

# Media Business Reports

Обзор новостей украинского и  
международного медиа бизнеса

ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент»



№21 (21)  
23-29 октября, 2006

## МЕДИА факты в ЦИФРАХ

Реклама в Интернете приобретает все большую популярность

*Распределение затрат на рекламу в Интернете  
по отношению к общим затратам во всех медиа, млрд. USD (в США)*

	Интернет	Все медиа	% Интернет-рекламы в общей сумме по всем медиа
2000	8,1	247,5	3,3 %
2001	7,1	231,3	3,1 %
2002	6,0	236,6	2,5 %
2003	7,3	245,5	3,0 %
2004	9,6	263,8	3,6 %
2005	12,5	271,1	4,6 %
2006	15,9	281,0	5,7 %
2007	18,3	285,0	6,4 %
2008	21,5	293,5	7,3 %
2009	23,6	288,0	8,2 %
2010	25,2	284,0	8,9 %

По данным Ассоциации Motion Picture Association of America (MPAA), голливудские киностудии также активно используют он-лайн ресурсы для рекламы своей продукции

*Распределение затрат голливудских студий на Интернет-рекламу, млн. USD*

	Затраты на Интернет-рекламу	% изменений по сравнению с предыдущим годом	% Интернет-рекламы студий в общей сумме по всем медиа
2006	225,52	41 %	3 %
2007	298,16	32 %	5 %
2008	371,31	25 %	6 %
2009	450,07	21 %	7 %
2010	525,93	17 %	8 %

## Событие Недели

Телеканал «Интер», по нашим подсчетам, вот уже в четвертый раз организовал мероприятие, приуроченное к празднованию своего юбилея. Напомним, первый раз канал праздновал на Майдане Незалежности еще в сентябре, второй – в Каннах во время MIPCOM, в третий раз состоялся «внутренний» праздник для сотрудников. Как пошутил Валерий Хорошковский: «Празднование 10-тилетия телеканала Интер растянулось на 10 лет»... Но, с другой стороны, почему не продлить приятные моменты. Поэтому в прошлую пятницу состоялась еще и VIP-вечеринка, куда были приглашены самые влиятельные люди страны, послы разных стран, лидеры индустрии и, конечно же, самые значимые партнеры канала.

Для этих целей был специально оборудован зал Украинского Дома, декорирован в красно-белых корпоративных цветах, заказан безупречный катеринг, играл живой оркестр, на многочисленных плазменных экранах «крутились» ролики с нарезками интервю-программ. Гостей развлекали как местные артисты (например, Олег Скрипка), так и специально приглашенная звезда мирового масштаба – Эмма ШАПЛИН. В перерывах между выступлениями ведущие «Интера» вручали специальные награды от телеканала: например, отметили Первый Канал в «номинации» «Российский Партнер» и компании Warner Brothers, Endemol, Universal и Discovery как «Зарубежных партнеров» (представители всех этих компаний специально прилетели в Киев на праздник). Со стороны российских партнеров также присутствовали канал «Россия», «Централ Партнершип», «Интра Комьюникейшнс», «Феникс Фильм» и другие. Из местных игроков медиа рынка праздник посетили Александр Богуцкий (ICTV), Юрий Морозов («Студия 1+1»), Ирина Лысенко («Новый Канал»), Сергей Назаров («СТБ»), Андрей Лобов («ЮЭй Медиа»), Ольга Росманова («GfK USM»), Катерина Котенко («ИТК») и многие другие.

Из числа политической элиты мероприятие посетили Александр Мороз, Николай Азаров, Арсений Яценюк и мэр Киева – Леонид Черновецкий.

Интересно отметить, что не только «Интер» устраивал праздники в честь своего юбилея. Так, в четверг, т.н. «старая команда» канала собралась вместе, дабы тоже отметить день рождения «Интера», в создание и работу которого каждый из присутствовавших внес свою лепту. В непринужденной обстановке в одном из киевских ресторанов на Подоле под мелодичное пение Гайтаны собрались почти все, кто когда-то создавал лидера украинского телевидения (или же просто там работал), а теперь занят в самых разнообразных компаниях, но все в той же медиа индустрии: «Стар Медиа», «НТН», «Студия 1+1», «М-1», «Медиа Ресурсы Менеджмент», «СТБ», «К-1» и многих других.

Прежнее Правление НТКУ УНТК присутствовало в полном составе: Влад Ряшин (ныне продакшн компания «Стар Медиа»), Сергей Созановский (АК «Коннов и Созановский»), Михаил Евченко, Алексей Мустафин («СТБ») и Олег Павленко («Интер Реклама», он же единственный, из перечисленных, действующий член Правления «Интера»).

Мало кто помнит, что и Юрий Морозов (ныне генеральный директор телеканала «Студия 1+1»), и Валентин Коваль (генеральный директор «М-1») тоже в свое время стояли у истоков создания канала и работали на «Интер» и «Мелораме» соответственно. Прежний финансовый отдел был представлен Лидией Пархоменко (ныне «НТН»), коммерческий - Сергеем Котенко (также ныне «НТН»), аналитический – Аэлитой Шакала («НТН»), отдел закупок – Ириной Костюк («МРМ»), спортивная редакция – Александрой Москалюк («Стар Медиа»), сразу двумя прежними руководителями был представлен ИАС – Анной Безлюдной (ген. продюсер «К-1») и Алексеем Мустафиным («СТБ»), музыкальная редакция – Ольгой Менской (прибывшей из США), «Подробности» - Александром Мельничуком, руководство «Мелорамы» – Алексеем Гончаренко (ныне «Стар Медиа»), «отдел погоды» - Русланой Пысанкой, компания «Фильм Ю.Эй» – Юрием Минзяновым («Стар Медиа»), наблюдательный совет УНТК – Сергеем Конновым (АК «Коннов и Созановский»), исполнительный продюсер – Сергеем Амеличевым («Стар Медиа») и т.д. Присутствовали и нынешние сотрудники Интера, которые остаются верными каналу. Это - представители юридического и общего отделов, программной дирекции, студии развлекательно-познавательных программ, ведущие Алексей Дивеев-Церковный и Светлана Леонтьева и исполнительный продюсер Егор Бенкендорф. Старую команду пришлось повидать и нынешнее руководство Интера: Сергей Старицкий и Леонид Мазор.

