

МЕДИА факты в ЦИФРАХ

По данным отчета, подготовленного компанией **Telephia** (*The Mobile Game Report for Q1 2006*), рынок продаж мобильных игр продолжает расти, демонстрируя стремительный темп. Например, только за один месяц (апрель) рост продаж составил + 60% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Причем, 72% дохода поставщиков игрового мобильного контента обеспечивают женщины. Доля мужчин, соответственно, составляет всего 28%! Женщины доминируют в приобретении мобильных игр всех категорий, за исключением т.н. Action/Adventure, где мужчинам все же удалось достичь первенства. Такое явление эксперты объясняют тем, что женщины обычно не являются активными пользователями традиционных игровых консолей или он-лайн предложений. А мобильные игры оказались как раз тем вариантом, который смог удовлетворить их желание поиграть. В России сегодня уже существует 125,8 млн. подписчиков мобильных услуг. 6% домохозяйств в США пользуются исключительно сотовыми телефонами. 15% пользователей мобильных телефонов в США используют услугу доступа к Интернету.

Новости Медиа Компаний

Televisa намерена продать свою долю в Univision

В продолжение темы продажи американского медиа гиганта компании **Univision Communications** (см. *MBR № 4,3*), в прессе появились сообщения о том, что мексиканская компания **Televisa** намерена продать свою долю (11,4%), которой она владеет в **Univision**. В заявлении компании говорится, что **Televisa** теперь желает осваивать новые возможности на американском медиа рынке. Напомним, что ранее **Televisa** намеревалась получить полный контроль над **Univision**, однако ее предложение было отклонено советом директоров **Univision**, и принято решение о передаче компании другой группе инвесторов. По условиям договора от 1996 года, **Televisa** получала долю в **Univision** с условием, что компания не будет принимать участие в каком-либо конкурирующем с **Univision** бизнесе. Теперь же **Televisa** будет иметь возможность уйти от выполнения этого условия. Тем не менее, договор о поставке программного продукта между **Televisa** и **Univision** останется в силе до 2017 года.

Новости Продакшн

На Украине будет адаптирован популярный сериал

В последнее время украинские каналы стали проявлять все большую активность на рынке закупок форматов зарубежных сериалов для локальной адаптации (собственного производства). Возможно, отчасти, причиной тому является недостаток на рынке сценаристов, способных написать сценарий десятков эпизодов долгоиграющего сериала (тем более комедийного формата), а возможно, местная версия уже раскрученного бренда имеет больше шансов на успех, чем оригинальная, написанная местными сценаристами. Так, стало известно, что один из каналов условного Холдинга, включающего в себя каналы **ICTV**, **Новый Канал**, **СТБ** и **М-1**, высказывает заинтересованность и ведет переговоры с одним из голливудских мейджеров по поводу производства локальной версии одного из наиболее успешных и известных нашему зрителю американских комедийных молодежных сериалов. Так как на римейк этого сериала еще не посягала ни одна страна, ответственность, возлагаемая на «пионера», огромна. Поэтому возможно, что к этому производству будет привлекаться и российская сторона.

Форматы

Zodiak Television заключает сделки в Восточной Европе

Компания **Zodiak Television World** (см. *МБР №4. ст. 3*) заключила соглашение с телеканалом «**Интер**» относительно формата *Stars on Stage*. Формат (12 эпизодов) будет выходить в эфире канала в прайм-тайм по субботам уже осенью этого года. В ходе формата известные люди из мира политики, бизнеса и т.д. будут образовывать дуэты с известными эстрадными исполнителями и соревноваться в песенных конкурсах. Премьера этого формата состоялась в марте на шведском канале **TV4**. Представители **Zodiak Television World** говорят, что сделка на украинском рынке – важный шаг в освоении рынков стран СНГ. Еще одной сделкой **Zodiak** на этой территории стало соглашение с российским **Муз ТВ** относительно формата *Ex-treme Dating*, в ходе которого двое людей, не ведая того, отправляются на свидание со своими «бывшими» парнем или девушкой.

Кинопроизводство

Бюджет сиквела «Пиратов Карибского моря» возрос на \$100 млн.

