



СИРЕНКО Антон,

генеральный директор компании WDSSPR

Как бы Вы оценили текущий рынок кинопоказа? Достаточно ли количество залов, устраивает ли Вас качество предлагаемых кинотеатром услуг?

Ситуация с количеством залов по России очень неоднородная. Если не брать в расчёт Москву, Санкт-Петербург, города-миллионники, то в целом по стране ощущается нехватка залов. Которая в первую очередь бьет по срокам и по продолжительности показа фильмов. Даже фильмы, которые заслуживают трёх, пяти, семи недель в прокате в большей степени теряют эти залы. То есть залов все ещё мало: даже многозальные площадки предпочитают ставить неочевидное, но новое. Многие сети, ведущие более вдумчивую аналитику, сейчас сильно меняют ее, реагируя на сборы. Планирование должно осуществляться заранее. И это вопрос администрирования кинотеатрального бизнеса, который, как и вопрос насыщенности залов, очень неоднороден. Мы поднимаем, что есть прекрасно организованные компании, которые вне зависимости от того, много у них залов или мало — например, небольшие семейные кинотеатры — прислушиваются к мнению своего зрителя. Есть большие сети, которые поступают также. А есть и другая картина.

Есть ли перспективы расширения киносетей?

Зритель очевидно голосует за приход в кинотеатр не только на блокбастер, ведомый большой рекламной компанией. Давно сформировалась аудитория, которая просто приходит в кино. И для таких зрителей вариативность принципиальна. Принципиально, чтобы были разные фильмы, разных жанров, разных производителей, разных стран. Пока многозальность у нас не так развита, мультиплексы есть не в каждом городе.

Какие сейчас существуют тенденции рынка кинопроката? Какие жанры пользуются популярностью у зрителей? Важно ли для фильма 3D или IMAX? Влияют ли технологии на увеличение сборов картины?

Безусловно влияют — и жанр, и ощущение большого кино, кино со значительным количеством визуальной составляющей, что предполагает его просмотр в большом зале, на большом экране. Даже очень хорошую, но камерную драму зритель предпочтёт посмотреть дома. Есть достаточно чёткое понимание, что основная зрительская аудитория кинотеатров считывает это сообщение о величине кино по рекламным материалам — всякие «красивости» чаще всего встречаются в экшен-кино, в приключенческом. Но это не значит, что в фантастическом кино обязаны отсутствовать элементы хорошей драмы. Зритель становится разборчивым, не идёт просто на какое-то зубодробительное кино — конечно, часть идёт именно на такое. Но разница между хорошим экшеном, где есть какие-то эмоции, и фильмом, где кроме экшен-сцен ничего нет, есть — и она выражается в цифрах. Безусловно, в кино зритель хочет видеть фильмы большие, красивые, то кино, которое было непросто снимать, у которого высока production value. Поэтому все ещё так популярен IMAX, который гарантирует ту самую визуальную составляющую. Формат, который сразу несёт в себе сообщение — это кино не просто достойно, но и требует просмотра на большом экране в окружении «соучастников». Чёткого пожанрового деления я бы не делал, потому что лет 10-15 назад говорили, что военная и спортивная драма — это жанры, которые никогда не будут работать в России. Тогда же Россия не была тем рынком, где могли бы сработать фильмы по комиксам. Так что аудитория растёт и меняется, весьма динамично.

Повлиял ли кризис на количество зрителей в кинотеатрах?

Нельзя сказать, что он не влияет, но влияние это неоднозначно. Безусловно, зрители стали меньше денег оставлять в кинотеатрах в целом, в том числе в барах, особенно в регионах. Тем не менее кино, как вид досуга, остаётся одним из самых доступных. Выбирая между походом в ресторан, поездкой на курорт или даже просто на викенд куда-то, за неимением денег семьи предпочитают кино в качестве альтернативы. То есть в какой-то степени для отрасли кризис работает и в плюс. Мы не видим падения по зрителям в целом, рынок достаточно пока стабилен. Ценовая политика многих площадок изменилась, но это не влияет радикально на среднюю цену билета, которая является отправной точкой для нашего

бизнеса. Появились более дешёвые билеты на утренние сеансы, немного снизилась цена самых топовых билетов, но в целом средний уровень стабилен, что не может не радовать.

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

При наличии полноценного рынка и конкурентного предложения цены не могут расти больше, чем общий уровень инфляции по стране. Я не думаю, что цена билета может вырасти выше уровня инфляции.

