



ВЕРЕЩАГИН

Вадим,

заместитель генерального директора
по кинодистрибуции компании «Централ Партнершип»

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

Фильмов производится много, что не может не радовать. Есть фильмы, безусловно, большие — «Викинг», «Притяжение», в прошлом году — «Экипаж». Они собирают огромную кассу. Есть фильмы поменьше — «Защитники», «Гуляй, Вася!», которые тоже собирают в принципе приличную кассу. Но существуют перекосы, связанные, наверное, с тем, что продвижение не соответствует уровню проекта. Это же можно отнести и к американским фильмам. Фильмы Вуди Аллена ни в Штатах, ни в любой другой стране мира не рекламируются как блокбастер, потому что это бессмысленно. Когда происходит большая забивка рекламой и в итоге люди приходят на этот фильм, разочаровываются в качестве, в сюжете, есть негативно влияет на все российское производство в целом. В низких сборах отечественных фильмов при этом нет ничего плохого. Есть и американские фильмы, которые мало собирают. Это нормальная практика. Порядка 5% американских фильмов собирают 90% бокс-офиса. То же самое в России. Долю делают мегаблокбастеры.

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

Я считаю, что жанры должны быть разными. Вопрос объема этой поддержки. Фильмы-события нужны в любом случае. Они в первую очередь будут делать кассу. Да, они все с большими бюджетами, дешево снять фильм-событие невозможно. Есть «Ёлки», где, предполагаю, небольшой бюджет, но это жанр, комедия, очень успешная. Есть «богатыри», которые, в отличие от «Снежных королей», судя по качеству анимации, стоят дешевле. Но есть устоявшийся бренд и бренд поменьше, что полностью отражается в сборах. Бывают уникальные истории, как в Америке с фильмом «Сплит», который собрал бешеную кассу, хотя стоил 10 млн долларов. Но это исключение из правил. Поддерживать надо все, но надо понимать, кого поддерживать и в каких объемах. Наверное, не может продюсер, снимая мелкобюджетные комедии и ужастики, резко перейти в касту фильмов-событий и снимать огромные картины. Такого на практике не бывает.

Насколько эффективно работает система определения лидеров кинопроизводства?

Мы знаем как минимум о пяти лидерах, которые делают большие проекты. Безусловно, «Дирекция кино» с «Викингом». Да, долгострой, но в итоге кино получилось и сделало большую кассу. Есть студия «Тритэ» с «Экипажем», «Легендой №17», в конце этого года будет «Движение вверх». Это люди, которые доказали то, что они могут производить большие фильмы. Есть компания ЦПШ, которая инвестировала и в «Экипаж», и в «Движение вверх», и в «Викинг» и еще производит сейчас «Невский пятачок» и «Коловрат». Есть тот же «Базелевс» с «Ёлками». Каждый год выходят «Ёлки» и каждый год собирают кассу. Каждый год выходят «Богатыри» и каждый год собирают 700+. Это уже доказанный факт. Есть Art Pictures, которая производит большие фильмы-события «Сталинград», «Притяжение». Вот на этих людей и надо равняться, с ними надо работать и их надо поддерживать.

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

Господдержка на прокат сейчас выдается на условиях 100%-ного возврата, по сути это беспроцентный кредит с определенными обременениями. И здесь решение продюсера, нужны ему дополнительные деньги на рекламу или не нужны. Если деньги возвратные, для него это риск.

Как вы в целом оцениваете текущую ситуацию с прокатом российского кино?

В первую очередь есть несоответствие ожиданий продюсеров к реалиям рынка. Не может фильм Вуди Аллена собрать в России миллиард рублей, потому что это такой жанр, у него есть определенная аудитория — достаточно лояльная, но узкая. То же можно отнести и

к российским фильмам. Не каждый из них в состоянии собрать миллиард рублей. Если продюсер считает, что он соберет миллиард рублей, то и тратит соответствующие деньги на рекламу. Тимур Бекмамбетов на всех совещаниях говорил, что на «Времени первых» хочет собрать миллиард, не получилось. Та же история с «Защитниками», которые рассчитывали на 700 млн.

