



ЛАРИОНОВ

Николай,

аналитик

Какие сейчас существуют тенденции рынка кинопроката?

Из-за высокой конкуренции с телевизионным контентом (как российским, так и зарубежным), в кинопрокате не только российском, но и мировом значительно просел сегмент среднего кино — рядовые молодежные комедии, драмы, реалистические боевики, независимый контент в целом.

Зрителям нужны события, фильмы, которые взрывают соцсети («Дэдпул», «Отряд самоубийц», «Зверополис», «Сплит»), которые становятся резонансными и обсуждаемыми в обществе («Сталинград», «Левиафан» и «Викинг» в России, «Снайпер» и «Прочь» в Америке). Рядовое кино, которое не обсуждается, большинство аудитории предпочитает смотреть дома или не смотреть вовсе, выбирая многочисленный сериальный контент.

Сильно возрос фактор качества фильма — многие зрители ждут первых отзывов и только потом принимают решение о походе в кинотеатр, особенно актуально это в отношении российских фильмов.

Одновременно происходит увеличение среднего возраста зрителя, взросление среднестатистического посетителя кинотеатра — как в России, так и в Штатах.

Как вы оцениваете текущую ситуацию с прокатом российского кино?

За последние семь лет из не комедийных проектов, рубеж в 550 млн рублей или 2,5 млн проданных билетов преодолел только один российский фильм, который всесторонне не поддерживал информационно и рекламой федеральный телеканал, — это «Вий». Остальные не комедийные фильмы поддерживались либо Первым каналом («Высоцкий. Спасибо, что живой», «Викинг»), либо холдингом ВГТРК («Легенда №17», «Сталинград», «Экипаж», «Притяжение»). Российскому кино жизненно необходима максимальная федеральная информационная поддержка, которая позволяет привлечь в кинотеатры аудиторию 30+.

Для более активного развития жанровых проектов (комедии, хорроры, фильмы-катастрофы) необходимо больше сильных и ярких творческих единиц (прежде всего режиссеры и сценаристы — такие, как Николай Лебедев, Жора Крыжовников, Роман Каримов, Святослав Подгаевский, «Квартет И» и др.), чувствующих аудиторию, ее запросы и при этом понимающих принципы работы жанрового кино. А для этого необходимо больше уделять внимания проблеме кинообразования, а также усилить поддержку государством съемок короткометражных и дебютных полнометражных фильмов.

Также стоит отметить общую проблему маркетинга российских фильмов.

Какие меры по поддержке российских фильмов в прокате вы предлагаете (сборы с билетов, квотирование и т.п.)?

В данном вопросе главное — не навредить, не создавать проблемы в работе кинотеатров и дистрибьюторов. Нужно усилить бренд российского кино, усилить информационную поддержку со стороны телеканалов, крупных интернет-порталов, лоббировать просмотр фильмов именно в кинотеатре, а не нелегально в сети, создавать специальные акции и мероприятия, усилить маркетинговую составляющую в целом.

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

Да.

Какие виды рекламы сейчас наиболее эффективны для промо российских фильмов?

Телевизионная, внутрикинотеатральная и интернет-реклама.

Какие проблемы в маркетинге и продвижении, на ваш взгляд, есть у продюсеров и дистрибьюторов отечественного кино?

Поздний старт продвижения, недостаточно проработанные маркетинговые стратегии и ошибки в креативных материалах (в первую очередь — трейлеры и постеры).

Какой средний маркетинговый бюджет российского фильма?

20-25% от предполагаемых кассовых сборов. То есть для среднего жанрового сегмента это в среднем 35-50 млн рублей на выпуск, для потенциальных блокбастеров — 130-150 млн рублей.

Как вы относитесь к озвученной некоторыми продюсерами и чиновниками идее о повышении стоимости прокатных удостоверений до 5 млн рублей?

Отрицательно.

Насколько Вы считаете эффективной и необходимой практику регулирования государством графика релизов?

Это контрпродуктивно.

Как именно влияет занижение/завышение возрастного рейтинга на финальные сборы фильма и доходы кинотеатра?

Завышение возрастного рейтинга для голливудского контента приводит к тому, что кинотеатры стали реже посещать школьники младше 16 лет. Это приведет к тому, что поход в кино для этого возрастного сегмента аудитории, и так предпочитающего развлечения в сети, перестанет быть актуальным вовсе, что негативно скажется в том числе на будущем российского жанрового кино и кинотеатральной отрасли в целом. Система возрастных рейтингов очевидно требует существенных корректировок.

Как Вы относитесь к существующей сейчас системе распределения сборов, когда примерно 50% остаются кинотеатрам, 50% делятся между дистрибьютором и продюсером?

Это стандартная схема, устраивающая все стороны.

Какие сложности есть у проката независимого контента?