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

Пакетная роспись — история однозначно нелегальная, и, если она у кого существует, то им стоит обратить внимание на антимонопольное законодательство. Есть стратегическое партнёрство дистрибьютора с сетью кинотеатров. И, понятно, что для партнёров, которые с тобой делят и печали, и радости, существуют одни условия, для тех, кто отворачивается от тебя при малейшей неудаче, другие. И никакое законодательство не может запретить нам дифференцировать этих партнёров. Это не является пакетной росписью.

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»?

Не только продюсеры так считают. Это вопрос из серии «воруют ли в России?». Безусловно, где-то воруют. Мы эту проблему деликатно называем «недоотчётностью». Она есть и подтверждается нашими проверками, мы проверяем и будем продолжать проверять кинотеатры, пока это зло не искоренится. Иногда обнаруживаем удивительные даже для владельцев кинотеатров схемы. Наш общий интерес — сделать этот рынок прозрачным, честным и открытым. И это задача в том числе и государственных органов, которые, как мы знаем, собирают налоги и следят за возвратностью средств, вложенных в кино. И в этом смысле эта наша общая борьба, как и борьба с пиратством.

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

Негативное влияние пиратства несравнимо ни с чем, даже с самыми смелыми инициативами государства. Есть зрители, которые, имея возможность посмотреть фильм дома бесплатно, ни за что не пойдут в кино. Это вопрос менталитета. Пиратство — это зло, трудно к этому отнестись иначе. Его нельзя оправдывать свободой.

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

Онлайн-кинотеатры — это другой способ монетизации интеллектуальной собственности, вполне живой. Есть фильмы очевидно тяготеющие к большому экрану, которые теряют свою привлекательность на домашнем экране. А есть фильмы, созданные для просмотра дома. Так что мирное сосуществование вполне возможно и даже правильно. Главное — действовать в правовом поле.

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?

Сейчас это окно не идеально, потому что не понятно, какое оно. Появление в онлайн-кинотеатрах сейчас связано напрямую и с появлением пиратского контента. На мой взгляд, окно должно быть достаточным для того, чтобы у зрителя была четкая грань между «увидеть кино сейчас в кинотеатре» или «увидеть кино потом онлайн» — это деление должно быть четким и составлять 8-10 недель. Все это, конечно, очень субъективно, сейчас может означать и три-четыре месяца. Для кого-то принципиально увидеть уже завтра, для других не критично простреть через несколько недель. Но для человека, видевшего много рекламы фильма и заинтересовавшегося им, горизонт должен составлять 8-10 недель.

Как Вы работаете с возрастными рейтингами? По какому принципу происходит их определение? Вами/Министерством культуры РФ? Каков процент изменений возрастных рейтингов у Ваших картин со стороны Минкультуры?

Понятно, что мы, как законопослушная компания, исполняем решения государства. Другое дело, что мы думаем по этому поводу. Есть некоторое противоречие между законом и методикой, которую применяет Минкульт. Закон достаточно понятно привязывает применение рейтинга к наличию или отсутствию каких-то сцен в кино. А практика Минкультуры привязана к чужой системе, американской, которая не совпадает с нашей и работает по принципу

«накинуть ещё годик на всякий случай». Конечно, в случае с проектами, которые получают PG-13 в США, это бьет по нам — большинство фильмов, для которых главная зрительская аудитория состоит из 13-14-летних подростков, остаются за бортом. Дети могут придти с родителями, конечно, но тем не менее. И для нас это причина постоянного беспокойства — в случае с зарубежными проектами. Такой проблемы нет, надо признаться, с российскими проектами — здесь все достаточно адекватно. А по студийному контенту мы часто хотим получить рейтинг поменьше, в соответствии с нашим толкованием закона это возможно. Но министерство считает, что если рейтинг 13+ изначально, то должен быть 16+ по неким написанным правилам. Мы вынуждены соглашаться, хотя в душе всегда есть сомнения. Иногда рейтинг завышается после какого-то нелепого интервью режиссера — и такие случаи бывали. Понятно, что, когда он поднимается с 6+ до 16+, это не так критично, а с 12+ до 18+ — это влечёт большие финансовые потери. Мы работаем с той системой, какая есть, но хотели бы, чтобы она была несколько видоизменена.

