



ПЕТЕЛИН Владимир,

директор сети кинотеатров «Премьер-Зал»

Как бы Вы оценили текущее состояние рынка кинопоказа? Количество крупных игровых, количество экранов, качество предлагаемых кинотеатром услуг?

Ситуация на рынке разная. Если говорить о крупных городах, региональных центрах или городах свыше 300 тысяч, то там рынок развит достаточно хорошо, где-то есть даже перенасыщенность. Например, в Екатеринбурге на сегодняшний день около 12-13 тысяч приходится на один экран при общепринятом мировом стандарте 20 тысяч жителей на экран. Несмотря на программу кинофикации, которую осуществил Фонд кино, ряд населенных пунктов в России по-прежнему не имеют качественного кинопоказа. А если и имеют, то качество оставляет желать лучшего. Деньги были выделены на проекционное оборудование, которое было установлено в советские кинозалы, зачастую с деревянными креслами, и условия просмотра там далеки от приемлемых стандартов.

Насколько эффективна программа кинофикации и должно ли государство помогать в общении с дистрибьюторами?

Программа отличная, с точки зрения охвата малых городов правильная. Но такая программа для небольших кинотеатров это только пол дела: помощь нужна не только на этапе покупки оборудования, но и на протяжении их работы. Этот момент, на мой взгляд, был не продуман. Есть сложность с точки зрения дальнейшего существования этих кинотеатров, дальнейшего сведения ими концов с концами. По ряду причин: в том числе и по причинам того, что кинопоказ есть, а комфорта не удалось достичь, потому что это старое советское ДК. Можно было продумать несколько моментов с точки зрения поддержания государством этих кинотеатров. Например, российское кино, на съемки которых выдаются государственные деньги, должно попадать туда всегда, в независимости от показателей кинотеатров. Было несколько случаев, когда это происходило только после вмешательства Министерства культуры РФ.

Должно ли государство помогать тем кинотеатрам, которые есть?

Безусловно. Для киноцентров, как и для всех прочих видов очагов культуры на территории России, должна быть какая-то программа. Учреждения культуры в небольших городах сегодня получают муниципальное финансирование на заработную плату и коммунальные услуги. Примерно то же самое должно происходить с кинотеатрами. Мы, понимаем, что у кинотеатров большая часть заработка уходит на заработную плату. Они зарабатывают настолько мало, что по факту являются убыточными. Мы как коммерческая компания, работающая с большим количеством кинотеатров, профинансированных Фондом кино, не можем работать себе в убыток, наша деятельность так или иначе имеет себестоимость. Если бы эти расходы на поставку фильмов кинотеатрам каким-то образом компенсировались, могла бы выстроиться система кинопроката в малых городах, и тогда кинопоказ в этих городах смог бы уверенно и стабильно существовать. Еще в советские времена кинопрокат в малых городах посёлках и деревнях, финансировался из того, что зарабатывала киносеть в больших городах.

Какие сейчас существуют тенденции рынка кинопроката?

Каких-то тенденций ярких сейчас нет, кроме каких-то новых вариантов проекторов, в том числе лазерных. Но если заглянуть в будущее, то просматриваются новинки, которые наверняка придут в кинопоказ в ближайшие 10 лет. Наверняка, уйдет кинопроектор как способ кинопоказа, а придут светоизлучающие экраны, которые будут производить качественный показ DCP. Возможно в кино придет виртуальная реальность.

Как аудитория кинотеатров относится к российскому кино?

Есть проекты, которым удается привлечь внимание зрителей. Но у многих зрителей по-прежнему существует предубеждение относительно российского кино и оно, к сожалению, нашими продюсерами продолжает подогреваться с завидным постоянством. Это все

реже происходит, но происходит, несмотря на ряд успешных картин, которые радуют зрителей, и говорят о том, что будущее у российского кино есть.

Повлиял ли финансово-экономический кризис на количество зрителей в кинотеатрах?

Я бы назвал это не кризисом, а новыми условиями существования. На мой взгляд, это повлияло только с той точки зрения, что люди стали более избирательны в покупке билетов. Посещаемость кинотеатров в среднем по 2016 году не падала по крайней мере по нашим площадкам. Несмотря на яркое падение в начале 2016 года, эти падения были компенсированы в другие месяцы. 2017 год показывал даже рост посещаемости. Но тенденция более тщательного выбора, более дешевых сеансов, билетов и попкорна зрителем, существует.

Могут ли в ближайший год вырасти цены на билеты? Если да, то на сколько сильно? Если нет, то что позволит удержать текущий уровень цен?

Я пока не вижу предпосылок роста цен. Возможно, цены на билеты будут возрастать за счет внедрения новых залов повышенной комфортности. Но в целом в краткосрочной перспективе, тенденции к повышению цены нет.

Устраивает ли Вас существующая сейчас система распределения сборов, когда примерно 50% остаются кинотеатрам, 50% делятся между дистрибьютором и продюсером?

Учитывая то, что наш рынок еще недостаточно цивилизован и не сбалансирован, для того, чтобы уметь договариваться разумно и справедливо, некий статус-кво 50 на 50 является достаточно правильным, и лучше его сейчас не трогать.