Снижение общего уровня качества зарубежного независимого контента. И одновременно зависимость независимых прокатчиков от решений крупных федеральных киносетей по постановке и рекламе (платной и бесплатной). При этом минимальное количество кинотеатров в стране, стабильно показывающих так называемый арт-мейнстрим, работающих с этой аудиторией (киноклубы, фестивали, акции, семинары и т.д.).

Существует ли пакетная роспись? Если да, то какие ее плюсы и минусы вы видите?

От так называемой негласной пакетной росписи страдают прежде всего небольшие независимые региональные кинотеатры. Им же приходится непросто выдерживать агрессивные форматы постановки тех или иных релизов от мэйджоров.

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

«Длинному» прокату в России объективно мешает большое количество однозальных и двухзальных кинотеатров и недостаточное количество кинотеатров с 12+ залами. И одновременно достаточно агрессивные форматы постановки новинок-блокбастеров, когда снижается средняя наработка и заполняемость на сеанс, когда зритель «растекается» по большому количеству залов, где идет одно и то же кино.

При этом для российского «сарафанного» кино (такие фильмы, как «Поддубный», «Горько!», «Битва за Севастополь», «Жених», «Ледокол», «Гуляй, Вася!», «28 панфиловцев», «Время первых» и др.) крайне необходимо наличие хотя бы одного праймового сеанса на третьей, четвертой и даже пятой неделях проката, когда в кинотеатры доходит зритель 30+, который ждал отзывов или не мог прийти раньше из-за отсутствия времени, отпусков, финансовых проблем и т.д.

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?

Российские условия должны быть приближены к общемировым. Важно, чтобы российское кино не появлялось в бесплатном доступе на онлайн-площадках или на ТВ практически сразу же после окончания кинопроката.

Влияет ли на показатели проката интернет-пиратство? Если да, то какой убыток оно приносит вашей компании?

Интернет-пиратство крайне негативно сказывается на сегменте независимого зарубежного

кино и на российских фильмах, на таких жанрах, как драмы, триллеры, мелодрамы, на проектах арт-мейнстрим.

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

На рынке кинопоказа по-прежнему недостаточно многозальных кинотеатров и кинотеатров в малых и средних городах. При этом качество кинопоказа по-прежнему не всегда соответствует минимальным стандартам по изображению и звуку — в том числе в федеральных киносетях, в крупных городах.

Насколько важным для нынешнего российского зрителя является качество кинопоказа?

Средняя цена билета похода в кино для россиян по-прежнему остается высокой. Но даже в отрыве от цены зритель вправе рассчитывать, что просмотр фильма в кинотеатре предполагает качество кинопоказа в том объеме, в каком он создавался авторами картины (яркость изображения, звук).

Как Вы оцениваете текущее состояние национального кинопроизводства? Каковы на Ваш взгляд перспективы его развития?

Качество национальных фильмов становится выше. Медленно, но все же происходит жанровое расширение проектов. Перспективы развития — в поиске новых талантов, в усилении коммуникации со зрителем — как нашей страны, так и в мировом кинопрокате. Поиск новых тем и экранных героев. Выход на зарубежные рынки, ко-продукция и привлечение зарубежных специалистов.

Что Вы думаете о системе государственной поддержки кино? Считаете ли ее эффективной?

Требуется усиление поддержки дебютов.

Как Вы считаете, возможно ли на данном этапе отказаться от государственной поддержки кинопроизводства?

Это неизбежно приведет к снижению количества зрителей на российском кино.

Существуют полярные мнения относительно того, какие фильмы должны получать государственную поддержку. необходимо ли поддерживать только фильмы-события, или же поддержка нескольких десятков разножанровых картин эффективнее?

Необходим баланс — для индустрии важны и так называемые фильмы-события, и разножанровые проекты, которые бы открывали новые таланты.

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?

Объективным показателем развития отрасли является не доля российского кино, а количество проданных билетов на российские фильмы за год. Успех российского кино не должен зависеть, вышел ли в тот или иной год на экраны «Аватар», «Зверополис» или «Дэдпул».

Необходим ли, по вашему мнению, механизм возвратной поддержки кинопроизводства?

Да.

Необходимо ли проведение кинорынков?

Безусловно, но с усилением деловых программ и возможностью официальной коммуникации между кинотеатрами, прокатчиками, продюсерами и Министерством культуры.

Следите ли Вы за отраслевой статистикой? Какие каналы для этого используете?

Журнал «Бюллетень кинопрокатчика» и портал Cinemaplex.

Пользуетесь ли Вы ЕАИС? Если да, то чего вам не хватает в этой системе? Если нет, то почему?

Система ЕАИС — одно из главных достижений в отрасли за последнее время, сделавшее кинопрокат более прозрачным и мобильным с точки зрения аналитики.