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

Каждый дистрибьютор коммерческие условия обговаривает отдельно с каждым партнером, с каждым кинотеатром. Есть некий общий уровень, установилось вот такое разделение пополам, что говорит прежде всего о равнозначном партнёрстве. Кинотеатр не может без контента, контент не может без кинотеатра. Сейчас мы находимся в стабильной ситуации, а если эта лодка будет раскачиваться, то совершенно неочевидно, по кому ударят эти изменения. Так что я за существующую стабильность.

Насколько Вы считаете эффективной и необходимой практику изменения Министерством культуры РФ даты релизов?

Государство может и, наверно, должно влиять на рынок. Вопрос в том, запретительного это характера меры или скорее стимулирующего. Практика показывает, что задачи, которые пытаются достичь эти методами, конечно, благородные. Мы все радеем за российское кино и многое делаем ради его процветания. Но очевидно, что аудитория больших русских проектов сильно отличается от аудитории классических американских блокбастеров — порой эти аудитории не пересекаются вообще. Второй важный момент — количество доступных экранов. Очевидно, что у фильма, выходящего на 2000 экранов, больше шансов на коммерческий успех. Вопрос в том, насколько адекватны амбиции релиза. Бывает, что аудитория готова заполнить максимум 1000 экранов. Бывает, что попросту не хватает экранов. В Москве и других больших городах нет проблемы с разведением релизов, если они сильно не пересекаются по аудитории, потому что нет проблемы с количеством залов. В

не столь развитых регионах это уже проблема. В большинстве случаев регулирования не очень эффективно, а в каких-то единичных ситуациях оно эффективно как раз на уровне первоначального планирования. Планы рождаются не за месяц, крупные релизы свои даты обретают за год, и когда происходят подвижки, они всю структуру нарушают. Мы же не объявляем, что воюем с иностранными релизами, так что это все единая материя для ткани рынка. Не было бы рынка, возвращённого в том числе на больших американских фильмах, не было бы успеха у больших российских картин. Связь очевидна, так что рассматривать отдельно иностранное и российское кино просто опасно. К разведению дат я отношусь с крайним беспокойством.

Какие у Вас возникают сложности с получением прокатных удостоверений на фильмы?

Основная сложность, как я уже говорил, — это возрастной рейтинг. И сложности с предоставлением так называемой сигнальной копии для хранения в Госфильмофонде. На последней встрече министра с представителями крупных прокатных компаний и продюсерами было сказано об этом и дано поручение подготовить проект закона, который позволит упростить и финансово, и административно процесс предоставления этих версий в Госфильмофонд. В законе сейчас единственная опция — копия 35мм. И в настоящее время мы теряем огромные деньги, производя копию 35мм в единичном экземпляре — стоит это как хороший автомобиль. И все для того, чтобы удовлетворить некое ветхозаветное требование нашего нынешнего законодательства. Хотелось бы, чтобы эти деньги шли на что-то важное для национального бизнеса.

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

Всегда лучше, когда деньги в твоём кармане, так что как хозяйствующий субъект мы не

очень рады этой инициативе. Вопрос ещё и в том, на что эти деньги идут и как они упрощают процедуру получения прокатного удостоверения. Если бы они шли на благое дело и на поддержку российского кино, если бы это упрощало систему получения удостоверений, делало её более гибкой, лояльной к дистрибьютерам и продюсерам — в том числе и в вопросе сдачи все той же копии в Госфильмофонд — то это был бы правильный компромисс, и эту идею было бы проще донести даже до зарубежных компаний.

Нужна ли финансовая поддержка со стороны государства на прокат российских фильмов? Что Вы думаете о системе государственной поддержки кино? Считаете ли ее эффективной?

Поддержка нужна. Самые крупные отечественные проекты последних лет, во-первых, исчисляются все-таки не сотнями, а десятками, во-вторых, все они были созданы при финансовой поддержке государства. Так что без этого в нынешней ситуации российское кино вряд ли выживет как индустрия.

Какие меры по поддержке российских фильмов в прокате Вы можете предложить (сборы с билетов, квотирование и т.п.)? Есть ли в них необходимость?