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

С точки зрения бизнеса, практика эта, конечно, негативная. Любое регулирование при учете непрерывности прокатного процесса что-то нарушает. Яркий пример — расчистка релизов в начале года, когда ряд фильмов передвинулся и оказался в марте. В результате был не очень хороший февраль, но феноменально посещаемый март мы получили март, практически равный январю. Если бы в апреле сдвинулся «Форсаж», уступив дорогу одному российскому фильму, он бы испортил судьбу двух других российских фильмов. Поэтому ничего хорошего в том числе в целом «Российское кино» не получит.

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

Отрицательно, потому что это будет удар по малобюджетному иностранному кино. а это, как правило, либо авторское, более интеллектуальное кино, которое должно быть и доносить до нашего зрителя общечеловеческие ценности и мировую культуру, воспитывать его. То, что стремится делать Министерство культуры — ограждать нашего зрителя от американских попкорн-блокбастеров, данная инициатива сделает это невозможным. Крупные фильмы легко будут преодолевать этот финансовый барьер, а фильмы-победители фестивалей, получатели премии «Оскар» перестанут поступать в наши кинотеатры.

Возникают ли у Вас сложности с получением прокатных удостоверений от дистрибьюторов. За какое время до начала проката вы их получаете?

В большинстве случаев мы получаем прокатное удостоверение за неделю. Но раз в месяц есть фильмы, когда мы получаем прокатное удостоверение в день проката или даже на следующий день после выхода фильма в прокат. Приходилось даже отменять сеансы, потому что мы не имеем права показывать фильмы без удостоверения.

Как Вы работаете с возрастными рейтингами?

Очень большая тема с точки зрения организации процесса контроля за возрастными рейтингами, особенно в общении со зрителями. Есть требования ограничить доступ, но нет права его ограничивать. Когда мы не пропускаем на откровенно взрослые фильмы детей с родителями после того, как родители купили детям билеты на фильм 18+, то наталкиваемся не только на непонимание, мягко говоря, но и на скандалы, что мы нарушаем их права и они сами отвечают за своих детей, нам не на что сослаться. Нет такой механики, как, например, с законом о продаже алкоголя и сигарет, где продавец имеет право попросить паспорт. У нас такого права нет и это очень большая проблема. Надеюсь, что появятся какие-то проработанные механизмы, потому что пока эта ситуация накладывает отпечаток именно на кинотеатры, которым приходится этот вопрос решать, а зритель выплескивает весь свой

гнев на кинотеатры. Это вредит всей системе проката в целом. Вплоть до того, что существует вероятность, что люди могут из-за этого перестать ходить в кинотеатры или ходить реже, а лучше будут скачивать в интернете все, что хотят, без каких-либо ограничений.

Некоторые продюсеры считают, что кинотеатры иногда утаивают свои доходы и подают не совсем верные данные о сборах фильмов. Так ли это? Если да, то могли бы Вы оценить этот рынок «теневых доходов»?

Предположу, что если такое и существует, то в рамках погрешности в масштабах общих доходов фильмов в Российском прокате. И если и существует очень минимально в совсем уж не цивилизованных единичных предприятиях кинопоказа, где-то в «глуши». Мне о таких не известно. В Целом Отрасль сейчас прозрачна, кинотеатры обязаны передавать автоматически отчеты в ЕАИС, основные студии объявили, что кинотеатры не получают фильмы, если они не подключены к международной системе Rentrak. Со всех сторон система прозрачна, и я это крайне приветствую. В этой ситуации гораздо проще и увереннее можно говорить с продюсерами о том, что нужно смотреть и озадачиваться на качеством продукции, и потребностями зрителей, а не говорить, что кинотеатры что-то воруют.

Чувствуете ли Вы на себе потерю доходов от развития онлайн-кинотеатров?

Пока такого нет. Скорее переход к легальным онлайн-кинотеатрам осуществляет аудитория, которая до недавнего времени скачивала фильмы на пиратских сайтах, а сейчас имеет возможность за небольшую сумму смотреть качественное кино в онлайн-кинотеатрах. Возможно, в будущем мы почувствуем какое-то отражение этой ситуации в кинотеатрах, но на данный момент я этого не вижу.

Изменилась ли, на Ваш взгляд, ситуация с пиратством за последние два-три года?

Ситуация с пиратством в интернете несколько изменилась, чувствуется, что стало сложнее найти тот или иной фильм, стало чуть меньше торрентов, но не значительно. В оффлайне ситуация с пиратством не изменилась и ей по-прежнему никто не занимается. Существует большое количество пиратов, которые постоянно делают копии в кинотеатрах. В одном из наших кинотеатров тоже, к сожалению, была такая ситуация, о чем нам сообщили, когда эта копия появилась в интернете (существуют метки, которые позволяют это отслеживать). Мы провели расследование, у нас есть систему видеонаблюдения, видео с которой сохраняется, мы нашли человека, который приходил с портфелем, ставил его на поручень и снимал. Его фотография была роздана всем сотрудникам наших кинотеатров. Спустя три месяца наш администратор его увидела, узнала, мы поймали его с поличным, когда он снимал новый фильм. Вместе с полицейскими отвезли его в участок, но в результате дело было закрыто, потому что у полиции не было возможности им заниматься. Его в этот же день отпустили. Мне пришло письмо, что дело закрыто, так как не смогли провести экспертизу того оборудования, которое у него было изъято, потому что экспертная лаборатория, которая этим должна заниматься, занята до марта 2018 года. То есть механизм абсолютно не работает. Надо начинать менять эту ситуацию в том числе в отношении привлечения к ответственности людей, которые снимают в кинотеатрах, или еще где то незаконно копируют фильмы.

