



## КУДРЯВЦЕВ

Иван,

журналист, главный редактор объединенной редакции «Фильм Про / Индустрия кино»

### **Как вы оцениваете текущее состояние кинопроизводства? Какие видите перспективы его развития?**

Ключевая проблема кинопроизводства в России — то, что оно хронически недофинансировано. И основная причина не в том, что государство выделяет недостаточно денег на кино. Возможно, их должно быть больше, но государство не должно быть главным игроком. Мне кажется, что приток инвестиций в отрасль должен быть из частного сектора экономики. Именно повышение инвестиционной привлекательности своей отрасли является главной задачей для ключевых игроков кинорынка. Повышаться привлекательность будет при наличии критической массы кейсов успеха — таких, как фильм «Притяжение» или фильм «Экипаж». Нужно больше таких фильмов. И для того, чтобы дать этому процессу старт, государству нужно подумать о внедрении новых механизмов, которые позволили бы хотя бы на этапе запуска обеспечить приток инвестиций из новых источников. Сейчас индустрия не просто поддерживается на плаву, она неплохо развивается. Но она может взрывным образом развиваться, если обеспечить здоровое финансирование от диверсифицированного пула инвесторов. Стратегический прицел должен быть на приток инвестиций из частного сектора.

### **Как может помочь государство повышению инвестиционной привлекательности отрасли?**

Стоит пошире открыть «региональное окно» финансирования, чтобы оно стало равновесным дополнением к «федеральному окну» (деньгам от Фонда кино и Минкульта). Чем больше разных госгарантий, тем надёжнее для частного инвестора его вложения в киносектор. Надо выстраивать систему налоговых возмещений при съёмках в России, налаживать работу региональных кинокомиссий: регионы, как и частные банкиры, боятся тратить деньги на кино, но экспертное сообщество могло бы помочь им направить средства по нужным адресам.

Нужно вкладываться в развитие копродукции и в продвижение российского кино за рубежом, особенно кино анимационного: показывать товар лицом, наращивать присутствие на международных рынках — не просто на стендах, но более активным размещением прямой рекламы наших проектов-локомотивов на полосах главных отраслевых изданий. Можно посмотреть, какие механизмы стоит перенять, например, у UniFrance, которая, например, раз в год свозит байеров со всего мира в Париж посмотреть свежее французское кино.

И, конечно, нужно стимулировать развитие сектора кинопоказа. Тут, разумеется, есть и объективные факторы, сдерживающие рост: динамика потребления в стране, развитие ритейла, строительство новых торговых центров... Тут опережающих темпов мы пока не предвидим. Но пока их нет, можно активно развивать кинопоказ в малых городах: это увеличивает количество экранов, создает практически безальтернативные площадки досуга, что хорошо для качественного проникновения услуги.

Наверное, над комплексом мер по налоговому стимулированию отрасли тоже стоит подумать — особенно высокотехнологичных её секторов, таких как большая анимация. Есть еще прокатная плата, которую можно взимать с прокатчиков иностранного кино по гибкой шкале, пропорционально сборам каждого конкретного фильма. Побудить зарубежный кинопром активнее работать на развитие российского кино имеет смысл, главное здесь — распределить нагрузку пропорционально, в прямой зависимости от объёмов извлекаемой с рынка прибыли.

### **Что вы думаете о системе государственной поддержки кино? Считаете ли ее эффективной?**

На данном этапе она эффективна. Заливать рынок деньгами губительно. Мы говорим о рынке с долгим и сложным производственным циклом. И для такого рынка важна своевременная подготовка кадров. Если сейчас залить рынок деньгами, механически обеспечить рост запусков, то просто не наберется столько специалистов, чтобы все потребности рынка закрыть. Поэтому я считаю, что государство сейчас ведет правильную политику по разви-

тию этого сектора.