Относительно поддержки, которая осуществляется другими способами, есть сомнения. Прежде всего, не факт, что это вообще поддержка. Не очень продуманными действиями можно только навредить: когда фильм начинают навязчиво и активно пропагандировать, то от него отворачивается даже та аудитория, которая бы пришла. Эта нередкая ситуация. По поводу того, что стоит делать, так это поддерживать фильмы в медиа. Та поддержка, например, со стороны крупных телеканалов, которая сейчас существует, — это скорее инициатива руководства этих каналов. И это не имеет системности. Руководителем федеральных государственных и не государственных каналов выбирают потенциально успешный в коммерческом плане проект и его поддерживают. Но это нигде не прописаны и не работает наверняка и в равной степени для всех фильмов.

Какие виды рекламы Вы используете для промо фильмов/российских фильмов? Что считаете наиболее эффективным (наружная реклама, ТВ, интернет, нативная реклама? Какой средний маркетинговый бюджет российского/зарубежного фильма?

В кино нельзя сказать чётко, где начинается, а где заканчивается маркетинг. Даже выбор темы и сюжета, интересного в данный момент для зрителя, уже является своего рода маркетинговым ходом. Если речь идёт о медийном продвижении российских картин, то речь о десятках миллионов рублей. С нуля создаются рекламные материалы, это требует усилий и денег. Необходимо правильно позиционировать фильм, представить его настоящим событием, наметить истории, заинтриговать. Деньги колоссальные, бизнес у нас дорогой по затратам не только на создание, но и на выпуск в прокат. Сейчас бюджетом за 100 млн. рублей уже никого не удивишь.

Как складывается работа кинотеатров с российскими новинками? Какие проблемы в маркетинге и продвижении, на Ваш взгляд, есть у продюсеров и дистрибьюторов отечественного кино?

Если говорить о разнице в продвижении отечественных и зарубежных фильмов, то её сейчас почти нет. Потому что вырос энтузиазм кинотеатров в отношении больших русских проектов.

Как аудитория кинотеатров, на Ваш взгляд, относится к российскому кино? Как Вы оцениваете текущую ситуацию с прокатом российского кино?

Поддержка, которую мы чувствуем сейчас от кинотеатральных партнёров, несравнимо больше, чем, скажем, пять лет назад. Год российского кино, успехи российского кино, растущий профессионализм во всех направлениях — от сценария до спецэффектов, все говорит о том, что маркетинговать российское кино стало не то, чтобы проще, но возможно. Тот негатив, который мы должны были преодолевать, выпуская «Сталинград», в значительной степени исчез. Аудитория воспринимает кино с пометкой «сделано в России».

Необходимо ли проведение кинорынков? Считаете ли Вы важным их посещение и коммуникацию там непосредственно с кинотеатрами?

Важны и нужны. Хотя их, наверное, слишком много. Мы уже общались с организаторами по поводу оптимизации времени и количества. Все сообщество согласно с предложением ограничить количество до трёх в год. Показывать материалы партнерам очень важно, а показывать эксклюзивные материалы через онлайн невозможно — мы даже телефоны собираем. Так что от презентаций мы никуда не денемся. Они остаются важным элементом

продвижения картины. На пути картины к зрителю необходимо представить её партнерам, презентовать новый продукт.

Как Вы относитесь к программе кинофикации малых и средних городов, которую в прошлом году провел Фонд кино? Насколько Вы считаете ее необходимой? Должно ли, на Ваш взгляд, государство финансировать ремонт, строительство, модернизацию кинотеатров? Если да, то по каким критериям и в каких объемах?

Достаточно позитивная инициатива, хотя её воплощение зачастую весьма абсурдно. Кинотеатры получают оснащение и оборудование, ничего с ним не делают, потому что попросту нет квалифицированных сотрудников, которые могут обеспечивать регулярный кинопоказ. Прежде чем делать мощные инвестиции, нужно аккуратно подходить к оценке возможностей предприятий, получающих субсидии, отслеживать наличие у них реального плана реализации этих денег и оборудования в случае их получения. Требуется создание и поддержка структур, которые возьмут на себя организационные вопросы, ответственность, которые обладают достаточным экспертным уровнем, желающие работать с современным контентом. Они смогут помочь директору условного областного дома культуры. Одного желания недостаточно, все не может ограничиваться наличием современного кинопроектора, должно быть умение и знание. Непросто это сделать правильно, хотя инициатива, безусловно, хорошая.

Как Вы оцениваете текущее состояние кинопроизводства? Какие видите перспективы его развития?

