

## ПОСТ – РЕЛИЗ

**23 июня 2012 в рамках Первого Международного передвижного кинорынка DOORS состоялся Саммит профессионалов киноиндустрии, организованный РОСКИНО и Российской кинокомиссией в США (Russian Film Commission USA) при поддержке Министерства культуры России и Министерства иностранных дел России.**

Модератором мероприятия выступила ведущий международный эксперт по продюсированию и дистрибуции независимого кино Сидни Ливайн (Sydney Levine).

Соведущая Саммита - влиятельный американский журналист Энн Томпсон, работающая для ведущих американских изданий: Variety, The Hollywood Reporter, Entertainment Weekly, L. A. Weekly, Premiere, New York Times, Washington Post, The Observer. В 2007 году Энн создала один из самых популярных и читаемых киноклогов в мире «Thompson on Hollywood» на IndiWire.com.

### **Участники Саммита:**

- **Тони Сэффорд** (Anthony Safford) - президент по закупкам 20th Century Fox и Fox Searchlight
- **Говард Коэн** (Howard Cohen) – совладелец и со-президент компании Roadside Attractions
- **Эрик Д'Арбелофф** (Eric D'Arbeloff) – совладелец и со-президент Roadside Attractions
- **Боб Берни** (Bob Berney) – основатель и генеральный директор Berney Films
- **Джин Берни** (Jeanne Berney) – основатель и со-президент Berney Films
- **Александр Круглов** (Alex Kruglov) - вице-президент Hulu
- **Арианна Бокко** (Arianna Vocco) - глава отдела закупок IFC Films и Sundance Selects
- **Роберт Уильямс** (Robert Williams) - вице-президент по закупкам Indomina Media
- **Роберт Ааронсон** (Robert Aaronson) - консультант по закупкам NBC Universal Media
- **Пол Фидербаш** (Paul Federbush) - со-основатель и совладелец Red Flag Releasing
- **Сара Роуз Таунсен** (Sara Rose Townsend) – сооснователь и со-президент независимой дистрибьюторской компании
- **Элисон Дивини** (Alison Diviney) - менеджер по закупкам Tribeca Enterprises
- **Нэнси Герцман** (Nancy Gerstman) – основатель и совладелец Zeitgeist Films
- **Элеонора Граната Дженкинсон** (Eleonora Granata Jenkinson) - глава Российской кинокомиссии в США
- **Скотт Шуман** (Scott Shooman) - вице-президент по закупкам CBS films

- **Ричард Лорбер** (Richard Lorber) - президент и генеральный директор Kino Lorber
- **Натали Кампельмахер** (Natalie Kampelmacher) – вице-президент по продажам и закупкам Entertainment One Films International
- **Нолан Гэллахер** (Nolan Gallagher) – владелец и генеральный директор Gravititas Ventures
- **Питер Белсито** (Peter Belsito) – со-основатель Sydney's Buzz
- **Гвен Деглис** (Gwenael Deglise) - программный директор The American Cinematheque,
- **Дэвид Рубин** (David Rubin) - президент по производству CBS Films
- **Сергей Рахлин** - исполнительный секретарь, председатель Комиссии по иностранному кино, член Совета директоров Ассоциации зарубежной прессы Голливуда
- **Питер Бродерик** (Peter Broderick) - президент Paradigm Consulting
- **Эдли Гартенштейн** (Adley Gartenstein) - владелец компании Film Movement
- **Сергей Сельянов** – председатель правления Ассоциации кино- и телепродюсеров, глава компании «СТВ» - представлял российскую сторону

#### **Главные темы саммита:**

- Мультиплатформенная дистрибуция контента. Способы продвижения российского кино на американском рынке: Digital – Hybrid – Day and Date.
- Возможности копродукции Россия – США: настоящее и будущее.
- Формирование оптимальной стратегии системного продвижения российских фильмов на международные рынки.

Саммит начался с краткого обзора американского рынка кино.

