

# БИЗНЕС НА СКОРОСТИ 24 КАДРА В СЕКУНДУ

В Киеве прошла вторая Международная конференция «Кинобизнес в Украине: особенности, перспективы, возможности».

Текст: Владислав Брицкий

**П**рофильные мероприятия, на которых специалисты кинобизнеса обсуждают текущее состояние дел и делятся цеховыми проблемами, наконец-то стали полноценной — а иногда и основной — частью украинского кинопроцесса. Необходимость этих специализированных форумов, семинаров, круглых столов не обсуждается — профессионалы знают цену информации.

На второй конференции «Кинобизнес в Украине: особенности, перспективы, возможности» (организатор — украинская консалтинговая компания «Медиа Ресурсы Менеджмент») информацией делились, в основном, докладчики из России. Удивляться этому не приходится — культурное и, в меньшей степени, языковое пространство России и Украины остаются общими. Примерно одинаковыми темпами развиваются и наши кинорынки — при очевидной разнице в масштабах. Особенно наглядной в этом отношении стала статистика кассовых сборов, представленная Оксаной Татаринцевой, управляющим директором информационного агентства «Метрополитэн Э.Р.А.». Так, в 2008 году (по нормам рынка отчетным является период с нача-

ла декабря по конец ноября, так как в декабре стартуют крупные предновогодние и новогодние фильмы) в российский прокат вышло 348 картин, которые собрали \$809,3 млн. В Украине, соответственно, 154 картины и \$70,5 млн кассовых сборов. По итогам 2008 года валовые сборы украинского проката составили лишь 8,7% от российского, и за первое полугодие 2009 года эта пропорция практически не изменилась. Впрочем, на это правило нашлись два исключения. Романтическая комедия «Любовь в большом городе» собрала в Украине 26,5% от российских сборов, тогда как хитовый в России мюзикл «Стиляги», наоборот, показал здесь более чем скромный результат — 2% от сборов. Не всем становится легко на сердце от веселой песни.

Сравнение украинских сборов за начало 2008 и 2009 года позволило с уверенностью говорить только об одном — о четырехпроцентном увеличении числа зрителей. С кассовыми сборами сложнее. В гривневом эквиваленте они выросли на 25%, в долларовом — упали на 18,3%. Вдобавок Олег Малышевский, главный исполнительный директор киноконцерна «Ялта-Фильм»,

привел данные по средней цене билета в украинских кинотеатрах: 22,4 грн в прошлом году и 27 грн в нынешнем году. Эти цифры позволяют несколько иначе взглянуть на победные реляции одного из украинских дистрибьюторов-мэйджоров, рапортующего об исключительно положительной динамике украинского бокс-офиса. Между тем, по оценкам Олега Малышевского билеты в Украине будут дорожать и дальше и дойдут, в среднем, до 33,6 грн.

Статистике, которая знает все, известно и количество кинотеатров в Украине — 142 (по информации компании «Кинопрокат — Украина»), из них 67 с количеством залов больше одного и 75 архаичных однозальных. Всего же у нас 306 рабочих экранов, хотя тот же Олег Малышевский озвучил собственные данные — 250 залов, где «можно нормально показывать кино». В России порядка 1800 экранов, причем только в прошлом году там открылось новых залов больше, чем есть сейчас во всей Украине — 350. С количеством залов и, в особенности, с их дислокацией было связано одно из выступлений генерального продюсера группы компаний «Леополитс» Льва Николау. Он

замечает, что в отношении России и Украины несправедливо относить все население страны к «потенциальным зрителям», поскольку слишком многие живут в сельской местности, где попросту нет кинотеатров. В то же время количество кинотеатров в крупных городах России составляет, в среднем, 27 экранов на миллион населения, и по этому показателю Россия «не хуже Венгрии и почти как Голландия». Переходя от вопроса доступности кинотеатров к кассовым сборам, Лев Николау сделал вывод, что среди стран Европы Россия показывает выручку не хуже, чем Германия, Испания и Италия, и с точки зрения Голливуда является очень важным и, главное, перспективным рынком. Это не может не радовать прокатчиков, но создает сложности для местного кинопроизводства. Потому что за свою долю российского рынка приходят биться фильмы американских студий-мэйджоров с бюджетами не меньше \$50 млн.

Переход от сухой статистики к поэзии слов начался с ключевого для кинобизнеса заявления Сергея Члиянца, в прошлом независимого продюсера, а сейчас директора департамента кино и кинодистрибуции компании Russian World Studios. Сергей Члиянец заявил, что в определенный момент понял: «кино надо не снимать — кино надо показывать». При этом время безудержных трат государственных средств прошло, инвесторы заинтересованы в возврате денег, отрасль в России, по словам Члиянца, убыточна: «Совокупный расход ресурсов людей на производство, продвижение, рекламу фильмов в 2,5 раза больше совокупного дохода этих людей». Своими словами Сергея Члиянца поддержал Лев Николау, сказав, что его компания «Леополис» не делает кино — она делает продукты. Стоит признать, что первые два «продукта» Льва Николау, фильмы «Любовь в большом городе» и «Гитлер, капут!», не прошли

# НОВОСТИ КРАИНЕ

ОСОБЕННОСТИ  
ПЕРСПЕКТИВЫ  
ВОЗМОЖНОСТИ



незамеченными, и к его игривым советам, видимо, стоит прислушаться тем, кто собирается снимать коммерческие, продаваемые фильмы: «Главное — это понимание, для кого же мы снимаем кино. 90% ошибок происходит на этом этапе — люди просто не знают, для кого и зачем они все это делают. Мы, когда начинаем проект, спрашиваем себя — а что девочки скажут?» Оживило атмосферу собрания и мнение экс-генерального директора студии им. Довженко, ныне генерального продюсера компании «ПРО-ТВ», Виктора Приходько по поводу того, что сегодня практически отпала надобность в больших киностудиях, поскольку все необ-

ходимое — от аппаратуры до декораций — можно взять в аренду. Подытожило же конференцию напористое и энергичное выступление Олега Малышевского, из которого следовало, что если снять фильм за \$1,2 млн, то в текущих условиях украинского производства и кинопроката вполне реально «выйти в ноль». Правда, эти расчеты базировались на одном существенном моменте: кассовые сборы фильма должны составить около \$3 млн. И если тратить деньги всегда очень легко, то возвращать их бывает довольно трудно. Возможно, возврат денег из кинопроката станет одной из тем следующей конференции «Кинобизнес в Украине».