Для того, что заместить без потери качества голливудскую продукцию отечественной, нужно тратить соразмерное количество денег. Все деньги, которые вкладываются сейчас в России в производство, исчисляются миллиардами рублей. На производство в Голливуде тратятся миллиарды долларов. Разницу между рублем и долларом мы все знаем. Вопрос замещение одного другим контрпродуктивен. Если мы можем, используя энтузиазм зрительской аудитории, дать ей что-то, что она хочет увидеть — с близкими темами, с близким юмором, с лицами, которые она хочет видеть, то это надо использовать. Но ставить задачу искоренения одного, чтобы на этом месте выросло другое, неверно. Убивать один бизнес ради другого — слишком радикальный и не близкий мне путь. Слишком большое количество людей потеряют деньги и работу, а произойдет ли реально замещение — это не факт. Есть опыт Кореи, опыт Японии, других стран, где неизменно растёт интерес к национальному кино. Есть запрос аудитории на национальные темы. Но его можно разрушить пропагандистскими и популистскими историями. Возрождением российского кино должны заниматься талантливые и умелые люди, которые с этим связывают свою жизнь, а не политические лозунги.

Готовы ли, на ваш взгляд, отечественные киностудии-правопреемницы советских («Мосфильм», «Ленфильм», «Союзмультфильм» и т.п.) производить конкурентоспособные фильмы? Должно ли государство финансировать эти киностудии? Если да, то на какой основе (ежегодная субсидия, проектное финансирование и т.п.)? Должно ли государство выделять субсидии на модернизацию киностудий? Почему сегодня российские киностудии производят меньше фильмов, чем частные компании?

Они существуют, государство вкладывает в ремонт и оснащение оборудованием, причём мирового уровня. Но такие студии, как Мосфильм, работают скорее как площадка, на которой могут снимать кино. Но не являются производственным центром, с точки зрения продюсирования, не являются центром притяжения инвестиций. Нет творческих объединений. Не знаю, насколько эта ушедшая натура может вернуться. Было бы здорово, если бы эти студии производили большое, интересное зрителям, маркетируемое кино. Нужно ли на это тратить миллиарды долларов — на это у меня нет чёткого ответа. Я выступаю скорее за эволюционный подход. Просто вкачать деньги в структуру не означает, что будет какой-то ощутимый эффект. Сейчас Мосфильм не является мейджером даже среди структур, которые моложе его и не обладают никакой производственной базой. Более того цены на производство на Мосфильме, по крайней мере до кризиса, значительно превышали цены на производство на других, даже европейских, производственных комплексах.

Считаете ли Вы эффективным распределение функций между Фондом кино и Министерством культуры РФ? Считаете ли Вы работу Фонда кино и Минкультуры эффективной?

Вся инициатива инвестирования в отечественное кино поддерживает его на плаву, само по себе оно ещё плавать не способно, это очевидно. То, что Фонд кино сейчас работает

лучше, чем раньше, тоже очевидно — прозрачнее, яснее. Работа экспертных советов, создание ЕАИС — все это идёт в плюс. Можно, наверное, сделать лучше, но для меня по крайней мере не очевидно, как можно сделать лучше. То, что Минкульт является «зонтиком» для всего этого — также благое дело. Какие-то инициативы Министерства, которые нам кажутся неоднозначными, мы комментирует. Проблема в том, что к бизнес-сообществу в нашей стране не всегда прислушиваются. Но есть хотя бы площадка, которая позволяет высказываться, это тоже немало. Хочется, чтобы больше прислушивались к бизнесу. Он помогает нести культуру в широком смысле. Наличие в городе кинотеатра, пусть и созданного на частные средства и работающего с зарубежным контентом, — это все равно культура. К сожалению у нас приятно разделять бизнес и культуру, а они во многом идут рука об руку. Даже правовая культура потребления киноконтента — это наше общее дело.

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?

ЕАИС чудесно работает с точки зрения быстроты и простоты, на любом гаджете. Более глубокую аналитику, которая накапливается годами, удобно отслеживать в глобальных системах типа Рентрак. Но то, что ЕАИС сейчас даёт больше глубокой и детальной аналитики, это прекрасно. Это вопрос прозрачности рынка — чем больше и чем больше ответственности за её отсутствие, тем лучше для рынка. ЕАИС позволяет вывести на другой уровень систему отчётности для кинотеатров, также сделать её более прозрачной. Есть, где покручивать, но я, если честно, сейчас даже не знаю, как мы жили без ЕАИС.