Здесь может происходить плавная интенсификация финансирования, но самое главное здесь — это диверсификация источников. Нужно создавать их больше, чтобы из одного окна люди не получали деньги. У нас сейчас, по сути, есть одно окно, назовем его федеральным (Фонд кино и Минкульт). В то же время есть огромное количество регионов, которые бы с удовольствием профинансировали фильмы у себя, начиная с той же Москвы. Просто пока нет привычной и понятной всем игрокам, привлекательной и институционально развитой системы, которая бы позволяла надежно вложить деньги. Москва, Петербург тестируют такие механизмы, Татарстан, Чеченская республика, Республика Саха (Якутия), ряд других динамично развивающихся регионов. Я с огромным нетерпением жду релиза фильма «Мифы», который, как я понимаю, частично финансировался из столичного бюджета. Я за то, чтобы открывалось региональное окно. Постепенно это приведет к развитию кластеров в регионах, где уже можно закладываться на стабильное проектирование и доход. Говоря об инвестиционной привлекательности киноотрасли именно для частного бизнеса, как вещи, которую я поставил во главу угла, здесь требуется возможность долгосрочного планирования, возврата этих инвестиций. Мы имеем дело со специализированным высокорисковым сегментом, где вложения в долгосрочной перспективе могут не оправдаться. Поэтому прогнозируемость, с опорой на стабильную систему господдержки, — важный фактор.

**Некоторые считают, что нужно поддерживать только фильмы-события, другие считают, что поддержка нескольких десятков разножанровых картин намного эффективнее. А вы как думаете?**

Поддержка фильмов-событий, безусловно, нужна, но не должно происходить внутреннего каннибализма, они не должны сталкиваться лбами. Индустрия выпускает ровно столько больших проектов, сколько может физически произвести. Может быть, со мной поспорит Сергей Михайлович Сельянов и с укоризной посмотрит Леонид Эмильевич Верещагин, но представим себе ситуацию, что прямо сейчас такие проекты, как «Салют-7», «Викинг», «Притяжение» и «Дуэлянт», «Сталинград», «Вий», «Экипаж» и «Легенда 17», одновременно находятся в съёмках и все ставятся, допустим, на 19-й год. Хороший был бы год, но рынок в его нынешнем состоянии одновременная работа над дюжиной таких проектов просто обескровила бы, оставила без золотых кадров. И все вместе могли бы недобрать. Мне видится здоровым плавный прирост фильмов-событий. Например, плюс 2-3 больших проекта в год. Сейчас же мы даже не видим, чтобы год к году выглядел одинаково: индустрия немного разбегается — год жирный, потом за ним — год послабее. Сейчас бы задаться целью хотя бы закрывать ровно год к году, чтобы было стабильно, а потом постепенно наращивать. В выборе приоритетных целей для господдержки я против перекоса в пользу крупнобюджетных проектов. Надо развивать и разножанровое кино, и малые форматы, и фестивальное кино, и анимацию, и сериальное производство — всё это требует своей поддержки. Особенно анимация. Это просто золотая жила для отрасли, здесь очень хорошие перспективы — и по выходу на зарубежный рынок, и по завоеванию своего собственного. Но самое главное, что анимация — она для детей, а это будущие взрослые зрители. Анимация — это завоевание будущего.

**Насколько эффективно работает система определения лидеров кинопроизводства?**

К методике никаких нареканий, считаю ее корректно сформулированной и доказавшей свою эффективность.

**Нужен ли, по вашему мнению, механизм возвратной поддержки кинопроизводства?**

Обязательно нужен — как дисциплинирующий фактор. Главное — это дисциплина. Невозвратность развращает даже самых стойких и сильных игроков, нет ничего сильнее искушения бесплатными деньгами.

Считаете ли вы эффективным распределение функций между Фондом кино и Министерством культуры РФ?