Также на празднике присутствовали самые близкие друзья и давние партнеры канала, например, Алесей Серков («Стиль-С»), Олег Степаненко (IntWestDistribution), Анатолий Сальник («Торсат») и некоторые другие.

Отличительной чертой мероприятия стала исключительно теплая и дружественная обстановка и полное отсутствие официоза, поскольку встретились не только сотрудники и партнеры, но и в первую очередь хорошие друзья, по счастью связанные одним большим делом.

---

---

## **Новости Медиа Компаний**

---

---

### **Компания «Медиа Ресурсы Менеджмент» стала информационным партнером Второго кинорынка «Молодость»**

Кинорынок проходил в рамках более резонансного и «массового» мероприятия – кинофестиваля «Молодость». Поскольку о самом кинофестивале и картинах, представленных на нем, говорилось очень много, в нашем материале мы постарались более подробно остановиться на работе именно кинорынка. Полный отчет о работе форума читайте в разделе *Тема номера на ст. 8*.

### **Мердок намерен не допустить увеличения доли Мелоуна в News Corp**

Акционеры медиа холдинга **News Corporation** большинством голосов приняли решение о продлении действия стратегии «poison pill» (poison pill – стратегия, предусматривающая различные вариации действий акционеров и правления компании, направленных на предотвращение приобретения ее акций другой компанией). Тем самым News Corp. намеревается заблокировать попытки компании Джона Мелоуна **Liberty Media** увеличить свою долю в News Corp.

Руперт Мердок, председатель правления и генеральный директор News Corp., предложил применить эту стратегию еще в 2004 году, когда Мелоуну удалось приобрести 19% в News Corp. Теперь увеличение доли Мелоуна должно быть вначале одобрено советом директоров News Corp. Однако, продление действия стратегии «poison pill» до октября 2008 года в первую очередь направлено на защиту интересов семьи Мердока, которой принадлежат 30% акций News Corp.

Напомним, что сейчас медиа корпорации Мердока и Мелоуна обсуждают возможность обмена: Мелоун уступает News Corp. свою долю в DIRECTV (одна из двух компаний-лидеров на американском рынке спутникового ТВ) в обмен на увеличение доли Liberty Media в компании Мердока.

По результатам 2005 года, News Corp. входит в пятерку наиболее крупных и успешных медиа компаний мира. Чистый доход корпорации от медийного бизнеса в прошлом году составил почти \$13млрд.

### **ProSiebenSat.1 снова выставлен на продажу**

В прессе снова появились сообщения о том, что **Хаим Сабан** намерен снова предпринять попытку продать контрольный пакет акций немецкого медиа холдинга **ProSiebenSat.1 Media**. Согласно сообщениям, банки **JP Morgan** и **Morgan Stanley** уже получили распоряжение заниматься продажей контрольного пакета акций ProSiebenSat.1.

Сабан и прочие инвесторы, которым совместно принадлежит решающая доля компании, в начале этого года предприняли попытку продать свои акции издательскому гиганту Axel Springer. Однако, этот шаг был заблокирован регулятивными органами.

А тем временем ProSiebenSat.1 усиливает свое присутствие в Интернет бизнесе. Так, компания выкупила 30% акций в компании Lokalisten, которое является оператором веб-сайта Lokalisten.de. Напомним, что в собственности теле вещательной компании с сентября 2006 года также имеется 30% акций онлайн-платформы любительского контента MyVideo. Веб-сайт lokalisten.de был создан в 2005 году специально для немецкоязычного

населения. Еще одним инвестором Lokalisten является венчурная инвестиционная компания European Founders Fund.

### **MTG объявила о рекордной прибыли**

Медиа корпорация **Modern Times Group** сообщила о рекордном увеличении своих доходов в третьем квартале текущего года на 24% (\$311 млн.). Более того, показатель чистой прибыли практически удвоился и достиг отметки в \$72 млн. Также, как мы уже сообщали ранее, в этом квартале компания расширила географию своего присутствия в странах Восточной Европы, купив телеканал **PRVA TV** в Словении. При этом, подразделение Viasat Broadcasting принесло MTG более четверти от общей суммы дохода.

Глава компании Ханс-Хольгер Альбрехт считает, что такие рекордные показатели деятельности компании были достигнуты благодаря применению стратегии интеграции и географической диверсификации бизнес-операций. В частности он отметил, что успех направления платного спутникового телевидения сбалансировал снижение поступлений от рекламы в результате снижения рейтингов эфирных каналов.

Напомним, что MTG является одной из наиболее активных международных медиа компаний, работая на рынках более чем 30 стран. Основные бизнес подразделения компании размещаются в Скандинавии, странах Балтии и России. Каналы семейства Viasat, которые производит и дистрибутирует MTG, имеют общую аудиторию более чем 60 млн. человек в 19 странах. Кроме этого, MTG активно занимается разработкой реалити форматов.

---

## **Новости Продакшн**

---

### **New Regency Pictures не будет снимать полнометражный «Даллас»**

Американскую компанию New Regency Pictures постигла ситуация, очень хорошо знакомая украинским кинематографистам: есть идея, а что с ней делать - не понятно. Так, кинокомпания планировала в ноябре нынешнего года начать съемки полнометражной версии популярного телесериала 70-х годов «Даллас», однако теперь реализация проекта откладывается на неопределенное время из-за проблем с актерами.

Изначально главная роль нефтяного магната Дж. Р. Юинга предназначалась Джону Траволте, роль его жены Сью Эллен - Дженнифер Лопез. В качестве Бобби Юинга рассматривается Люк Уилсон, в качестве мисс Элли - Ширли МакЛэйн. Так вышло, что Люк Уилсон и Ширли МакЛэйн от своих ролей роли отказались. Их примеру последовала и Дженнифер Лопез, после чего на ее место пригласили Мэг Райан, однако и с ней переговоры по поводу съемок внезапно прекратились.

