКТЕР ТИНА КАНДЕЛАКИ , ТЕЛЕВЕДУЩАЯ, ПРОДЮСЕР МАКСИМ СУХАНОВ , АКТЕР, ПРОДЮСЕР ВИКТОР СУХОРУКОВ , АКТЕР
12	ЮРИЙ КАРА , РЕЖИССЕР, ПРОДЮСЕР НАТАЛЬЯ НЕГОДА , АКТРИСА
14	МАРИЯ КОЖЕВНИКОВА , АКТРИСА ОЛЬГА КУРИЛЕНКО , АКТРИСА
16	ВЛАДИМИР ИЛЬИН , АКТЕР
18	ЗЛДАР РЯЗАНОВ , РЕЖИССЕР, СЦЕНАРИСТ
22	АЛЕКСАНДР ЯКОПОВ , ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «АМЕДИА» ПАВЕЛ КОСТОМАРОВ , ОПЕРАТОР, РЕЖИССЕР
24	АЛЕКСАНДР МАСЛЯКОВ , ТЕЛЕВЕДУЩИЙ, ПРЕЗИДЕНТ МЕЖДУНАРОДНОГО СОЮЗА КВН И ТЕЛЕВИЗИОННОГО ТВОРЧЕСКОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ «АМИН»
26	ЛАРИСА КРЫМОВА , РУКОВОДИТЕЛЬ ДИРЕКЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ПЕРВОГО КАНАЛА
27	ЕКАТЕРИНА АНДРЕЕВА , ВЕДУЩАЯ ПРОГРАММЫ «ВРЕМЯ» НА ПЕРВОМ КАНАЛЕ ВЛАДИМИР МАШКОВ , АКТЕР
29	ЕВГЕНИЙ МИРОНОВ , АКТЕР
30	АЛЕКСЕЙ ТРОЦЮК , ГЕНПРОДЮСЕР, ЧЛЕН СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ YELLOW, BLACK AND WHITE АНДРЕЙ ХРЖАНОВСКИЙ , РЕЖИССЕР, СЦЕНАРИСТ

BOLSHOI

by Novikov



УЛ. ПЕТРОВКА, Д. 3/6, СТР. 2 +7 (495) 789-86-52
www.novikovgroup.ru

реклама

МОЛОД, СВОБОДЕН, УВЕРЕН В СЕБЕ. ВОТ УЖЕ 110 ЛЕТ*.



Во всех салонах
новая линейка мотоциклов 2013 года.

Москва Harley-Davidson

Ул. Красная Пресня, 8. Тел. (495) 933 30 30

Ленинский проспект, 111, комплекс Well House. Тел. (495) 933 73 57

Барвиха Luxury Village, 8-й км Рублево-Успенского шоссе. Тел. (495) 225 88 72

www.h-dmoscow.ru

Авторизованный сервисный центр Harley-Davidson

1-й км Рублево-Успенского шоссе. Тел. (495) 933 31 23

Краснодар Harley-Davidson

Ул. Дзержинского, 80/1. Тел. (861) 258 52 20 www.h-dkrasnodar.ru



*С 1903 года. В 2012 году Harley-Davidson представляет линейку мотоциклов 2013 года и ограниченную серию коллекционных мотоциклов.