Индустрия только привыкла к текущей системе. Как модератор ежегодных питчингов Фонда кино и Минкультуры, позволю себе заметить, то все игроки только-только научились красиво и внятно презентовать свои проекты. Менять что-то резко опять было бы неправильно. Да и зачем? Интуитивно кажется, что системе поддержки в её нынешней редакции стоит поработать ещё несколько лет, а затем — вместе с производителями, прокатчиками и сетями — можно будет посмотреть, что подкорректировать, в зависимости от того, как изменится сам рынок.

Хотя общих контуров системы я бы не менял. Во всех развитых национальных кинематографиях есть поддержка мейнстрима и так называемого авторского кино. Взять хотя бы французскую систему. Франция, осознавая доминирующее положение Голливуда на ми-

ровом и на своём рынке, системно поддерживает все без исключения жанровые сектора своей национальной кинематографии: там созданы благоприятные условия и для коммерческого, и для премиального, авторского кино. Заметьте — там играют на этом поле преимущественно частные деньги, но роль государства в кинематографии второй экономики Евросоюза и шестой экономики мира — огромна.

Здесь мы говорим о просветительской функции государства, которая даёт свой колоссальный экономический выхлоп опосредованно — через культурное обогащение нации, через сохранение и развитие скрепляющих её культурных кодов. Тот фокус, на котором сегодня сосредоточены усилия Минкульта, на мой взгляд, верный. Министерство поддерживает авторское, документальное кино, дебюты, сериалы. Может быть, в перспективе сериалы могли бы отойти к Фонду, поскольку это, как мне кажется, зона коммерческая. В свою очередь те авторские фильмы, которые имеют хороший фестивальное потенциал, могли бы от Фонда отойти к Минкульту. Но опять же подчеркну, что статус-кво я бы сохранял любой ценой до 2020-2022 года — просто чтобы обеспечить чистоту эксперимента, отследить релевантную динамику рынка и затем, при возможной корректировке системы, учесть её сильные стороны.

### **Насколько изменился (сократился или вырос) объем частных инвестиций в кино за 2016?**

У меня есть ощущение, что их вообще нет. Если сейчас прилетят инопланетяне и спросят меня — «Есть ли частные инвестиции в российском кино?», то да, по объективным данным некие следы частных инвестиций в отрасли будут обнаружены, детектор сработает. Но это не критическая масса, которая создает желаемую ситуацию. Частные инвестиции сейчас представляют из себя выдаваемые банками на общих основаниях кредиты. Они не прицельные, нет замаха на сфокусированное развитие сектора. Здесь нужно государству как игроку придумать меры стимулирования и институты для привлечения на кинорынок новых игроков.

### **Можно ли на данном этапе говорить об окупаемости российского кино? Что такое окупаемость для российского продюсера?**

Это значит хотя бы большей частью отбить в кинопрокате производство вместе с продвижением. Желательно уже в кинопрокате отбить все затраты и затем начинать зарабатывать от продажи фильма на телеканалы и остальные платформы. По мере развития платных платформ будет возрастать и собираемость денег. Соответственно, будут снижаться риски производителя на стадии большого кинопроката. Но значимость проката для фильма — как финансовая, так и маркетинговая, репутационная — сохранится.

### **Какова структура доходов российского фильма?**

В среднем прокат дает 40%, остальное дает работа фильма в библиотеке. Если такая пропорция у продюсера соблюдена, то он в порядке: не «в моменте», конечно, а стратегически, «в долгую». То есть фильм вышел, и вышел заметно, и теперь ты постепенно будешь отбивать на правах остальные затраты и однажды заработаешь. Как скоро наступит это «однажды», зависит от того, насколько выше вот этих минимальных 40% «отбитых» затрат ты поднимешься в прокате. То есть конечно же надо целить гораздо выше, когда ты выпускаешь фильм.