В принципе проблем с прокатом российских фильмов я не вижу. Из года в год опыт это доказывает. Есть просто фильмы с большой кассой, есть с маленькой и должно быть принято адекватное решение по объему поддержки этих фильмов. Аудитория для российских фильмов есть.

Насколько она лояльна к российскому кино?

Бывает так, что выпускаются американские фильмы и собирают маленькую кассу, но это не означает, что американские фильмы не интересны людям. У иностранных картин тоже произошел перекос и связано это с экономическими проблемами в Российской Федерации, с финансовыми проблемами аудитории, а не с какими-то серьезными изменениями в качестве производства. Аудитория хочет с гарантией тратить свои деньги. Соответственно зрители стали более плотно изучать, на что собираются купить билеты в кино. Отсюда и проблемы всех вторых частей американских картин, которые собирают меньше, потому что аудитория четко понимает, зачем платить еще раз за то, что они уже видели. Более оригинальные и крупные картины сейчас в прокате собирают больше денег. Нам приходится с этим жить. В Америке это произошло еще лет 10 назад. Мы до этого дошли сейчас.

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

Двойко. С одной стороны, такая стоимость прокатного удостоверения развязывает руки американским мейджорам, которые даже сейчас сталкиваются с конкуренцией с маленькими фильмами в борьбе за залы. Чем выше будет цена за прокатные удостоверения, тем меньше будет стоять большие мейджорские картины. При этом фильмам «Форсаж» или «Трансформеры» без разницы, сколько заплатит за прокатное удостоверение. Я бы все-таки хотел, чтобы была решена проблема со сдачей обязательного экземпляра на 35 мм. Если такая мера будет внесена, мы будем обеими руками «за». Обязательный экземпляр стоит 3 млн рублей, ну на 2 млн мы поддержим российское кино. Все мейджоры с этим согласятся, особенно с учетом того, что будет меньше конкуренции. Проблема в другом. В России выходит порядка 120-150 отечественных фильмов в год. Топ-6 дистрибьюторов в состоянии выпустить максимум 40 российских фильмов, все остальное выпускают маленькие независимые дистрибьюторы, которые параллельно также выпускают зарубежные картины, за счет которых и живут. Если зарубежных картин не станет, не станет этих дистрибьюторов и вопрос в том, кто будет катать все остальные 100 российских фильмов в год. Для них не будет дистрибьюторов и это проблема. Много ли собирают эти фильмы? Нет, немного. Повлияет ли это как-то на общую долю российских картин? Слегка в негативную сторону, наверное, повлияет.

Считаете ли вы, что доля российского кино является основным показателем успеха отечественных фильмов?

Безусловно, при государственной поддержке, зачастую безвозмездной, хотелось бы понимать, на что она идет. Единственным мериллом является доля, потому что цены на билеты на российское и зарубежное кино одинаковые. Но надо учитывать международные продажи, которые сейчас начинают принимать серьезные обороты и приносить хорошие деньги. Может быть, не такие, как в российском кинотеатральном прокате. Но деньги из-за рубежа идут и это приоритетное направление, которое надо развивать. Понятно, что не все фильмы можно продавать и на уровне сценария должны быть заложены все необходимые элементы для продажи фильма в зарубежные страны. Но это хорошее пособие и дополнительные деньги. Поэтому, мне кажется, что это надо считать. Может быть, не в зрителях, а в количестве проданных единиц дисков, количестве скачиваний, потому что не все страны покупают российское кино для проката. Там прокат более сложная штука, чем в России, и там он не является основным источником дохода, большие деньги приносит реализация интернет и телеправ. Поэтому это тоже надо включать. В любом случае это экспансия российской культуры за рубеж.

Какова сейчас структура доходов российского фильма?

Здесь я могу только в среднем оценить, так как бывают ситуации, когда российское кино ничего не собирает в прокате, но может получить доход от реализации другого рода прав. В

среднем, я думаю, кинопрокат приносит 70% и дальше либо 30% —это интернет-права, либо они могут дать 10% плюс добавятся международные продажи. Тут пока четкой статистики не выработано. Более того рынок продаж не прозрачен и не может быть прозрачным. Никто не будет раскрывать реальные цифры своих продаж. Это просто неправильно.