В четверг в украинский прокат выйдет вторая часть пиратского кинофильма «Пираты Карибского моря: сундук мертвеца» производства студии **Disney**. После успеха первой части фильма, его создатели решили снять еще два сиквела картины. Причем, в том числе в целях экономии, оба фильма снимались практически одновременно. По сообщениям *Wall Street Journal* бюджет съемок обеих картин изначально планировался в размере \$350 млн. Однако, в ходе съемок эта сумма увеличилась до \$450 млн. Ранее планировалось, что третья часть фильма выйдет в широкий прокат на Рождество 2006 года. Однако, в конечном итоге, создатели фильма решили оставаться верными традиции выпускать «Пиратов» летом. Таким образом, третья часть фильма выйдет в прокат летом 2007 года. Кроме того, уже очевидно, что «Пираты» затмят своими результатами еще один громкий релиз этого года «Супермен возвращается» студии **Warner Bros**. Прокат «Пиратов» в кинотеатрах США уже начался, и по сообщениям **Buena Vista** (компания дистрибьютор фильма), всего за 3 дня в прокате «Пираты Карибского моря 2: сундук мертвеца» собрали более \$132 млн. Более того, старт «Пиратов» побил рекорд стартовых кассовых сборов «Спайдермена» в 2002 году - \$114 млн. Эксперты полагают, что на этом неприятности **Warner Bros** не закончатся: довольно дорогой проект «Посейдон» также не приносит ожидаемой прибыли, не особенно хороши прогнозы и будущего релиза нового творения Найта Шьямалана «Lady in the Water». Так что **Warner Bros** ожидает нелегкое лето.

Стали известны номинанты на награду американской телеакадемии «Эмми»

В этом году телеакадемия решила сменить предпочтения, почти полностью преобразив список номинантов по сравнению с прошлым годом. Некоторые из фаворитов «Эмми» - 2005 - например, сериалы «Отчаянные домохозяйки» и «Остаться в живых» («Lost») - вообще не фигурируют в новом перечне претендентов на основные номинации.

Фаворитами нынешней церемонии станут сериалы «Анатомия Грей» («Grey's Anatomy») (11 номинаций), «24» (12 номинаций) и «На Запад» («Into the West») (16 номинаций). Многолетний лидер по числу номинаций на «Эмми» известный в России и Украине сериал «Клан Сопрано» («The Sopranos») в этом году претендует на награду лишь в одной категории – «Лучший драматический сериал».

Номинанты в основных номинациях:

«Лучший телевизионный художественный фильм»: две картины, посвященные одному их эпизодов трагических событий 11 сентября 2001 года «Рейс 93» («Flight 93») и «Сражавшийся рейс» («The Flight That Fought Back»).

«Лучший драматический сериал»: «Анатомия Грей», «Дом» («House»), «Клан Сопрано» («The Sopranos»), «24», и «Западное крыло» («The West Wing»).

«**Лучший комедийный сериал**»: «Замедленное развитие» («Arrested Development»), «Умерь свой энтузиазм» («Curb Your Enthusiasm»), «Офис» («The Office»), «Клиника» («Scrubs») и «Два с половиной мужчины» («Two and a Half Men»).

«**Лучшее реалити-шоу**»: «Большие гонки» («The Amazing Race»), «American Idol», «Танцы со звездами» («Dancing with the Stars»), «Проект «Подиум» («Project Runway») и «Последний герой» («Survivor»).

Церемония награждения «Эмми» пройдет в Лос-Анджелесе 27 августа.

Новости Дистрибуции

«Код Да Винчи» уже лицензирован на ТВ

Кабельная сеть **TNT** (принадлежит **Turner Broadcasting**) уже приобрела права на телевизионный показ нашумевшего фильма «Код Да Винчи», дистрибуцией которого занимается **Sony Pictures Television**. Ожидается, что в эфире фильм появится осенью 2008 года. Финансовые детали сделки не разглашаются. На практике же, исходя из примеров недавних релизов, стоимость лицензирования фильма для показа на ТВ в США составляет около 15% от местного кассового сбора картины. А «Код Да Винчи» на сегодняшний день собрал в Северной Америке \$209,9 млн. Период, на который заключена сделка, также не известен.

DVD не угрожают кинопрокату

New York Times опубликовало исследование, проведенное **Nielsen Entertainment** и посвященное вопросам взаимосвязи кинопроката и видеопроката. Исследование показало, что 83% из категории кинозрителей, которые посещают кинотеатры десять раз в год или более, как правило, покупают те же самые фильмы на DVD и других цифровых носителях... и наоборот. Исследование проводилось после волны возмущения владельцев кинотеатров, которые требовали всю весну этого года от мейджоров увеличить интервал между премьерой фильмов на больших экранах и их выходом на DVD.