Мы сегодня всё-таки имеем дело с рынком, которому уже больше четверти века от роду. На нём уже есть крупные игроки с очень хорошими библиотеками. И выпуская фильмы, они продолжают эти библиотеки наращивать. Здоровая ситуация в Голливуде — это когда библиотека приносит студии основную часть дохода, а релизы по сути являются прибыльными промо-кампаниями будущих ходовых библиотечных позиций. Эталонная ситуация, когда прокат отбивает затраты на производство и выход, а когда ты сразу всё вернул, да ещё и заработал в первый или второй уикенд — это просто мечта и большая редкость, особенно для российского кино. Итак, если хотя бы 40-50% сегодня отбили с проката — значит не проиграли, в библиотеке потом деньги вернутся. Эти долгие деньги у продюсеров есть. Но им сегодня, как воздух, нужны быстрые деньги.

### **Как вы оцениваете текущую ситуацию с прокатом российского кино?**

К российскому кино нет никакого предубеждения, есть предубеждение только к плохо сделанному, скучному, неказистому кино, неважно, где оно сделано. Если российский фильм хороший, он ничем не отличается по прокатной судьбе от голливудского фильма, разве что только работает подольше, если совсем хорошее кино получилось. Процент хороших и плохих фильмов в любой кинематографии примерно одинаковый. Просто Голливуд производит несопоставимо больше фильмов, оттого и хороших картин у него номинально больше.

Главную проблему российского кино я вижу в его качестве (оно хромает от недофинансирования), и именно отсюда — нехватка экранного времени. Конечно, когда появляется хороший российский фильм, кинотеатры охотно дают ему сеансы. Кто может пожаловаться на отсутствие сеансов для фильма «Притяжение»? Оно роскошно стояло! И долго! А «Экипаж» с его потрясающей живучестью? Пять недель в тройке лидеров проката! Кто может пожаловаться на отсутствие сеансов для фильма «28 панфиловцев»? Грандиозный успех! Но таких кейсов критически мало.

Нужно повышать качество — то есть конкурентоспособность российских фильмов, чтобы кинотеатры, делая ставку на наше кино, гарантированно не проигрывали в деньгах. Пока же примерно 80% кассового вала обеспечивают крепкие, зрелищные голливудские аттракционы, и в их пользу закономерно распределяется и экранное время. Как только наш кинопром проявит готовность обеспечивать больше своей нынешней доли в сборах — перераспределятся и сеансы.

Убеждён в следующем: директора кинотеатров и сетей любят, хотя и ждут качественное российское кино, и мы не раз видели, как они горячо поддерживали его в прокате, и в их тактике тогда отчётливо прослеживался далеко не столько прагматизм, сколько искренний патриотизм. Нужно давать сетям и кинотеатрам больше веских поводов проявить это прекрасное чувство.

В целом экранного времени экстремально мало для всех, и теснота в прокате — ещё и от дефицита залов. В кинотеатрах, где много залов, может идти полтора-два десятка фильмов одновременно, и у всех будет свой зритель. У нас пока слишком маленький рынок кинопоказа, по мере роста числа залов проблема экранного времени будет отходить на второй план.

Ещё раз — главную проблему отрасли я вижу в скудном наборе источников финансирования, надо привлекательность нашего кино до мировых стандартов.

Одним из новых источников может быть как раз прокатная плата с зарубежного кино. Но если уж решат её взимать по более высокому «тарифу», то она, на мой взгляд, должна отчисляться в Фонд кино постфактум, исходя из сборов. Считаю, что это мог быть разумный, согласованный с рынком, целевой налог на подъём отечественного кинопрома. Возможно стоит подумать над возмещением этого «маркированного налога» за счёт снижения других налогов для отрасли. Это, с одной стороны, нивелирует возможное падение доходов правообладателей и рост цены услуги, а с другой — повысит ответственность реципиентов государственных киноинвестиций, ведь все будут знать, что деньги на наше кино взяты прямо с рынка.