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

Ежедневно использую ЕАИС, для работы с более глубинными отчетами — Rentrak. Просто по причине того, что у ЕАИС пока нет нормальной системы отчетности. Нужно ее создать — более гибкую, прозрачную, удобную. Нас интересует информация более глубокого характера. С помощью ЕАИС мы можем каждый день отслеживать сборы в режиме онлайн, наши иностранные коллеги тоже пользуются этой системой. Но нам надо знать статистику по кинотеатрам, городам, периодам, в какой день больше фильм собрал, в какой меньше, как работали конкуренты. Этого пока в ЕАИС нет. Чтобы эти данные получить, надо пройти через бешеные сложности получения этих отчетов и глубокой работы в Excel, мы к такому не привыкли, поэтому мы пользуемся Rentrak, где есть такая статистика. Существует разница между тем, как ЕАИС считает продажу билетов и как считает ее Rentrak. ЕАИС, насколько мне известно, считает днем продажи дату, когда был куплен билет, а Rentrak — то, на какой день был куплен билет. Поэтому бывают несоответствия. Кроме того Rentrak, в отличие от ЕАИС, считает в том числе СНГ. Поскольку у большинства российских дистрибьюторов права на все, Россия отдельно от общего СНГ существует всего два года, то для сравнения мы пользуемся данными, которые включают сборы СНГ. Что касается других промышленных вещей я пользуюсь «Бюллетенем кинопрокатчика», «Синемаплексом».

Насколько вы считаете эффективной и необходимой практику изменения Министерства культуры РФ дат релизов?

Мы заранее прогнозируем такие ситуации. Неправильно, когда график релизов известен всем давно, понятно, какие фильмы когда выходят, а после этого приходит российское кино и начинаются подвижки. Особенно это касается больших блокбастеров. Это нездоровая ситуация для всего рынка. Существует обратная ситуация, когда российское кино стоит и на его дату приходит большое зарубежное кино. Наверное, это тоже неправильно. Опять же все зависит от размера фильма. Если это российский фильм-событие, то когда на него приходит крупный американский фильм, это по-человечески неправильно. На западе такого не происходит, есть определенное уважение друг другу. Мое мнение, что продюсеры и дистрибьюторы должны договариваться между собой без подключения Министерства культуры. На примере «Времени первых» возникла определенная проблема. Пришел фильм, которого раньше не было на дате, и начал всех разгребать. Я не комментирую ситуацию с «Салютом-7», но «Форсаж» уж там стоял полтора года. Опять же, если бы у всей индустрии сложилось четкое впечатление о том, что «Время первых» получит как минимум миллиард, а то и два, вопросов бы не было. Я бы еще на месте «Форсажа» подумал, стоит ли там стоять. Когда есть ощущение, что эти миллиард-два существуют только в головах продюсеров, а вся индустрия сходится во мнении в том, что это, возможно, и не 500, здесь возникает реальная сложность. Кинотеатры выступили в защиту не «Форсажа», а своего бизнеса. Мне кажется, что изначально это все должно было решаться на уровне продюсеров и дистрибьюторов, причем заранее, а не так, как это происходило. Практически за всеми дистрибьюторами стоят огромные холдинги, финансовые корпорации, западные студии, которые на всю эту ситуацию смотрят и недоумевают. Россия уже не является для них приоритетным рынком. Мы вывалились из десятки. Приоритетными являются Китай, Бразилия, Мексика — там деньги. А на нас смотрят и думают, что вообще происходит. Глобально им это все не нравится. У них одна мера, которую они могут принять, — перенести релиз на месяц. Но тогда же взвоят вся наша индустрия. Есть пиратство, которое мы пока не можем побороть. Поэтому вся история с передвижением релизов не самая здоровая. Всегда существуют способы договориться, должно быть какое-то уважение друг другу, иначе мы превращаемся в базар и таким образом мы индустрию не построим.