Вещание: телевидение

и альтернативные способы доставки контента

Новости телеканалов

В Украине появился первый деловой канал

В последнее время по всему миру все четче прослеживается тенденция создания нишевых каналов, т.е. каналов, посвященных какой-то определенной тематике, например, музыкальной, спортивной, киноканалы, новостийные каналы и т.д. Эта же тенденция обязательно найдет свое выражение и на украинском рынке, где уже существуют представители всех основных тематических ниш, хотя такие каналы и можно пересчитать на пальцах. Так, недавно в телепространстве Украины появился еще один нишевый канал - «**ТВ-1. Первый деловой канал**», которые его создатели позиционируют как канал деловых новостей. В конце мая телерадиокомпания «**Заграда**» презентовала свой новый формат под брендом «**ТВ-1. Первый деловой канал**». Форматом канала стало освещение ситуации на украинском и международном бизнес рынках. Согласно маркетинговым исследованиям, телезрителями телеканала являются люди возрастом от 20 до 60 лет с высшим образованием и доходами выше среднего. В настоящее время совершенствуется сетка вещания и разрабатываются новые авторские программы. Создание нового канала, тем более нишевого, всегда является хорошим знаком развития рынка. Однако, в случае деловых каналов ситуация несколько сложнее. Например, даже в России бизнес вещание представлено всего одним каналом - **РБК-ТВ**, который доступен всем желающим. В России также можно смотреть передачи **Bloomberg-TV**, **CNBC** и ряда других иностранных каналов, но за абонентскую плату. По мнению аналитиков, такое малое количество деловых каналов объясняется тем, что ниша бизнес-каналов пока не востребована. Потребности аудитории в бизнес информации удовлетворяют периодические издания, а также специальные вставки в новостийных программах,

которые имеет практически каждый телеканал. Кроме этого, практически в каждой солидной фирме есть аналитические отделы, которые генерируют отраслевую деловую информацию. Поэтому нишевый деловой канал в данное время просто не окупится, считают представители индустрии. Специалисты полагают, что толчок для активного развития деловых телеканалов может дать внедрение цифрового ТВ. Также увеличение количества таких каналов эксперты откладывают до момента увеличения объема рекламного рынка. Таким образом, можно сделать следующий вывод: тематические деловые каналы нужны, но в данный момент рынок не совсем готов их принять.

MTG купила канал в Словении

Компания **Modern Times Group** приобрела словенский телеканала **PRVA TV** за 8,1 млн. ЕВРО. **PRVA** – это третий по величине частный коммерческий канал в Словении. Канал был перебрандирован в июне прошлого года, его прибыль в 2005 году составила 700 000 ЕВРО. Охват канала - 83% домохозяйств страны. Основу вещания канала составляют сериалы (драмы и комедийные), кинофильмы, спорт и ток шоу. Представители **MTG** говорят, что теперь канал сможет улучшить свои рейтинги, благодаря использованию их контента, а также наработок в области закупок и программирования. С другой стороны **PRVA** усиливает присутствие **MTG** на рынках Центральной и Восточной Европы, а также обеспечивает эфирное вещание компании в Прибалтике, России, Венгрии и Чехии. Также это приобретение расширяет присутствие платных каналов и пакета **Viasat**. Кроме этого, Словения привлекательна как рынок с возрастающим уровнем платежеспособности населения, низким уровнем инфляции, стабильным политическим климатом и стабильным движением в направлении Европейского Союза.

Новые медиа

Мобильные телефоны смогут управлять бытовой техникой

Крупнейший британский оператор платного цифрового телевидения **Sky Broadcasting** открыл сервис удаленной записи телевизионных программ с помощью мобильного телефона. Владельцы приставок **Sky+** могут теперь посмотреть на своем мобильном телефоне программу передач и поставить на запись стоящий дома проигрыватель прямо со своего телефона. В **Sky** говорят, что сервис удаленной записи будет удобен в тех ситуациях, когда пользователь, например, опаздывает к началу передачи.

Регулирование

В Австралии ужесточат правила для реалити ТВ

Австралийское телевидение в ближайшее время пересмотрит правила вещания, особенно в области реалити ТВ и Интернет-трансляций. С таким заявлением выступил министр страны по теле-радио коммуникациям. Поводом для подобного заявления послужило судебное разбирательство вокруг реалити-шоу «Большой Брат», во время которого одна из участниц была изнасилована прямо в эфире. Вероятно, здесь речь идет о «взрослой» версии формата *Big Brother – Adults Only* (канал **Network Ten**). Возможность выхода этого шоу в эфир уже неоднократно обсуждалась властями страны (см. *МБР № 3, ст.3*). Между тем, программа «Большой брат» смогла избежать юридического преследования благодаря несовершенству правил, регулирующих деятельность реалити ТВ. Оказалось, что программа транслировалась по платному интернет-каналу, предназначенному исключительно для взрослых.

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 *МБР*, обращайтесь, пожалуйста, по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10 или по электронной почте: info@mrm.com.ua.

Тема номера:

Обзор рынка телевизионного кинопроизводства на Украине

Кинопроизводство на Украине есть. Вопреки всем скептическим заявлениям, оно активно развивается и показывает хорошие результаты. А разговоры о полном отсутствии национального кинопроизводства и застое в этой области ведут лишь люди непосвященные и далекие от реалий рынка. В этой статье мы попытались разобраться, что же происходит на рынке кинопроизводства в Украине, кто его игроки и какие тенденции определяют направления развития индустрии.