Режиссер Гуриндер Чадха («Играй, как Бэкхем») пришла на замену Роберту Лукетичу («Если свекровь – монстр», «Блондинка в законе»), также вышедшему из проекта киноверсии.

Хотя «Даллас» и был очень популярен в США и за их пределами, тем не менее бренд этого телесериала уже позабылся и стал неизвестным новому поколению телезрителей.

Теперь кинокомпания предстоит значительно уменьшить бюджет фильма, который ранее заявлялся в размере \$65 млн. Также New Regency Pictures активно занимается поисками финансовых партнеров. Изначально одним из них должна была стать кинокомпания Twentieth Century Fox, однако в прошлом году она отказалась от финансового участия в создании картины.

Пока что в планах подборка нового актерского состава и начало съемок в январе 2007 года.

### **На польский рынок платного ТВ выходит новый игрок**

Польская медиа корпорация **International Trading and Investments Holdings** (ITI Holdings) планирует запустить собственную DTH-платформу, которая, по планам ITI Holdings, должна в течение нескольких лет стать крупнейшим провайдером услуг платного ТВ в Польше. Холдинг, которому принадлежит популярный коммерческий телеканал **TVN**, станет первым оператором в стране, который предложит рынку услуги телевидения высокого разрешения и DVR. Платформа будет параллельно использовать для дистрибуции своего контента каналы DTH и IPTV. Услуги HDTV и DVR уже доступны подписчикам платформы **ITI Neovision**, которая в октябре запустила свою третью спутниковую платную ТВ платформу, ставшую также шестой по счету крупной телеплатформой в Польше.

Однако, многие аналитики индустрии не разделяют оптимизма ITI и склонны сомневаться в реализации их амбициозных заявлений. Более половины польских домохозяйств уже пользуются какой-либо формой мультиканального ТВ, из чего следует, что в Польше осталось не так уж много людей, заинтересованных в подключении к платному ТВ. У компании **Cyfrowy Polsat** (одного из двух нынешних лидеров польского рынка платного ТВ) уже насчитывается 800 тыс. подписчиков, к спутниковому цифровому телевидению от компании **Cyfra** (второй лидер) подключено 820 тыс. абонентов, что означает, что в Польше осталось совсем немного потенциальных подписчиков на платные ТВ услуги.

Однако, конкурентным преимуществом **ITI**, возможно, станет предложение услуг DVR и HDTV, а также контракты с голливудскими студиями-мейджорами на поставки их контента. Как стало известно, **ITI** ведет активные переговоры, направленные на получение голливудской продукции на эксклюзивных условиях. Возможно, речь идет даже о создании первого в Польше VOD канала, предлагающего контент из Голливуда.

### **Инновационная технология дистрибуции download-to-burn завоевала доверие очередной киностудии**

Киностудия **Lionsgate** присоединилась к Universal Studios Home Entertainment и теперь также будет предлагать свои фильмы для распространения через сайт CinemaNow, который позволяет пользователям скачивать и самостоятельно записывать на DVD в тот же день, когда фильм появляется в продаже.

Сегодня CinemaNow уже предлагает для записи более 100 наименований фильмов, среди которых контент от Buena Vista Home Entertainment, MGM Worldwide Digital Media, Sony Pictures Home Entertainment, Universal Studios Home Entertainment, EagleVision и Sundance Channel.

И немного теории. В принципе, существует два вида бизнеса передачи контента в цифровом виде через Интернет: трансляция программ или фильмов через широкополосные сети и download-to-own (что по сути одно и то же с download-to-burn), предусматривающий скачивание контента с правом последующего владения им. Обе модели успешно используются как киностудиями, так и каналами. Телеканалы предлагают просмотр своих программ или за определенную плату, либо бесплатно для зрителя, в таком случае финансирование осуществляется за счет размещения рекламных материалов.

По прогнозам компании **Jupiter Research**, к 2011 году затраты (потребителей) на получение цифрового контента из Интернета возрастут более, чем втрое и составят около \$5 млрд. Однако, с другой стороны, эта сумма будет составлять всего 2% общих затрат рекламодателей и потребителей на развлечения, связанные с кино и телевидением. Таким образом, развивая направление цифровых медиа, менеджменту телекомпаний все же следует активно заниматься сохранением существующей массовой аудитории

«традиционных» зрителей, поскольку именно она будет еще долго обеспечивать основную часть прибыли таких организаций. Также среди рекламодателей все шире распространяются опасения, что активное использование зрителями цифровых видео рекордеров (DVR), позволяющих избегать просмотра рекламы, окажет пагубное влияние на эффективность рекламных сообщений. Так, опять же по оценкам Jupiter Research, в самом крайнем случае к 2011 году DVR-устройства будут «стирать» только 11% рекламных сообщений, что, соответственно, сократит рынок на такой же процент.

---

## **Вещание: телевидение и альтернативные способы доставки контента**

---

### **В Чехию приходят новые технологии**

Компания **Telefonica O2 Czech Republic** запускает в Чехии услугу IPTV под брендом O2. Услуга, которая будет предлагать подписчикам около 30 каналов, будет доступна миллиону домохозяйств в течение последующих 6 месяцев.

В это же время чешский оператор мобильного ТВ **T-Mobile** собирается провести в Чехии двухмесячное тестирование мобильного ТВ, коммерческий запуск которого запланирован на следующий год. Новое ТВ будет использовать интерактивную технологию Gemalto. Тестирование будет включать внедрение системы голосования в телевизионные передачи, а также возможности загрузки клипов и трейлеров. Позже участники пилотного запуска смогут подписываться на некоторые программы и покупать права на просмотр спортивных мероприятий и концертов.