Как вы работаете с возрастными рейтингами? По какому принципу вы их определяете? В основном предлагаете Министерству культуры РФ их сами? Каков процент изменений возрастных рейтингов у ваших картин со стороны Минкультуры? Есть история, что для иностранных фильмов рейтинг завышают. Это, наверное, не хорошо. Существует, насколько мне известно, определенное ощущение как у Фонда кино, так и у Министерства культуры, что чем выше рейтинг у иностранных фильмов, тем меньше они соберут. Фильм «Дэдпул» замечательный пример того, что это не работает. Как и фильм «Джон Уик 2», которому не помешал рейтинг 18+. Мы для него изначально такой рейтинг и запрашивали. Рейтинг должен реально соответствовать тому, что есть в картине. Мы

адекватно оцениваем ситуацию. Есть фильмы, которые, как мы сами понимаем, не несут никакого вреда, при этом в Америке имеют рейтинг PG-13. Но это очень растянутый рейтинг. Он был и у «Бэтмена против Супермена», и у «Хорошего динозавра» — совершенно разных по восприятию фильмов. Если в России нет рейтинга PG-13, то с каким у нас возрастным ограничением должны выходить эти фильмы? Есть фильмы с рейтингом R, это 17+. Какой в России рейтинг должен быть для них? Хороший вопрос. Есть фильмы которые, как мы сами понимаем, имеют рейтинг 18+, а есть, которые 12+, и мы на них настаиваем. Но пока у нас недостаточно четко зафиксировано, чего не должно быть в фильме для того или иного рейтинга. Система не очень работает, к сожалению.

Министерство культуры соглашается с предложенными вами рейтингами?

Не всегда. Для фильма «Бен-Гур» не согласились, для «Звездного пути» не согласились, «Красавице и чудовищу» впаяли 16+, фильм «Номер 44» вообще запретили. Бывает. Опыт набирается, сейчас мы уже лучше понимаем, что и как, но в целом есть перекосы. Мы же не враги себе и стараемся нести определенный социальный посыл. Зачем нам на жесткий фильм просить рейтинг ниже 18+? Чтобы потом в нас пальцем тыкали? У нас была такая ситуация когда-то, еще до принятия закона, с выпуском фильма «Адреналин». Закона не было, но претензии были. Мы реально честно оцениваем то, что видим. С российскими фильмами немного по-другому. Есть задача понизить рейтинг, есть проблема с датами релизов. У нас очень часто происходят предпоказы, на которые продаются билеты. Нам говорят, что получили график релизов от Фонда кино и вы в нем стоите на другую дату, а не на эту. Где здесь логика — не знаю, есть ли она.

Какие меры по поддержке российских фильмов вы предлагаете?

Они достаточно простые. Поддерживать большие проекты. Они соберут большую кассу. Безусловно, важно, кто их катает. Не может маленький независимый дистрибьютор хорошо прокатать российское кино. Он и иностранное не может хорошо прокатать. Здесь нужен определенный опыт работы и наличие средств на поддержку фильма. Очень многие продюсеры говорят, что российское кино прижимают в кинотеатрах. Да не прижимает никто. Вот фильм «Викинг» не просил Министерство культуры о поддержке, но в новый год, в сложнейшей конкурентной среде получил 30% сеансов. Полугодом ранее «Экипаж» получил 40% сеансов. Что еще надо бы сделать помимо господдержки? Две важные вещи. Побороть пиратство и решить вопрос с социальной рекламой больших фильмов-событий. Это была бы отличная помощь от государства.

Изменилась ли, на ваш взгляд, ситуация с пиратством за последний год?

Ситуация улучшилась. Но сейчас мы видим, что фильм пиратиться на самом первом сеансе, очень плохие копии пытаются распространить. Можно ли от этого защититься? Закон есть. Можно ли от этого быстро защититься, пользуясь законом в текущей редакции? Нет, нельзя. Есть суды, никто еще не отменил «зеркал». Уже сейчас наши американские коллеги, зная о законопроекте о «зеркалах», говорят, что если это пройдет, это будет лучший антипиратский закон в мире. Но мы, правда, и самая пиратская страна в мире, если отбросить Китай. Но там тотальный контроль интернета. В России такого нет и правильно, но с пиратством бороться надо.

Какие убытки наносит пиратство?

На большом фильме, который собирает миллиард+, это порядка 100 миллионов. Частично это связано с тем, что у большого количества населения нет доступа к кинотеатрам.

Насколько сегодня, на ваш взгляд, в России развит рынок легального онлайн-просмотра?