Сегодня в прессе появляется все больше материалов об украинском производстве фильмов и сериалов для телевидения и даже для кинотеатров. Уже даже есть определенные достижения и успешные проекты. Появляется все больше новых продакшн компаний и дистрибуторов. Процесс развития индустрии активно движется. Говоря о кинопроизводстве, правильно будет различать два основных направления: кино для телевидения и кино, ориентированное на прокат в кинотеатрах. Естественно, фильмы из кинотеатров рано или поздно попадают в телевизор. Но, тем не менее, два этих жанра многим отличаются как в отношении концепции, так и в отношении организации производственного процесса. Начнем, пожалуй, с более развитого и сформированного направления – телевизионных фильмов и сериалов.

Сегодня процесс кинопроизводства для телевидения в Украине идет очень активно, снимается много проектов, что-то получается, что-то - не совсем. Но у потребителя (телеканалов) уже, по крайней мере, есть выбор. А на рынке появляется здоровая конкуренция, которая побуждает производителей повышать качество своей продукции.

На первый взгляд может показаться, что в украинском телепространстве доминируют фильмы и сериалы российского производства. И это отчасти верно. Но дело тут скорее не в низком качестве украинского продукта, а в его количестве и конкуренции. Российский рынок гораздо более развит и продукции он предлагает в десятки раз больше. То есть украинским компаниям (которых по сравнению с российскими очень мало) приходится конкурировать с огромным количеством российских производителей. А продукт, который предлагают российские компании, не требует дополнительных затрат на адаптацию или перевод. Достичь таких же объемов в производстве, как в России, в нашей стране не удастся из-за недостаточности ресурсов. Но это, в принципе, рынку и не нужно. Ключевым остается только вопрос соответствующего качества. Но тут можно с уверенностью сказать, что украинским производителям вполне удастся производить конкурентоспособный продукт. Конкретнее о проектах речь пойдет ниже, но тот факт, что многое из украинского продакшна с успехом выходит на каналах России и других стран, говорит о многом.

С другой стороны реалией рынка остается и то, что продукция украинских производителей ориентирована в первую очередь на российский рынок. Этому явлению

есть простое объяснение – только в Украине продукция себя не окупит. Поскольку основной объем продукта производят коммерческие структуры, первоочередной целью является экономическая выгода. Поэтому продукт должен соответствовать требованиям и украинских и российских потребителей. Не стоит забывать и о том, что украинские производители вынуждены снимать свой продукт на русском языке, поскольку только реализация в России может превратить этот бизнес в рентабельный. Как следствие, для непосвященного зрителя (политика, чиновника) такой продукт также зачастую не ассоциируется с Украиной, оставляя ощущение тотальной заполненности наших телеканалов российским телекино. Но это далеко не так. Снимая фильм на русском, есть возможность продать его и на другие русскоязычные территории. И это не только страны СНГ. Это еще и русскоязычные каналы в США, Балтии, Израиле и так далее.

Что касается схем финансирования телепроизводства, на сегодняшний день практикуются три основных способа или их сочетания. Первый: проект снимается специально для какого-то канала, который полностью его оплачивает. Такая схема наиболее выгодна и надежна для производителя с экономической точки зрения. По такой схеме ранее работали **ТО «Мамаду»** и компания **«ПРО-ТБ»**, подробнее речь о которых пойдет ниже. Второй же подход состоит в том, что продакшн компания занимается производством и последующей дистрибуцией своего продукта самостоятельно. Эта схема может дать больше возможностей дистрибуции для компании-производителя, хотя и риск также возрастает. Зная потребности рынка и имея налаженные контакты с дистрибуторами, второй способ зачастую оказывается более выгодным. Третий способ – это производство на деньги спонсора. Например, по нашим данным, ситком **«Моя прекрасная семья»** был в значительной мере профинансирован компанией **УМС** (снят «Украинской Медийной Группой для «Студии 1+1»). Также активно в украинском кинопроизводстве участвует фирма **«Алеф-Виналь»** (коньяки «Клинков», «Жан-Жак»).

К сожалению, на рынке очень сложно найти достоверную информацию относительно телепроизводства. Информация разрознена и, зачастую, носит ярко выраженный PR характер. Тем не менее, в этой статье мы попытались структурировать доступные нам данные и создать как можно более четкую картину рынка.

Сегодня на Украине производятся практически все популярные форматы телевизионного кинопродукта. Это и долгоиграющие «мыльные» сериалы (более 100 серий), и телесериалы (8-16 серий), и телевизионные фильмы (1-2 серии).