### **Ofcom впервые в истории разрешил полностью спонсировать работу телеканалов и радиостанций**

В течение последних 15 лет рекламодатели Британии могли спонсировать только отдельные программы на телевидении. Однако, новые правила, разработанные местным регулятивным органом Ofcom, разрешают спонсировать телеканалы полностью, хотя и предусматривают ряд ограничений, включая сохранение редакторской независимости и защиты информации для несовершеннолетних. Помимо этого, аудитория канала должна быть осведомлена о том, что он полностью спонсируется определенным рекламодателем. Запреты на спонсирование распространяются на такие виды передач, как новости и программы, освещающие текущие события, а также на отдельные продукты - алкоголь, азартные игры и пр.

Расширение возможностей для спонсирования является своеобразной «компенсацией» для вещательных СМИ, которые потеряют значительную часть выручки от рекламы после того, как в следующем месяце Ofcom объявит новые ограничения на маркетинг фаст-фуда.

В Украине спонсорство телерадиопрограмм и передач разрешено. При этом законодательство Украины устанавливает ряд запретов и ограничений для спонсорства на телевидении и радио следующего характера. Например, как и в Великобритании, запрещается спонсорство новостийных программ и передач. Следует учесть, что Закон Украины «О телевидении и радиовещании» устанавливает дополнительный к Закону «О рекламе» запрет на спонсорство телерадиопрограмм, освещающих политические события и проблемы. Запрещено спонсирование телерадиопередач «табачными» брендами. Кроме этого, существует ряд определенных требований к идентификации спонсора. И самое главное, в телерадиопередачах запрещается указывать какую-либо другую информацию рекламного характера о спонсоре и/или его товарах и/или услугах, кроме названия и товарного знака спонсора.

Как и в Великобритании, законы Украины предусматривают, что спонсорство не освобождает телерадиоорганизацию от ответственности за содержание телерадиопрограмм и передач или их частей.

## **В Германии введен налог на использование IPTV и мобильного ТВ**

Правительство Германии приняло решение о введении обязательного ежемесячного сбора, который должны будут выплачивать владельцы компьютеров, которые используют их для просмотра телевидения или приема радиопередач через Интернет. Этот шаг сразу же повлек за собой критику со стороны общественности. Так, в соответствии с новым нормативным актом, те домохозяйства и компании, которые до сих пор не облагались налогом, должны будут ежемесячно платить сбор в размере 5,52 EUR, что соответствует недавно установленному сбору за доступ к радиопередачам.

Обязательная ежемесячная плата за телевидение в Германии составляет немногим более 17 EUR. Однако, с тех пор, как в Интернете стало появляться все больше радио и телеканалов, немецкий государственный телеканал ARD инициировал введение налога на компьютеры и мобильные телефоны, посредством которых можно получить доступ в эти два популярных медиа. Введение нового закона вызвало резкую критику со стороны профессиональных союзов Германии, которые утверждают, что это негативным образом отразится на работе представителей малого и среднего бизнеса.

Сборы за подключение к телевидению в Германии являются одними из самых высоких в Европе, за исключением только Швейцарии и скандинавских стран. За счет этого налога финансируются четыре общенациональных канала, несколько региональных, а также все национальные радиостанции Германии.

На Украине, как утверждают юристы, введения такого налога пока бояться не стоит. Законодательство Украины не предусматривает взимания налогов за использование IPTV и мобильного ТВ. Единственным нормативным актом, который тем или иным образом может повлечь за собой установление дополнительных сборов за пользование указанными технологиями, является Закон Украины «О сборе на обязательное государственное пенсионное страхование». Так, предоставление оператором мобильной сотовой связи абоненту услуг «мобильного ТВ» подпадает под определение услуг мобильной связи, установленное Законом, а значит, стоимость таких услуг подлежит налогообложению в соответствии с указанным Законом.

## **В Нью-Йорке усиливают борьбу с пиратством**

Мэр Нью-Йорка Майкл Блумберг, организация Office of Film, Theatre and Broadcasting (MOFTB) и Ассоциация Motion Picture Association of America (MPAA) совместно разрабатывают инициативу, направленную на борьбу с пиратством в нью-йоркских кинотеатрах.

По подсчетам MPAA, 43% фильмов, которые впоследствии распространяются на пиратских DVD на территории США, записываются именно в кинотеатрах Нью-Йорка. Более того, 20% фильмов, нелегально распространяемых по всему миру, также записывается в кинотеатрах Большого Яблока. В частности, в рамках этой кампании планируется внести изменения в законодательные акты, которые будут предусматривать для нарушителей закона наказание в виде лишения свободы до одного года, а также до четырех лет в случае повторной «поимки». Также будут проведены рейды, направленные на выявление мест производства пиратских DVD, и широкомасштабная кампания среди населения.

### **Media Business Reports**

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент».

Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с MBR, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: [info@mrm.com.ua](mailto:info@mrm.com.ua).

# Media Business Reports

**Обзор новостей украинского и  
международного медиа бизнеса**



№21 (21)  
23-19 октября, 2006

## **Тема номера: Кинорынок «Молодость» – подведение итогов**

Что такое кинорынок? В мировой практике, это как правило, означает площадку, на которой продакшн посредством дистрибуции находит путь к конечному потребителю. Говоря проще, это место встречи производителей кино с телеканалами, кинотерами или дистрибуторами, готовыми донести их работы до зрителя. Первоочередная задача кинорынков – обеспечить недостающие звенья в цепочке производитель – зритель. А также это, как правило, площадка для обсуждения тенденций, инноваций и вообще жизни индустрии.

Для нашей страны, где кино начало становиться бизнесом сравнительно недавно, кинорынки – пока новая практика. Что представлял из себя нынешний кинорынок в Киеве? Что получилось? Оправдал ли он надежды и задумки организаторов? Над чем еще предстоит поработать? Читайте в нашем сегодняшнем материале.

### **Об открытии**

С 25 по 28 октября киевский кинотеатр «Киевская Русь» стал местом, где объединили работу два заметных в сфере украинского кинобизнеса мероприятия – Кинорынок и Кинофестиваль «Молодость». Вот уже во второй раз они проводились как совместное мероприятие, именуемое «Кинорынок Молодость». Статистика форума говорит сама за себя: во Втором кинорынке Молодость приняли участие 54 компании из 7-ми стран мира. 38 правообладателей в рамках мероприятия предлагали приобретение прав на 150 киноработ.