Опять же все зависит от пиратства. На текущий момент это все вопросы одной плоскости. Цифровые окна уже сделали короткими. Сейчас стандарт для российского кино — 4 недели. Но при пираты опережают ровно на 4 недели. Аудитория не всегда в курсе, что есть качественный показ. Поэтому здесь, с одной стороны, надо побороть пиратство, а с другой — выполнить социальную функцию и объяснить аудитории, что существуют легальные онлайн-платформы. Сначала у нас все жалуются в соцсетях, что налоги пошли на очередное «произведение искусства», потом эти же люди идут на торренты, начинают качать этот фильм и видят рекламу. По сути их дважды поимели. Сначала продюсеры, которые заработали, по их мнению, на производстве, а потом пираты, которые показывают рекламу да еще и за скачивание некачественного продукта.

Как вы считаете, в российских условиях, каким должно быть цифровое окно?

Четыре недели — это плохо, что становится понятно. Есть пример фильма «Викинг». Это самый продаваемый в онлайн российский фильм этого года. Он вышел через 9 недель после старта картины в прокате и дважды мы переносили дату. Аудитория привыкает к тому, что через четыре недели фильм можно посмотреть онлайн, но с другой стороны мы видим, что некоторые фильмы работают в длину. И чем больше мы приучаем аудиторию к тому, что скоро смотрите фильм онлайн в хорошем качестве — не обязательно в официальных магазинах, как только они появляются там, они тут же появляются и у пиратов в этом качестве, — аудитория перестает ходить в кинотеатры. Это проблема и для кинотеатров и для правообладателей. Мы приучаем смотреть кино дома. А пока онлайн-рынок у нас пока не такой большой, прибыли там совсем другие плюс опять же пиратство. Давайте сузим «окно» до двух недель и посмотрим, сколько людей придут в кинотеатры. Ноль. Две недели уж точно потерпят. Поэтому, мне кажется, «окна» надо расширять. Но к каждому фильму подходить индивидуально. Для мегаблобастеров — минимум 2 месяца.

Какова, на ваш взгляд, оптимальная длина кинотеатрального проката российского фильма?

Есть фильмы которые работают неделю. Есть фильмы, которые работают два месяца. «Гуляй, Вася!» отработал шесть недель, «Вурдалаки» и «Защитники» — неделю. «Любовь с ограничениями» — три недели. Каждый раз это индивидуальная история. Для дистрибьюторов и кинотеатров нет различий между российским и зарубежным кино. Мы меркантильны. Кинотеатры надо рассматривать как полки магазинов: что продается, то и будет стоять. Русское это кино или иностранное — без разницы. И мы зарабатываем дистрибьюторский процент от всего. В длину прокат начал работать хорошо. Раньше панацея была две недели, сейчас фильмы работают в длину.

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

По моему мнению, у них все меньше и меньше эффективности. Многие перестали на них ездить, так как стало дорого. Кроме того, раньше рынки предполагали работу с росписью, но такого уже давно не происходит — все решается по телефону, мэйлу. Профессионально наш рынок все-таки вырос, поэтому обосновывать, почему «Трансформеры» или «Форсаж» будут собирать много денег, не надо. Для российских фильмов бывает по-разному. Иногда мы понимаем, что у нас фильм-событие, есть рекламная кампания, которая идет не первый месяц, а товарищи из кинотеатров при этом говорят, что, прежде чем выпустить кино в прокат, они должны его увидеть. Но, во-первых, кино может быть не готово, а, во-вторых, они что реально собираются и «Форсаж» с «Трансформерами» смотреть, чтобы понять соберут они или нет.

Как бы Вы оценили текущее состояние рынка кинопоказа? Устраивает ли вас количество экранов?

Скорее, не устраивает количество залов. Потому что существует перекоп: либо это мега-многозальники, либо это 3-4-зальники и существующие до сих пор однозальники. Мы стараемся максимально широко представлять свое кино. С малозальными кинотеатрами всегда сложно договориться, когда есть конкурентное окружение. Еще порой отсутствует профессионализм. Зачастую в определенном количестве кинотеатров есть четкая линия: не понравился трейлер, который они увидели в интернете, значит кино не нужно и оно мало соберет. Но мы сами знаем, что это не всегда так. Есть еще куча городов, которые не имеют кинотеатров. А если и имеют — как те, которые созданы при Фонде кино, — то все равно не в состоянии крутить весь репертуар, особенно с учетом обязательства о 50% российских фильмов, которых нет.