Производством «мыльных» сериалов в Украине занимается Творческое Объединение **«Мамаду»**, руководителем которого является **Валентин Опалев**. Первым и очень удачным проектом в этом жанре стал сериал **«Исцеление любовью»**, снятый **«Мамаду»** вместе с кинокомпанией **«Фильм Ю.Эй»** по заказу телеканала **«Интер»**. Планировалось, что сериал будет иметь 105 серий, но после очень удачного старта и хороших рейтингов, его продлили до 190 эпизодов. Параллельно с телеканалом **«Интер»** фильм с успехом вышел на телеканалах **«Россия»**, **«РТР-Планета»**, **«КТК»** (Казахстан), **LNT** (Латвия) и некоторых других. Как только **«Исцеление любовью»** шагнуло в эфир, **ТО «Мамаду»** получило заказы от **«НТВ»** («Все включено») и **«РЕН-ТВ»**. Еще одним весьма успешным «мыльным» проектом **ТО «Мамаду»** стал сериал **«Волчица»** (более 200 серий), созданный совместно с телеканалом **«Интер»**. Менее успешным стал проект **«Все включено»**, созданный по заказу российского канала **НТВ**. В Украине сериал показывает **«Студия 1+1»**, но результаты показа оставляют желать лучшего. Говоря об успехе, мы, в первую очередь, имеем в виду телевизионные рейтинги осуществленных показов.

Телепродукт популярного сейчас формата телевизионного сериала весьма успешно снимает украинская компания **«ПРО-ТБ»**, руководителем которой является **Виктор**

Приходько. Среди успешных проектов этой компании стоит назвать сериал **«Возвращение Мухтара 2»**. Очень удачным оказался проект **«За все тебя благодарю»**, созданный совместно с компанией **«Фильм Ю. Эй»**. Сериал успешно прошел как украинском, так и на российском телевидении (на **«Первом канале»** он составил достойную конкуренцию самому громкому российскому телепроекту прошлого года — сериалу **«Мастер и Маргарита»**). Сериал даже вошел в топ десятку самых рейтинговых программ на российском телевидении по результатам 2005 года, собрав средний рейтинг 16,4 % и долю 38,7% (по данным компании **Eurodata TV**, опубликовавшей топ десятки программ всех стран в своем ежегодном отчете *«One Television Year in the World»*). Сейчас **«ПРО-ТБ»** занимается производством второй части этого сериала (24 серии), но уже полностью самостоятельно. Снимает **«ПРО-ТБ»** и мыльный проект для **«Студии 1+1»** — **«Пять минут до метро»**. Кроме этого, компания только что закончила два исторических фильма — о Леониде Утесове, 12 серийная лента **«Я песне жизнь отдал сполна»** и 12 серий о Махно **«9 жизней Нестора Махно»**. Фильмы выйдут один на **«Первом Канале»**, другой - на **НТВ**.

Недавно на рынке украинского продакшна появилась компания **«Стар Медиа»**, которую возглавляет **Влад Ряшин**, бывший председатель правления **ТК «Интер»**. Одним из направлений деятельности компании является производство «мыльных» сериалов. Так, в настоящее время ведется работа над тремя проектами для российских каналов **«Первый канал»**, **«РТР»** и **«ТВЦ»**. Совместно с **ТО «Мамаду»** снимается три теленовеллы: **«Сестры по крови»**, **«Городской романс»** и **«Нечто»**. **«Сестры по крови»** создаются на производственной базе **ТО «Мамаду»**, но всю работу над сценарием ведут сценаристы **«Стар Медиа»**. Представители **«Стар Медиа»** утверждают, что это первый «мыльный» проект над которым работает полностью украинская сценарная группа. Еще один проект компании - **«Смерть шпионам»** (8 серий) по сценарию **Марка Греся** — проект беспрецедентно сложный в съемках. Много действий происходит в катакомбах под землей, предусмотрены и съемки под водой. Создатели сериала планируют удивить и кастингом. По нашим данным в ролях будут задействованы такие известные актеры как **Алексей Серебряков** и **Валерий Золотухин**. Кроме этого, **«Стар Медиа»** снимает 2-серийный фильм **«Психопатка»**. В планах компании на текущий год: еще один восьмисерийный сериал, 4-5 телефильмов и дорогой новогодний проект. Компания самостоятельно занимается дистрибуцией своей продукции, намереваясь, тем не менее, гарантировать себе возможность первого показа своих работ на российских каналах.

Огромное количество сериалов и другого телепродукта производится на Украине за российские деньги. Например, **«Украинская Медийная Группа»** (проект, который ассоциируется с именем **Александра Роднянского**) практически полностью формирует сериальную линейку российского **«СТС»**.

Один из известнейших российских продюсеров **Владимир Досталь** снимает сотни часов в год. Но мало кто знает, что значительную часть своего продукта **Досталь** производит на Украине, на базе студий **Романа Балаяна** и **Виктора Приходько**.

Впрочем, рисковать сегодня готовы уже и небольшие украинские производители. Такие компании тоже, зачастую, готовы рискнуть собственными деньгами, но вопросы продаж возлагают на партнерские дистрибьюторские компании. Так работают, например, **«Аляска»** («С Днем рождения, королева», «Барин»), **«Дакси-фильм»** («Танго любви»), **«Кинофабрика Копейкина»** («Четвертая группа»), **«VIP Zone»** («Ситуация 202»), **«Паноптикум»** («Мосты сердечные»). Эти компании либо просто передают уже готовый продукт на реализацию дистрибьютору за соответствующий дистрибьюторский процент,

либо выступают как сопродюсеры проекта, привлекая к проекту опытного продавца еще на этапе финансирования производства.