Генеральный директор киевского международного кинофестиваля «Молодость» Андрей Халпахчи открыл фестиваль, подчеркнув, что подобный формат позволяет ознакомиться с украинскими фильмами в рамках фестивальной программы и тут же решить вопросы, связанные с кино как бизнесом. «Фестиваль существует уже много лет, главной его миссией было инициирование развития киноиндустрии в Украине. Деятельность фестиваля невозможна без существования кинорынка. В тандеме с Кинорынком мы работаем второй раз. Сегодня на фестивале представлено 14 украинских кинофильмов (из них 9 – допремьерные показы), также на стендах участников представлен ряд картин, не входивших в программу фестиваля, и присутствуют несколько иностранных компаний, которые заинтересованы в покупке украинских фильмов для европейского проката». Кроме этого, Андрей Халпахчи подчеркнул, что проблема с кинотеатрами в Украине стоит очень остро, особенно в регионах: их должно быть много, а билеты – доступными людям с любым достатком..

Анна Чмиль, выступая после Андрея Халпахчи, также акцентировала внимание на нехватке кинотеатров с Украине: в то время, как продюсерское кино, снятое на негосударственные деньги, развивается, количество кинотеатров, в которых эти фильмы

можно посмотреть, пока еще ограниченно. По ее словам, на сегодняшний день работает около 200 кинозалов, причем большая их часть – в городах с населением свыше 100 тысяч, не говоря уже о селах и районных центрах. (Сегодня в Украине около 50% переоборудованных кинотеатров, т.е. в той или иной степени современных, находится в городах с населением свыше 1 млн. При этом, только 33% современных кинотеатров находится в «отличном» состоянии, т.е. это заново построенные кинотеатры либо кинотеатры, в которых реконструкция коснулась всех основных элементов. Вместе с этим в Украине по-прежнему преобладают кинотеатры с одним залом, которые поэтому не являются привлекательными для инвестирования, *примечание «МРМ»*). Рентабельность кинотеатров растет: об этом говорят и цифры, и оживление интереса к посещению кинотеатров. Однако не всем доступны билеты по 20-50 грн. Закон Украины гарантирует бесплатные дотации на культуру незащищенным слоям населения, но не конкретизирует, какие нужды можно отнести к «культурным». Эти дотации могли бы выделяться на льготные билеты на киносеансы. Кроме того, по-прежнему остро стоит вопрос об украинском языке в кинотеатрах.

Генеральный продюсер компании «Кинофорум Украины» Андрей Ризоль на открытии «Кинорынка Молодость» отметил, что главная цель проведения мероприятия – в создании площадки для продвижения украинского кинопродукта за рубеж и демонстрации малоизвестных европейских и азиатских картин.

На открытии присутствовал специальный гость - Виталий Егоров, сыгравший роль Милко в сериале «Не родись красивой». Актер пожелал кинорынку процветания и сорвал аплодисменты, пожелав на украинском языке «прекрасного майбутнього українському кінематографу».

Исполнительный директор кинофестиваля «Молодость» и Ассоциации содействия украинскому кинематографу Татьяна Смирнова подчеркнула, что в следующем году «Кинорынок Молодость» будет представлен на всех крупных кинорынках мира. Также первоочередной задачей «Кинорынка Молодость» будет поддержка молодых кинематографистов на фестивале «Открытая ночь».

Президент Ассоциации Продюсеров Украины (АПУ) Алексей Серков отметил, что формат Кинорынка – это цивилизованная возможность продавать украинское кино. Почти все фильмы, которые будут демонстрироваться в рамках фестиваля кинорынка, созданы членами АПУ.

### ***О премьерах***

На кинофестивале были представлены новые фильмы украинского производства:

- допремьерный показ фильма «Моя мама ИНДИ» (кинокомпаний «Триумф» и «Паноктикум», режиссер Александр Кириенко),
- «Блудный сын, блудная мать» (компания «Техномедиа», режиссер Алексей Столяров),
- презентация фильма «Чудовище» и анимационного фильма «Про рождественского черта» (компания «Arthouse Traffic»),
- «Orangelove» (компания CineCity Productions, режиссер Алан Бадоев),
- допремьерный показ фильма «Возвращается муж из командировки» (компания DaxiFilm, режиссер Иван Войтюк),

- допремьерный показ фильма «Имя» (благотворительный проект «Меценат», режиссер Алла Яковлева),
- допремьерный показ фильма «Девы ночи» («Украинская медийная группа» и телеканал «Студия «1+1», режиссер Олег Фиалко),
- допремьерный показ фильма «С днем рождения, Королева!» (компания «Астра - СИ», режиссер Татьяна Магар),
- презентация фильма «Пушкен» (компания «Астра - СИ», режиссер Вадим Мурованый),
- презентация фильма «Запорожец за Дунаем» (киностудия им. А.Довженко, режиссер Николай Засеев-Руденко),
- мировая премьера мультфильма «Сезон охоты» (представлено компанией «Каскад фильм»),
- допремьерный показ фильма «Запороги» (производство «Укртелефильм» и кинокомпания «Злагода», режиссер Владимир Онищенко и Олег Бийма),
- допремьерный показ фильма «Камера 6/13» (продюсер и режиссер Андрей Богатый),
- допремьерный показ фильма «Когда Боги уснули» (компания «Новый мир», автор Игорь Парфенов),
- допремьерный показ фильма «Маленькие герои» (компания «NOA-International Film Marketing»),
- допремьерный показ фильма «Далеко от бульвара Сан-Сет» (компания Wide Management, продюсер Игорь Минаев).