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?

Наверное, все зависит от масштаба фильма и его прокатного потенциала. Хотелось бы, чтобы окно было не меньше месяца. На каких-то крупных проектах — два месяца, какие-то мелкие фильмы могут выходить через две-три недели после проката. Какие-то фильмы с узкой аудиторией могут выходить параллельно, потому что это может подогреть интерес и к походу на этот фильм в кинотеатр.

Существует ли «пакетная роспись»? Если да, то какие ее плюсы и минусы Вы видите?

Пакетная роспись для нас, к счастью, существует в виде слухов.

Как вы работаете с российскими новинками, пытаетесь ли вы их рекламировать? Есть ли разница в работе с российским и зарубежным фильмом?

Основное различие в том, что для российских фильмов мы имеем возможность приглашать российских актеров, режиссеров на премьеры в наши кинотеатры. Так мы стараемся рекламировать фильм. Наши кинотеатры в Екатеринбурге посещали Александр Незлобин, «Уральские пельмени», к нам приезжал один из актеров фильма «Кухня» Никита Тарасов.

Таким способом мы стараемся поддерживать интерес к российскому кино.

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

Не буду говорить обо всех, но у части производителей существует проблема незаинтересованности и понимания необходимости маркетинга в принципе. Наши кинопроизводители до сих пор считают, что достаточно выпустить фильм и все. А это в лучшем случае полпути прохождения фильма до зрителей. Либо маркетинговые бюджеты недостаточные, либо они используют их каким-то неэффективным образом на проведение премьер в единственном самом крупном большом кинотеатре страны, а про зрителей в Екатеринбурге и Владивостоке забывают.

Какой вид рекламы для российского кино самый эффективный?

Как для любого кино и вообще продукта в современном мире, нужно использовать максимально широкую рекламу, направленную в те места, где находится аудитория. Ее нужно определять более четко и работать с ней, проводить маркетинговые исследования. Если это молодежная комедия, нужно использовать соцсети, и прочие инновационные каналы. Телевизор, конечно, никто не отменял, но даже тут нужно использовать правильные каналы. Рекламу молодёжную комедию на канале «Культура» или «Россия», наверное, не нужно. Важно оценивать эффективность вложения по тому или иному направлению, и распределять средства, а не вкладывать все деньги в условную рекламу на Первом канале.

Как Вы относитесь к «длинному» прокату? Какова, на Ваш взгляд, оптимальная длина кинотеатрального проката для российского фильма?

На мой взгляд, российское кино, если оно, конечно, качественное, может работать в длину долго — как раз за счет того, что существует недоверие к российскому кино и даже какой-то значимый российский проект редко выстреливает в первый уик-энд. Если он качественный, включается сарафан и как показывает пример ряда российских картин, на сарафане кино может работать. Самый яркий пример «Время первых», который, мягко говоря, не очень стартовал, но в итоге полмиллиарда получить смог.

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

Кино — такая отрасль, которой для конкуренции с Голливудом без господдержки не обойтись. При этом важно, чтобы ответственность у тех, кто берет деньги, фиксировалась не на уровне сколько копий они выпустили в прокат, а на конечном результате — сколько людей посмотрело кино. Чтобы они были заинтересованы в успешной прокатной судьбе картины и зарабатывали на прокате, а не на этапе производства, что, к сожалению, происходит сейчас.

Какие меры по поддержке российских фильмов вы можете предложить?

Как бы нереально и смешно это звучало, нужно работать со зрителем, провести исследование о том, что он сегодня хочет увидеть. Надо спросить потребителя, какой хлеб он хочет кушать — черный, белый, с солью, с маслом. А не говорить, что сейчас мы вам завернем бутерброд с красной икрой, который, может быть, не нужен нашему зрителю.

Следите ли Вы за отраслевой статистикой? Какие каналы для этого используете? Пользуетесь ли Вы ЕАИС? Если да, то чего вам не хватает в этой системе? Если нет, то почему?

Конечно, пользуемся. «Бюллетень кинопрокатчика», ЕАИС, в том числе мобильное приложение. В ЕАИС не хватает региональной статистики. Есть возможность просматривать сборы по стране, но нельзя посмотреть ее по городам и регионам, чтобы видеть, какое процентное соотношение имеет тот или иной объект относительно рынка. С точки зрения кинопроката, рынки разные. Рынок Екатеринбурга никаким образом не взаимодействует с рынком Челябинска. Нужно рассматривать именно возможности кинотеатров в рамках локального рынка.