Нишу телевизионных фильмов (или TV movies, как их называют профессионалы) в Украине уверенно занимают компании **«Фильм Ю.Эй»** и **«Продакшн Ю.Эй»**. Так, кинокомпания **«Фильм Ю.Эй»** уже несколько лет успешно продает все, что производит, на центральные российские каналы. Например, **«Джокер»** (РТР и НТВ), **«Банкирши»** (РТР), **«Мертвый. Живой. Опасный»** («Первый канал), **«Игры взрослых девочек»** («РТР), **«Женская работа с риском для жизни»** («Первый канал») и т.д. Только в этом году в совместном архиве компаний **«Фильм Ю.Эй»** и **«Продакшн Ю.Эй»** появились уже четыре завершённых проекта: двухсерийная мелодрама **«Вернуть Веру»** (режиссер - **Вера Яковенко**, главные роли исполняют: **Елена Захарова, Илья Носков, Владимир Жеребцов, Алла Фомичева**), еще одна мелодрама **«Женские слезы»** (в главных ролях – популярные актеры **Александр Лазарев-младший, Виктория Малекторович, Екатекрина Вуличенко**), детектив **«Без особых примет»** (совместно с компанией **«Пронто Продакшен»**) и драма **Андрея Бенкендорфа «Бомж»** (в главной роли – украинский актер **Сергей Романюк**). Кроме этого, недавний проект компании **«Продакшн Ю.Эй» «Тайна святого Патрика»** (реж. **Андрей Бенкендорф**) не только достаточно успешно прошел на **«Интер»** в прайм-тайм, но и уже продан на российский **«Первый канал»**. Начаты съемки фильма **«Квартет для двоих»** (в ролях - **Аристарх Ливанов, Алла Масленникова, Дмитрий Исаев и Ольга Полякова**) по пьесе **Анатолия Крыма**. Продюсерами фильмов **«Фильм Ю.Эй»** и **«Продакшн Ю.Эй»** выступают **Олег Щербина, Виктор Мирский, Юлия Чернявская**. Однако, эти компании не планируют останавливаться только на жанре TV movies. В планах компаний – создание 8-серийного телесериала **«Та самая другая дочь»**, в котором поднимается популярная сегодня тема каббалы, и 8-серийный телефильм **«Лилит»**. Некоторые проекты украинские компании реализуют самостоятельно, некоторые – совместно с крупными российскими продакшн студиями. Безусловно, компанию ожидает очень напряженная осень. План компаний на текущий год – осуществление 10 проектов, 4 из которых уже закончены или находятся на завершающей стадии постпродакшн, один проект - в процессе производства, а все остальные - в виде сценариев и идей. Так что в сентябре параллельно начнутся съемки еще 4-5 проектов. Компании имеют налаженные каналы дистрибуции своей продукции по всему миру.

Еще одним заметным игроком украинского рынка продакшн является **Студия Оксаны Байрак**, которая образовалась после распада творческого тандема Байрак и Александра Копейкина. Оксана Байрак – украинская королева мелодрам. **«Снежная любовь, или сон в зимнюю ночь»**, **«В 2-х км до Нового года»**, **«Женская интуиция»**, **«Тебе настоящему»**. Именно эти проекты сделали режиссера Байрак известной не только на Украине, но и в России. Сегодня совместно со своими сопродюсерами – **«ИнтВестДистрибушн»** - Оксана реализует сразу несколько масштабных проектов. Еще не успели зрители увидеть 47-серийный проект **«Дьявол из Орли»**, а Оксана уже привезла в Киев **Эрика Робертса**. Известный голливудский актер согласился принять участие в полнометражном фильме **Байрак «Аврора»**. Осенью фильм появится в кинотеатрах Украины и России. По мнению экспертов рынка, этот фильм может стать тем самым локомотивом, который потянет за собой в Европу и Азию весь украинский кино- и телепродукт. Кроме этого, Байрак готовит фильм, действие которого разворачивается в мексиканском городе Акапулько, съемки проходили там же.

А что же телеканалы? Нужно сказать, что еще не так давно именно каналы были двигателем телепроизводства на Украине. **«Украинская Медийная группа»** в

сотрудничестве со «**Студией 1+1**», а также «**Фильм Ю.Эй**» и «**Мелорама**» в сотрудничестве с «**Интером**» обеспечивали львиную долю телепроизводства в стране. Но смена собственников и менеджмента на «**Интере**» и крайне нестабильная ситуация с собственностью на «**1+1**» явно не способствуют поддержанию лидирующих позиций каналов в телепроизводстве.