Вы готовы работать с такими кинотеатрами?

Мы работаем. Проблема в том, что когда работаешь с малозальными кинотеатрами каждый дистрибьютор пытается сделать максимум возможного для своего фильма. Как только мы дадим кинотеатру возможность одним сеансом поработать с большим фильмом, остальные попросят того же. Зачем нам это?

Должно ли государство обеспечивать открывающиеся кинотеатры связями с дистрибьюторами или прокатчиками? Или каждый кинотеатр должен самостоятельно, своими силами выходить на рынок кинопоказа?

Нужно определиться с вопросом, что делает государство и для чего оно создает эти кинотеатры и помогает им строиться. Если выполняет функцию обеспечения доступа к

кинотеатрам жителей тех или иных городов, это правильно. Если же государство хочет заняться бизнесом, тогда это не совсем государство, это коммерческая структура и должно по-другому осуществляться финансирование. Не через государственные структуры, а коммерческие банки. В таком случае и финансирование должно рассматриваться как инвестиции. Это касается и участия государства на всем нашем рынке в целом.

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

Полностью устраивает. Можно начать ее менять и говорить о том, что дистрибьюторы на больших фильмах получают больше денег, на маленьких — меньше. Но уверяю вас, что по итогам мы приходим к пропорции 50 на 50. У кинотеатров свои расходы, у нас свои расходы. У кинотеатров свои доходы и у нас свои доходы. Мы тратим на рекламную кампанию и производство, кинотеатры тратят на оборудование и аренду. Мы зарабатываем на прокате за счет телеправ, VoD, международных прав. Кинотеатры зарабатывают за счет кинопроката, попкорна и рекламы. Так что 50 на 50 — это нормально.

Какой вид рекламы для промо российских фильмов вы считаете наиболее эффективным?

Нет такого вида. Нельзя сказать, что одно работает лучше другого и наоборот. Здесь может быть либо комплекс тех или иных медиа, либо это должны быть определенные медиа, но они каждый раз выбираются исходя из того, что мы продаем и кому. На фильм-событие нужна огромная телерекламная кампания и наружная реклама, а на фильм поменьше телереклама не нужна вообще, зато нужна мощная онлайн-кампания. Для каждой аудитории существует свой пласт, надо всегда четко выбирать, смотреть, изучать, прежде чем выпускать фильм в прокат.

Какой средний маркетинговый бюджет российского фильма?

Его тоже не существует. Как и для иностранного фильма. Все зависит от реального ожидания от сборов. Если ты ждешь миллиард, то и рекламная кампания стоит от 150 млн рублей. Если ты ждешь от фильма 100 млн и трезво оцениваешь его потенциал, то и тратишь соответственно 20-30 млн. Существует определенный минимум существует — 4-5 млн рублей. Это техническая часть — печать постеров, копий, ключей к ним.

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»?

Оценить невозможно. С наличием ЕАИС стало проще отслеживать статистику, но то, что кинотеатры продолжают утаивать доходы, безусловно.

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

У нас ее нет. Когда-то она имела место быть в большом количестве, но сейчас уже нет. Мы стараемся трезво оценивать то, что продаем. Если у нас есть фильм с маленьким потенциалом, а за ним следует фильм с большим, мы могли бы использовать большой фильм для получения более широкой росписи маленькому, но, с точки зрения законодательства, это не разрешается, к тому же мы знаем примеры, когда широкая роспись не очень помогает.

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?

Должен быть здравый смысл и четкое понимание того, ради чего все делается. 3D стал собирать меньше, чем раньше. Количество фильмов в этом формате также стало меньше. Проблема в большом количестве некачественного 3D и в том, что в какой-то момент в этом формате стали делать все жанры, включая комедии. Народ наелся. Всем по-прежнему нужна история. Если есть хорошая идея, сценарий, хороший режиссер, хорошие актеры, которые взаимодействуют с режиссером, правильный рекламный бюджет, дистрибьютор, тогда все будет хорошо. «Викинг» тому отличный пример. Не 3D, не IMAX — сборы 1,5 млрд рублей. «Притяжение» — 3D, IMAX, 1 млрд.