К сожалению, в этом списке отсутствовала заявленная ранее «Аврора, или Что приснилось Спящей красавице» Оксаны Байрак. Гости фестиваля оживленно планировали свое время так, чтобы не пропустить допремьерный показ нашумевшего фильма, а затем разочарованно понимали, что заявленная ранее в программе «Аврора» просто исчезла из показов. Организаторы фестиваля вначале намекнули, что такой форс-мажор связан с подготовкой к представлению фильма на «Оскар» (и в этом случае возникал вопрос, не приносится ли участие в украинском кинофестивале в жертву «оскарным задачам»). Однако вскоре Андрей Ризоль развеял туман: оказывается, создатели фильма просто не успели вовремя передать фильм и сопутствующие материалы для демонстрации на «Молодости». Кстати, заявленная презентация фильма на кинофестивале в Ялте в мае также не состоялась по аналогичным причинам.

### ***О стендах***

В то время, как в малом зале кинотеатра «Киевская Русь» гости «Молодости» знакомились с фильмами в допремьерном показе, в фойе кинотеатра шла работа Кинорынка. На стендах продакшн-компаний были представлены работы, которые в список допремьерных показов не вошли, но с не меньшим основанием претендовали на внимание покупателей (среди которых, кстати, было замечено несколько представителей зарубежных компаний). Несколько стендов «окупили» представители журналов о

кинотелепроизводстве – среди них присутствовали профильные «Релиз.ua», «Кинодайджест», «Action!Weekly» и общеностительная «Газета по-украински».

Большинство же стендов представляли продукцию киевских и региональных кинокомпаний. Так, харьковский продакшн «Новый мир» представил несколько фильмов. Кроме «фестивального» «Когда Боги уснули», компания привезла телевизионные художественные фильмы «Распятые», «Безумие» и «Кровавые цветы». Харьковский продакшн, специализирующийся, по словам директора, режиссера и продюсера компании Игоря Парфенова, «на фильмах, которые делают основной акцент на реалистичном подходе к показу жизни, потому что сама жизнь сурова и жестока», основа для сюжетов почерпнута из классических произведений русской и зарубежной литературы. Игорь Парфенов также является одним из инициаторов проведения правозащитного фестиваля фильмов «Ступени», на котором планируется представление фильмов о «защите прав человека, животных и охране природы», а главной целью фестиваля является «повышение осведомленности мирового сообщества об острых социальных проблемах». Проведение фестиваля планируется в сентябре 2007 года в Харькове на некоммерческой основе.

Киевская кинокомпания «DaxiFilm», основанная год назад, представила на стенде два новых фильма – мелодраму «Даша и Медведь (Так не бывает)» (готовность картины заявлена на 15.01.2007), снимаемую по мотивам сказки «Король Дроздороборот», и уже прошедшую на канале «1+1» мелодраму «Танго любви». В рамках кинофестивальной программы была представлена криминальная мелодрама Ивана Войтюка «Возвращается муж из командировки».

Компания «Три-Я-Да» в жанре «народное кино на украинско-русском языке», как обозначили его сами создатели, представила эксцентрично - комедийную, судя по релизу, «Сказку для взрослых дальтоники» - двухсерийный блок из двух новелл хронометражем по 70 минут каждая: «Сказ про двух братьев-близнецов» и «Фарт».

На стенде киностудии «Злагода» был представлен исторический десятисерийный блокбастер режиссера Владимира Онищенко и продюсера Виктора Вертенникова «Запороги», который также прошел в рамках допремьерных показов. Фильм снят в копроизводстве с «Укртелефильмом».

Еще один фильм в поддержку украинской культуры – киновариант оперы Семена Гулака-Артемовского «Запорожец за Дунаем» - был представлен киностудией им. А.Довженко с «классическим» украинским актерским составом: главные роли в фильме сыграли Мария Стефьюк, Богдан Бенюк, а также ведущий тенор Национальной оперы Владимир Гришко.

Среди прочих, привлек внимание стенд благотворительного проекта «Меценат»: на «плазме» демонстрировались кадры из фестивального короткометражного фильма «Имя». Продюсер фильма – Леонид Карпенко, сценаристом и режиссером фильма выступила Алла Яковлева, в главных ролях Тамара Яценко, Богдан Ступка, Владимир Кузнецов, Олег Примагенов. Фильм снят по мотивам рассказа Юрия Олеши «Лиомпа» и посвящен таким философским вопросам, как цель человеческого существования и жизнь души после смерти физического тела. «Имя» интересно не только своей тематикой, но и тем фактом, что это – первый в Украине короткометражный фильм, снятый на деньги меценатов. По словам продюсера фильма, не все и не сразу охотно согласились поддержать проект, но затем решили участвовать, дабы «воссоздать положительный имидж промышленников и предпринимателей Украины, возродить традиции благотворительности». Так, спонсорами проекта выступили Сергей и Андрей Ушацкие («Центр Будинвест 2000»), Леонид Карпенко (компания «Билана»). Также в разгаре

съемки 12-серийного телевизионного документального сериала «Меценаты Украины – история и современность». А еще один проект – двухсерийный кинофильм «Дом Достоевского», сценарий к которому разрабатывается при использовании дневников и творчества писателя – рассчитывает, по словам создателей, на коммерческий успех. Видимо, желая сделать свои имена столь же известными, как Хоненко, Терещенко и Галаган, современные меценаты не скупятся – по крайней мере в пользу этого говорили и качество отрывков из фильма, демонстрируемых на «плазме», и достойная «раздаточная» полиграфическая продукция на стенде. За счет прибылей проекта «Меценат» его организаторы планируют поддержать малообеспеченных и бездомных людей, нашедших приют в Свято - Иоановском монастыре.