Достоверно известно, что собственное телепроизводство планировал поднимать новый менеджмент «**Интера**». Для этого даже была создана компания и наняты люди. В частности, речь шла о продюсере Дмитриии Колесникове. Также недавно в интервью *Телекритике* **Сергей Старицкий**, Глава Правления «**Интера**», рассказал о планах канала заняться совместным производством сериалов и других программ не только с российскими компаниями, но и представителями других стран. Одной из таких инициатив станет сотрудничество с Голливудом и производство нового украино-американского сериала, сценарий которого уже пишется американскими специалистами. Производство будет осуществляться на Украине. В съемках будут участвовать и украинские актеры.

Стоит упомянуть и **Александра Ткаченко**, который также неоднократно заявлял о намерениях заниматься кинопроизводством. Так, в прессе уже появлялась информация о презентации совместного проекта телеканала **СТБ**, «**Першого каналу**» и **ЗАТ «Одесская киностудия»** - цикла документальных кинолент под общим названием «**История и культура Украины**». По словам **А. Ткаченко** цикл будет состоять из порядка 20 фильмов, создание которых планируется закончить за год-полтора. Финансовую поддержку проекта будут осуществлять банки «**Престиж**» и «**Ощадбанк**».

Что касается «**Украинской Медийной Группы**», то она всегда ассоциировалась не столько с «**1+1**», сколько непосредственно с **Александром Роднянским**. Судя по всему, «**Украинская Медийная Группа**» и дальше будет оставаться производственной базой «**СТС**». Вот только вопрос с украинским эфиром их продукта сейчас, видимо, встанет достаточно остро. Другое дело, что людей из «**УМГ**» это волнует значительно меньше, поскольку тема продаж, насколько нам известно, их никогда не интересовала, этим занимались другие люди.

Отдельная история связана с так называемым «**Холдингом**» (**ICTV, Новый, СТБ**). Насколько мы можем судить из имеющейся информации, вопросы производства менеджмент каждого из каналов решает самостоятельно, исходя из собственных финансовых возможностей.

Соответственно, для **СТБ** этот вопрос пока не стоит, они концентрируют свои усилия на документалистике и недорогом программном продукте, что полностью отвечает как интересам, так и задачам канала. На «**Новом**» попытки предпринимались, но это, скорее, точечные удары (например, «**Небо в горошек**»).

Весьма удачным называют специалисты проект канала «**ICTV**» «**Леся+ Рома**». Но это, все-таки, во-первых, не совсем кино или сериал, а, во-вторых, это международный формат (**Love Bugs**) и, как следствие, его продажа за пределы Украины, скорее всего, невозможна.

Впрочем, растущие объемы украинского рекламного рынка говорят о том, что выход Холдинга, прежде всего «**ICTV**» и «**Нового канала**», на рынок телевизионного кинопроизводства не за горами. Наши источники подтвердили тот факт, что представители Холдинга уже ведут активные переговоры с мейджерами о получении прав на создание локальной версии нескольких всемирно популярных молодежных сериалов.

Переходя ко второй части нашего обзора, следует в первую очередь отметить следующую тенденцию: практически все украинские продакшн студии время от времени заявляют о своих планах расширять поле деятельности и, кроме производства продукта для ТВ, заниматься производством прокатного кино для кинотеатров. Это мировая практика и вполне закономерно, что эта тенденция потихоньку приходит и на Украину.

Отдельного внимания заслуживает обзор украинских кинокартин, которые вышли в кинотеатральный прокат нашей страны. С уверенностью можно сказать только одно: продакш для телевидения развит значительно больше, чем кинопроизводство для широких экранов. До прошлого года единственным украинским (или хотя бы частично украинским) фильмом, вышедшим на широкий экран, был «**Молитва за гетьмана Мазепу**». В этом же году на украинские киноэкраны уже вышло четыре фильма: «**Оранжевое небо**», «**Прорвемся!**», «**Штольня**» и «**Хеппи Пипл**». Еще два фильма - «**Оранжлав**» и «**Аврора**» - выйдут осенью. К сожалению, результаты проката уже вышедших картин, оставляют желать лучшего. Однако, целью этой статьи является сделать как можно более полный обзор киноиндустрии Украины, поэтому остановимся отдельно на каждой картине.

Фильм «**Оранжевое небо**» вышел на экраны страны в начале марта 2006 года. Режиссер-постановщик фильма – **Олександр Кириенко**, оператор-постановщик – **Улугбек Хамраев**. Бюджет фильма составил около 2,5 млн. гривен. Производством фильма занималась компания «**Синема**». Сценарий фильма написал **Юрий Бутусов**, который являлся и продюсером картины. Фильм был растиражирован на 32 фильмокопиях. Создатели фильма сообщают, что доход от проката картины и продажи прав премьерного показа на телеканале «**Интер**» составил \$200 тыс. Каковы были показатели посещаемости картины и сколько именно составила касса фильма, создатели картины не сообщают. Опять-таки достоверно не известно кто финансировал картину: толи «украинские бизнес круги», толи политические партии – Социалистическая и «Наша Украина».