Если же мы внедрим высокую прокатную плату как плату «за вход» (то есть перед стартом фильма в прокате), то мы многих просто оставим за порогом: для компаний, прокатывающих независимое зарубежное кино, это будет ударом. 5 млн отдать за прокатное удостоверение означает просто не покупать этот фильм для проката в России. А там много качественного, хорошего массового кино, которое можно купить, и за промо-бюджет в 8-9 млн сделать фильму хороший, громкий прокат, разнообразив рацион российского зрителя. Зритель не должен «питаться» только Голливудом и российским кино. «Стражи Галактики» пробиваются в Китай при всем его жестком протекционизме, а уж к нам пробьются и подавно! Брать 5 млн только потому что фильм зарубежный, нельзя. А вот брать постфактум, скажем 2 миллиона с зарубежного фильма, если он собрал 200 — может, и стоит. Можно, конечно, подискутировать о суммах. Но 1% от валовых сборов зарубежного кино в 2016 году дал бы дополнительно 437 миллионов рублей, если бы государство взимало эту плату.

#### **Насколько вы считаете эффективной и необходимой практику изменения Министерством культуры РФ дат релизов?**

До тех пор, пока это делается в диалоге с рынком, и стороны друг к другу прислушиваются, я в этом большой проблемы не вижу. Главное, чтобы не было перегиба, чтобы релизы не двигали чаще, чем появляются фильмы, которые этого действительно заслуживают. На мой взгляд, у нас в году есть буквально 2-3 фильма, для которых Минкульту имеет смысл «раздвинуть» прокат. Это исключительная, точечная мера, которая должна приниматься только когда есть веские основания. Я бы эту меру не расценивал как вещь, в которую стоит долго играть. Это что-то, что может быть полезно в малых дозах — на стадии реанимации рынка. В дальнейшем было бы здорово, если бы государство от этого отстранилось. Такое вмешательство, если оно превратится в систему, будет расхолаживать. Когда любой российский продюсер с более-менее серьезным бюджетом выходит на рынок, зная, что для него раздвинут даты, — то он просто обязательно где-то, в чём-то недостаточно постарается. Такова натура человека.

#### **Считаете ли вы, что доля российского кино является основным показателем успеха**

**отечественных фильмов? Какая, на ваш взгляд, оптимальная доля российского кино (по сборам и по зрителям) может быть?**

Оптимальная доля — 28-30%. Показатель вполне хороший и эффективный. Мы — страна с богатейшей кинематографической традицией — не должны на собственном рынке довольствоваться 18%. Нам сильно не хватает размышления над нашими проблемами. Кино — это рефлексия на темы, которые волнуют людей. И нам нужно больше фильмов о России, о том, что в ней — с нами — происходит. Разных фильмов. В разных жанрах. Мы слишком долго жили без своего кино, мы слишком давно живём в обстановке, когда его мало. Поэтому нынешние 18% нам точно нужно повышать. Более того, даже эти 18% — под большой угрозой. Их легко могут у нас отобрать. Как мы знаем из исследования Фонда кино и ВЦИОМ, аудитория российских кинотеатров взрослеет. А наша киноиндустрия, понимая, что взрослые люди идут в кино, в основном работает для них. Голливуд тем временем оперирует другими цифрами и масштабами и прекрасно понимает, что нужно работать с будущей аудиторией. У российской индустрии горизонт планирования не очень далек, нет времени думать на 15-20 лет вперед. Соответственно, в моменте мы работаем на взрослую аудиторию и мало думаем о детях, а Голливуд продолжает о них думать, и дети растут на зарубежных фильмах. Слава Богу, у нас в индустрии есть люди, которые это понимают, и их надо поддерживать, иначе мы рискуем через 10-15 лет опять получить поколение, которое не знает, что такое российское кино. И не потому что российские фильмы будут некачественные, а просто потому, что они будут говорить про совершенно незнакомых героев.

**Нужна ли финансовая поддержка со стороны государства на прокат российских фильмов?**

Государственная поддержка нужна на всех этапах.

Какой вид рекламы является наиболее эффективным для российского кино?