Стенду напротив также не помешала бы поддержка отечественных меценатов - тем более, что фильмы уже сняты и ждут возможности быть увиденными украинским зрителем. Об этом рассказал в интервью MBR Михаил Ильенко, который представлял на Кинорынке проект «Украинский киножурнал». Известный украинский режиссер, который уже 10 лет является президентом фестиваля национального кино «Открытая ночь», уверен, что сегодня главной проблемой является отсутствие моста между украинским кинематографом и зрителем. И загвоздка, как ни банально это звучит, зачастую в финансировании. Это касается и проведения кинофестиваля «Открытая ночь», который дает уникальную возможность украинскому зрителю увидеть киноработы, которые рискуют не появиться в широком прокате. Идея проекта «Украинский киножурнал» - в том, чтобы собрать около 40 фильмов продолжительностью 10-20 минут, сделать по 10 копий каждого и предложить кинотеатрам демонстрировать фильмы в виде киножурнала на определенном количестве сеансов перед началом основного просмотра. Михаил Ильенко заверил, что зритель не пожалеет, попав на такой сеанс: ему будут предложены лучшие работы, в т.ч. лауреатов различных кинофестивалей. Обязательным требованием к фильмам будет яркость и позитивный настрой. «Украинский киножурнал», по словам создателей, является масштабным практическим PR-проектом отечественного кинематографа, вернее, той его части, которая не имеет возможности выхода на широкую аудиторию. При этом стоимость показа Киножурнала в общей цене билета не будет превышать 1 грн. Проект анонсируется при поддержке Ассоциации «Содействие развитию кинематографии в Украине», которая «берет на себя» договора с кинопрокатной сетью. Отбором и подготовкой фильмов займутся организаторы кинофестиваля «Открытая ночь», копиями – Служба кинематографии Украины, а дистрибуцией - компания «Кинофорум Украины». Проект планируется реализовывать на протяжении 2007 года.

Документальное направление было представлено на стенде украино-израильской кинокомпании «Ari Films». Вышедшая на израильский рынок в 2004 году, кинокомпания снимает документальные фильмы, делая упор на философских проблемах. Одними из главных проектов компании является цикл бесед о Каббале на кабельном канале «Карма», которые транслируются 4 раза в день (на сегодня снято 230 таких передач), TV-программа «Свет Каббалы» (снято 130 передач), а также документальные фильмы, посвященные теме Каббалы. На «Кинорынке Молодость» компания представила подборку научно-популярных и учебных фильмов с прицелом продажи их на украинские образовательные телеканалы.

Такое оригинальное течение в кино, как арт-хауз, было представлено на «Кинорынке Молодость» двумя стендами – киевской компанией «Arthouse Traffic LLC» (производители фильма «Штольня») и греческой компанией «Minus Pictures Production». В производственных планах компании «Arthouse Traffic LLC», специализирующейся на продвижении фестивального и просто интеллектуального кино, - съемка полнометражной

анимационной рождественской сказки и полнометражного художественного фильма в жанре «саспенс». Компания «Minus Pictures Production» привезла на рынок фильм молодого греческого режиссера под названием «The last porn movie». Впрочем, вопреки пикантному названию новинки, проблематика фильма сосредоточена на общечеловеческих проблемах. Главный герой фильма – бывший порно-актер, ведущий переговоры со спонсорами, готовыми дать ему средства на новый фильм при одном условии – главные откровенные сцены должна сыграть его 18-летняя дочь.

По утверждению Андрея Тесли, директора кинотеатра им. Шевченко в Донецке, подобные фильмы в жанре арт-хауз, вопреки ожиданиям, имеют свою кинотеатральную аудиторию, причем интерес к этому жанру все больше растет. «Сейчас и такое направление, как арт-хауз, находит своего зрителя, хотя эта ниша небольшая. Американские боевики всем надоели, сегодня лучшие сборы дают триллеры, комедии, хорошие анимационные и новые российские фильмы. «Хотя их надо выбирать аккуратно: например, «Меченосец» при удачной презентации и отличном трейлере не оправдал зрительских ожиданий и провалился в прокате. Зато «Сезон охоты», «Дьявол носит Прада» и «Проклятие-2» имеют все шансы стать лидерами продаж, - говорит Андрей Тесли. – «Кинорынок Молодость» и подобные ему мероприятия дают возможность посмотреть фильмы полностью и понять, какое время в прокате им отвести. Кроме того, решается много других профессиональных вопросов. Например, в Донецке сейчас 4 кинотеатра переоборудованы и один, на 5 залов, строится, а здесь я могу найти специалистов, с которыми решу вопросы не только творческого, но и технического плана. Вообще мы стараемся делать все, чтобы привлечь людей в кинотеатры: делаем студенческие билеты по 7 грн, детские по 5, когда-то даже рискнули сделать вход по 1 грн. И привлекаем продуктом. Вот жду фильма Байрак, потому что много слышал об «Авроре», причем Байрак приезжала в Донецк с презентацией своей картины. Хотелось бы посмотреть с прицелом взять затем в прокат».

### ***Съезд Ассоциации Продюсеров Украины: о стратегии и успехах***

Чтобы порадовать зрителей хорошим фильмом, нужно иметь благоприятные условия для того, чтобы такое кино произвести. А это не всегда возможно, учитывая особенности украинского законодательства и тот факт, что Украине остро не хватает профессиональных сценаристов и режиссеров. Этим и другим вопросам был посвящен рабочий съезд Ассоциации Продюсеров Украины, состоявшийся в рамках «Кинорынка Молодость» 26 октября.

Вице-президент и один из главных вдохновителей АПУ Дмитрий Колесников рассказал, что из 14-ти фильмов, продемонстрированных на «Кинорынке Молодость», 9 были представлены членами АПУ. Ассоциация также является инициатором создания оscarовского комитета в Украине. Выдвинутый на премию «Оскар» при содействии АПУ фильм Оксаны Байрак «Аврора, или Что приснилось Спящей Красавице» уже вошел, по последним сведениям, в 15 лучших фильмов, предложенных вниманию конкурсного жюри. При оформлении документов на участие в конкурсе выяснилось, что в Украине нет оscarовского комитета, а Коллегия Министерства культуры не соответствует требованиям, предъявляемым к такому комитету: его обязательными членами должны быть режиссеры и актеры первой величины. В России такой комитет возглавляет Владимир Машков.

Среди острых законодательных вопросов АПУ традиционно обсуждала необходимость присоединения Украины к Хартии совместного европейского кинопроизводства, что даст возможность урегулировать отношения сторон при работе над совместными с зарубежными партнерами кино- и телепроектами.