Второй фильм - «**Прорвемся!**» - позиционировался его авторами, как «первый украинский блокбастер», полностью абстрагированный от темы «оранжевой революции». Действие фильма происходит также осенью 2004 года. На экраны фильм вышел через неделю после «**Оранжевого неба**» - 9 марта 2006 года. Режиссером (под псевдонимом) и продюсером фильма стал **Иван Кравчишин**. Бюджет фильма составил около \$2 млн., инвестированных «**5-м каналом**». Производством занималась кинокомпания «**ПРЕ продакшн**». На экраны Украины фильм вышел тиражом в 30 фильмокопий. Информация о финансовых результатах фильма является, по словам его создателей, закрытой. Такая секретность объясняется тем, что, по словам **Ивана Кравчишина**, съемки того варианта картины, которую увидел украинский зритель, были всего лишь первым этапом проекта. Теперь же сценарий дописывается, и готовятся масштабные «досъемки» фильма. Создатели фильма намерены продемонстрировать свой фильм на Западе и в России. Другие подробности процесса держатся в тайне. Известно только, что обновленная версия фильма будет готова уже к концу лета.

В скором времени на экраны страны выйдет фильм «**Оранжлав**». Ранее планировалось, что фильм появится в прокате уже в июне, однако теперь его релиз перенесен на сентябрь. Инвестором фильма выступил концерн «**Киев-Донбасс**». Однако, данные об объеме бюджета фильма колеблются в пределах от 1 до 6 млн. долларов. В прессе также называлась сумма в \$3,6 млн. Производством картины занимались компании «**CineCity Production**» и «**Radio Active**» (США-Украина). Режиссер-постановщик – **Алан Бадоев**.

Ранее продюсеры фильма – выходцы из Голливуда **Алина Панова** и **Владимир Хорунжий** – хотели представить его на Каннском кинофестивале. Однако были вынуждены снять его с конкурсной программы, поскольку, как сообщалось в прессе, не был завершен процесс сведения звука и компьютерная графика картины.

Несколько особняком от других картин стоит фильм «**Штольня**», который его авторы позиционировали как приключенческий триллер. По словам создателей фильма, основными инвесторами картины стали его режиссер **Любомир Кобыльчук**, а также оператор/продюсер **Алексей Хорошко**. Позже к реализации проекта подключилась дистрибьюторская компания «**Артхаус Трафик**». Бюджет фильма составил около 4 млн. гривен. В прокат «**Штольня**» вышла на 29 фильмокопиях. За два месяца проката этот фильм посмотрели около 34 тысяч зрителей. Кассовые сборы составили \$92 тысячи. Однако, авторы фильма надеются, что это не окончательный результат, и что картина должна собрать до \$100 тысяч. Около 44% сборов обеспечили кинотеатры Киева, 26% - кинотеатры Востока Украины. А тот факт, что украинский и украиноязычный фильм собрал всего 14% сборов на западной Украине, объясняют малым количеством кинотеатров в этом регионе.

Как уже упоминалось выше, осенью в украинский и российский прокат выйдет фильм Оксаны Байрак «**Аврора, или Что приснилось спящей красавице**». На съемки было выделено около 1 млн. долларов. Сначала фильм выйдет в кинопрокат, а потом появится на телеэкранах. Данный полнометражный художественный фильм - совместный проект канала «**Интер**», компании «**ИнтВестДистрибьюшен**» и студии «**Байрак**», к тому же, была обещана поддержка Министерства культуры и туризма. Главные роли в этом фильме исполнили **Настя Зюркалова**, **Дмитрий Харатьян** и **Эрик Робертс**.

Кроме этого, 15 июня на экраны украинских кинотеатров вышел фильм «**Хеппи пипл**»: история о двух материально обеспеченных друзьях, которые столкнулись с проблемой «кризиса развлечений». Фильм снял **Александр Шапиро**. Главные роли в фильме исполнили **Константин Забайкальский** и **Виталий Линецкий**. В фильме также снялись **Федор Бондарчук**, **Алексей Горбунов**, **Катя Виноградова**, **Александр Баширов**, **Максим Коновалов** и другие. «**Хеппи пипл**» был представлен в феврале 2006 года во внеконкурсной программе Берлинского кинофестиваля. Это третья полнометражная лента Александра Шапиро, после фильмов «**Цикута**» и «**Путеводитель**». Информацией о финансовых результатах проекта, к сожалению, мы не располагаем.

Итак, в нашей статье остался не затронутым еще один важный вопрос: где же, собственно, производят съемки фильмов и сериалов, на каких киностудиях и площадках рождается национальное кино? На наш взгляд, эта тема очень интересна и объемна, и заслуживает отдельной статьи. Так что в ближайших выпусках *Media Business Reports* читайте обзор украинских киностудий и планов развития этой индустрии.

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