Реклама российского кино ничем не отличается от рекламы других фильмов. Еще раз подчеркну свою мысль о том, что у зрителей нет понятия, российское кино или не российское, есть понятие хорошее кино и плохое кино. Желательно, чтобы среди хорошего было больше российского. Все пользуются одинаковыми методами — реклама в кинотеатрах, телевизионная реклама, наружная реклама, диджитал, роль которого вырастает для всех фильмов. Мы живем в эру big data, когда у прокатчиков есть возможность более прицельно работать с аудиторией, расширяются возможности таргетинга, что открывает новые глубины в науке продвижения продуктов вообще и кинопродуктов в частности. Диджитал будет рулить все больше, но это не отменяет других видов рекламы. Я бы ставил так: прямая телевизионная реклама, трейлеринг, диджитал — это три равновеликих кита, далее — всё остальное.

**Каков средний маркетинговый бюджет российского фильма?**

У большого фильма может доходить до 150 млн. Чем компактнее релиз, тем меньше бюджет. Для российского фильма бюджет от 30 млн уже позволяет пошуметь, но большинство фильмов, ищущих выхода в прокат, даже этим бюджетом не довольствуется, его нет.

**Как бы вы оценили текущий рынок кинопоказа? Достаточно ли количество залов, устраивает ли вас качество предлагаемых кинотеатра или услуг?**

У нас в несколько раз меньше киноэкранов, чем в Америке, и еще меньше, чем в Китае, где открывалось по восемь залов в день. Нам есть куда расти. Рынок будет реагировать сам на изменение экономической конъюнктуры в стране, на рост покупательной способности населения и численности населения в общем.

Всё, что сейчас требуется для того, чтобы выйти на хорошие позиции для стартового роста, делает государство, поддерживая открытие кинотеатров в малых городах. Эта программа, на мой взгляд, еще даст о себе знать, это очень крутая инициатива.

В целом же темпы роста рынка временно замедлились, и на смену экстенсивному развитию пока пришло интенсивное. Индикатором тому служит недавняя сделка по слиянию «Синема Парка» и «Формулы кино», то есть на рынке происходит укрупнение. Затем снова наступит этап экстенсивного расширения. И сети пойдут дальше развивать сбыт. Если есть город, где есть зрители, там появятся кинотеатры. С нынешним количеством залов на рынке чересчур тесно — и фильмам, и игрокам. Рынок ждет рост. Если конъюнктура изменится к лучшему, рост будет внушительный.

**Как бы вы оценили рынок легального онлайн-показа?**

Цифровая дистрибуция контента, развитие платформ для персонального просмотра (дома и в дороге, назовем их так) — это главный сектор для монетизации библиотек. Как я уже говорил, библиотека — основной источник дохода в кинобизнесе. Рынок будет развит, когда

у всех будут устройства, к которым не возникает вопросов ни у бабушки, ни у внука. Это уже почти случилось. 2-3 года, и это станет общим местом. Пиратство умрет лет через 5-7, потому что легальные платформы — понятные бренды, гарантирующие качество и своевременный выход продукта, перевоспитают аудиторию так, что она забудет про пиратские площадки. Повышение доступности и проникновения услуги отразится на стоимости услуги, и цена будет комфортной.

**За рубежом сейчас активно обсуждается сокращение окна между кинотеатральным релизом и выходом фильма на VOD. Как вы считаете в российских условиях, каким должно быть это окно?**

Зависит от жанра, фильма и того, как договорится прокатчик и продюсер с платформами. Для каждого фильма свое уникальное решение, какой-то норматив здесь внедрять не нужно. Закончил фильм работать в прокате, пусть выходит в диджитал.