Также среди злободневных вопросов рабочего съезда было предоставление льгот для кинопроизводителей и прокатчиков, а также обязательный дубляж на украинский язык фильмов. По признанию самих продюсеров, делать вариант фильма на двух языках технически несложно, сложности возникают, скорее, для прокатчиков и дистрибьюторов. Тем не менее, одним из ключевых заданий Ассоциации является содействие развитию украинской киноиндустрии в целом и устранению препятствий на пути ее развития. Поэтому члены АПУ были в числе тех, кто высказался за отмену Апелляционным судом г.Киева Постановления Кабмина об обязательном дублировании (субтитровании) фильмов на украинский язык в отечественном кинопрокате. 17 октября кинопрокатчики и дистрибьюторы узнали об отмене и вздохнули с облегчением, т.к. подобная мера не вызвала одобрения среди зрителя и привела бы к падению прибылей. Тем более, что, по наблюдению Дмитрия Колесникова, «те, кто громче всех кричит об украинском языке и кинолентах, в репертуар своих кинотеатров и близко не подпускает украинские фильмы». Татьяна Смирнова, исполнительный директор компании «Кинофорум Украины», согласна с ним, приводя в качестве аргументов цифры: «Никто не собирается спорить с тем, что нужно поддерживать государственный язык, но не за счет отрасли...Сбор по продаже билетов по стране составил в 2005 году 35 млн. долларов США при количестве фильмов около 200. Дистрибьютор получает от проката 50%, т.е. 17,5 млн. Стоимость качественного дубляжа составляет 20-50 тыс. долларов, т.е. 200 фильмов, помноженные на 25 тысяч, составляют 5 млн. долларов, ложащиеся на плечи дистрибьюторов. Это составляет 1/3 их рынка в целом, что не потянет никакая экономика. Государство должно также брать на себя часть ответственности, иначе кинопрокатная отрасль не выдержит таких трат».

Правление Ассоциации пополнилось новым его членом, директором киностудии Довженко Игорем Стівчанским. Принято решение сделать на базе киностудии Довженко медиа-холдинг, а саму киностудию – местом постоянной дислокации АПУ, а также оscarовского комитета и ряда других «родственных» организаций. Киностудия Довженко является, по мнению Дмитрия Колесникова, территориально удобной, технически оснащенной и перспективной точкой, в которой будет создан единый оргузел для решения проблем продюсерского кино.

В планах Ассоциации – учреждение премии в номинациях «Лучший актер», «Лучший режиссер», «Лучший сценарист», «Лучший композитор», «Лучший журналист, пишущий о кино», «Лучший пиар-проект» и ряд других. Проект премии будет дорабатываться, а номинации обсуждаться, т.к. ряд профессий, не менее важных для успешного кинопроизводства, остались вне номинаций. Также будет обсуждаться и название премии.

Пожалуй, самый большой интерес журналистов вызвал доклад известного украинского писателя Сергея Дьяченко, который предложил организовать школу сценаристов. По выражению Дьяченко, основа благополучного развития кинопроизводства – «плотный сценарный портфель, туго набитый вкусными, интересными историями». К сожалению, в Украине не хватает профессионалов, знакомых с элементарными навыками в этом жанре. Сергей Дьяченко обещал привлечь к поддержке подобной мастерской в Украине преподавателей московского ВГИКа. Обучение предполагается сделать заочным, с 2-х 3-х – недельными интенсивами - семинарами по азам киноведения и сценарного мастерства. Отбор студентов предполагается сделать на конкурсной основе, отдавая предпочтение тем, кто имеет опыт написания киносценариев. Обучение предполагает минимальную оплату, остальную финансовую нагрузку С.Дьяченко предложил взять на себя продюсерским кинокомпаниям. Например, как вариант могла бы работать схема, по которой каждая кинокомпания «берет шефство» над молодыми сценаристами, а права на дипломную работу автоматически достаются такой компании-спонсору. Олег Валуисков

(«Украинская медийная группа») поддержал предложение Дьяченко, сообщив, что хоть сию минуту готов подписаться под такой проект, ведь «если бы те, кто приходит к нему со сценариями, имели бы представление об азах и законах киносценария как жанра, качество производимых фильмов было бы на порядок выше». В оппозиции по этому вопросу оказался директор киностудии Довженко, который не одобрил создание сценарной школы как отдельного института, назвав ее «изобретением велосипеда». Стовчанский мотивировал это тем, что сценаристов и так обучает институт Карпенко-Карого, а на киностудии Довженко пылится большое количество сценариев. Подобная дискуссия спровоцировала реплики присутствующих, поддерживающих как одну, так и другую стороны. А журналисты и «пишущие» гости фестиваля, преимущественно молодежь, буквально оккупировали Сергея Дьяченко после завершения работы съезда с просьбами записать их в еще не открывшуюся школу сценаристов.

Подводя итоги работы «Кинорынка Молодость», можно сказать, что он состоялся, причем в новом формате привлек больше профессионалов кинотелепроизводства и смежных с ним сфер. Иногда создавалось впечатление, что продавцов больше, чем потенциальных покупателей, но само наличие этих покупателей, активно интересующихся новинками украинского кино, и частично англоговорящих, дает повод для оптимизма. Удивило количество региональных продакшн-компаний, которые представили немало фильмов с конкурентоспособными сюжетами и актерским составом. Пожалуй, для таких компаний мероприятия, подобные «Кинорынку Молодость», являются идеальной площадкой для того, чтобы поинтересоваться опытом коллег, предъявить собственные наработки и выйти на каналы, которые могут купить их продукт. Возможно, пока еще «Кинорынок» менее масштабный и пафосный, чем можно было бы ожидать, но плюсы этого – непринужденная атмосфера, царившая во время его проведения, и возможность представить на стендах свою продукцию даже тем компаниям, которые не планируют выделять огромные бюджеты на пиар своего продукта. Главное, что киноиндустрия в Украине динамично развивается - как теле-, так и прокатное кино. А это означает, что у «Кинорынка Молодость» есть все шансы стать мощной площадкой для общения представителей отрасли и презентации новинок украинского кино.

### **Media Business Reports**

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса

Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент».

Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с *MBR*, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: [info@mrm.com.ua](mailto:info@mrm.com.ua)