**Как вы относитесь к «длинному» прокату? Какова, на ваш взгляд, оптимальная длина кинотеатрального проката российского фильма?**

Если фильм хороший, он может работать месяцами. Если фильм плохой — один уик-энд в лучшем случае. Длинный прокат существует как аномалия и феномен, он не существует как закономерность, которую можно было бы вывести или воспроизвести искусственно. Золото прячется в недрах, его нужно искать, копать, находить. Алхимики пытались сделать золото, но ничего не получилось. Долгий прокат — это золото. Добывают его руками, но это продукт стихии. Делаем хороший фильм, прорабатываем с кинотеатрами внятную модель работы и держим кино в прокате ровно столько, сколько оно заполняет залы. А это зависит от момента, от того, как распространяется в народе добрая весть о хорошем фильме. Это уже стихия.

Опять же если вернуться к диверсификации способов поддержки нашего кино. Я захожу в школу к ребенку и вижу на доске объявлений постер одного из иностранных фильмов, который идет в прокате. Что он там делает? Его туда повесили умные, предприимчивые и активные люди. Информация о фильме была донесена до школьников. Что мешает нам подумать о внедрении какой-то общегосударственной программы пропаганды отечественного кино в школах? Вот «Время первых» — идеальный фильм для школьников, скоро выйдет «Салют-7», «28 панфиловцев» можно и нужно было старшеклассникам показывать. Выделите деньги школам на билеты в кино. Может быть, я глупость говорю и нельзя делать это напрямую. Но пусть школы водят детей в кино по каким-то льготным билетам, на утренние сеансы вместо уроков. Я помню, как меня водили из школы в кинотеатры, в пионерлагере нам показывали фильмы, и я до сих пор помню эти фильмы! Отдайте за какие-то небольшие деньги кино в пионерлагерь, пусть дети его там смотрят. Иначе там будут пиратские DVD крутить, а так хоть какая-то копейка возвращается правообладателю. И обязательно нужно «поженить» школьный курс литературы со специальной программой в муниципальных кинотеатрах, в рамках которой можно было бы детям показывать великие экранизации изучаемых произведений.

**Интересует ли российское кино зарубежных дистрибьюторов и зрителей? Российское кино на данный момент наиболее успешно за рубежом в своем фестивальном или коммерческом сегменте?**

В фестивальном положении у нас весьма крепкие, благодаря постоянному участию в крупнейших смотрах класса «А». В коммерческом сегменте позиции укрепляются. Посмотрите на успех «Он — дракон» в Китае, посмотрите, как будет работать там «Притяжение», давайте взглянем, как идет продажи у «Маши и медведя» и у «Снежной королевы» Публика в любой стране смотрит зарубежное кино. И у каждого фильма есть свой потенциал и свой зритель, он всегда найдется.

Я не очень посвящен в тайную механику, как фильмы попадают на фестивали. Я примерно понимаю, как работают кинорынки. Что можно сделать и что делается? Есть павильон в Каннах, пусть он будет больше, ярче, краше. Есть присутствие в Торонто — пусть его будет больше. Это все не даст быстрого эффекта, но эффект даст обязательно. В конце концов русские производители фильмов должны иметь на рынках рабочее пространство, где они могут встретиться и провести переговоры. На российских стендах всегда живо, интересно, там много народу, очень оживленная рабочая обстановка. Это всё нужно поддерживать.

Может быть, имеет смысл выделять средства на закупку дополнительных рекламных площадей на международных рынках. Этого точно российскому кино не хватает. Если есть в каком-то году проект-локомотив, который на всю репутацию русского кино будет работать, — то его надо обеспечивать просто шквальной рекламой! Причем не только в рамках рынка. Это нужно делать постоянно, активнее работать с зарубежной прессой, показывать

ей успешные кейсы. Опять же, если говорить про господдержку, то может быть, имея гарантированный маркетинговый бюджет, продюсеры могли бы привозить журналистов на съемочные площадки или создавать специальные мероприятия, где можно было бы погрузить журналистов в атмосферу фильма. Имело бы смысл сделать глобальную программу по продвижению российского кино, как это делает UniFrance с французскими фильмами. На каком-то российском кинорынке можно было создать международную площадку, куда бы приезжали зарубежные байеры, производители, и знакомились с нашим продуктом.