**Сидни Ливайн** (Sydney Levine):

«В общемировом масштабе американский рынок составляет 30%. В США 5 932 кинотеатра и 39 233 кинозала. Далее по степени охвата идут рынки Европы, восточных стран (включая Австралию) и Латинской Америки. В США в настоящее время действует около 1,5 тысяч кинотеатров, в которых демонстрируют артхаусное кино и фильмы на иностранных языках.

Дистрибьюторы, как и продюсеры, обязаны помнить о том, что в мире ежегодно снимается до 10 тысяч фильмов. Кроме того, все перечисленные рынки имеют свои особенности, потому особенно важно выбрать правильную маркетинговую стратегию. Каждый фильм должен быть адаптирован для конкретной территории. Цель любой рекламной кампании, подчеркнула госпожа Ливайн, - убедить зрителя прийти в кинотеатр. Выпуская картину в международный прокат, необходимо учитывать национальные особенности страны, зрительские предпочтения.

Нередко продюсеры обращаются за помощью к известным экспертам по распространению и продвижению, которые работают в индустрии десятки лет, и ключевым в этом смысле оказывается знание современных реалий кинодистрибуции. Я была удивлена, увидев на

днях в списке участников Moscow Business Square Крису Сареди, работавшую с дистрибуцией на физических носителях около 15 лет назад.

Говоря о мероприятиях ММКФ не могу не отметить, что кинофестивали являются важной составляющей дистрибуции.. И если вы желаете стать частью всемирного рынка, подчеркнула госпожа Ливайн, в них необходимо участвовать. Например, на кинорынках Торонто, Берлина, Канна представляется от 2,5 до 4,5 тысяч картин ежегодно. Ориентироваться в этом море предложений продюсерам помогают около 400 международных агентов по продаже лицензионных прав и 2,5 тысячи дистрибьюторов. Следует учитывать, что агенты, как правило, постоянно работают с одними жанрами и форматами».

Переходя к дискуссии, участники Саммита высоко оценили уровень подбора фильмов, представленных на Первом международном передвижном кинорынке DOORS:

**Нэнси Герцман** (Nancy Gerstman), основатель и совладелец Zeitgeist Films:

«Показанные на кинорынке DOORS фильмы могут быть представлены на любом крупном фестивале мира и иметь резонанс, а также они имеют все шансы на показ по центральным телеканалам и на VOD-платформе в Америке. Благодаря организаторам кинорынка нам удалось близко познакомиться не только с российским кино, и с российской культурой в целом. Эта поездка сделала нас отчасти русскими».

**Говард Коэн** (Howard Cohen) и **Эрик Д'Арбелофф** (Eric D'Arbeloff), совладельцы и сопрезиденты компании Roadside Attractions:

«Важность этого опыта для понимания культуры России невозможно переоценить. Мы впервые увидели некий срез состояния современного российского кино и возможности российских кинематографистов».

**Энн Томпсон** (Anne Thompson): «Знакомство с российским кино в формате кинорынка DOORS позволяет лучше понять страну, людей, поколение молодых режиссеров, снимающих сейчас в России».

Участники Саммита обсудили российские фильмы, прокатывающиеся на территории США. Слово взяла глава Zeitgeist Films, компании-прокатчика фильма «Елена» Андрея Звягинцева **Нэнси Герцман** (Nancy Gerstman):

«Я убеждена, что всегда можно найти зрителя для искренне любимой картины. «Елена» была открыта американскому зрителю показами в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе, дальнейшее продвижение планируется более чем в 40 городах страны. Американский рынок имеет свои особенности. Очень важный момент - количество выпускаемых пленочных копий. Печать их дорога, потому прокат начинается с небольшого тиража (для «Елены» это 6, для «Монгола» - 35 копий). Дистрибьюторы внимательно следят за зрительским интересом – если он растет, то число кинозалов и, соответственно, копий

увеличивается. С переходом на цифровые технологии можно не только увеличить частоту показа, но и продлить присутствие фильма в репертуаре кинотеатров. Например, для русских фильмов в американском прокате нормальным показателем считается 400 дней. Конечно, крайне важным вопросом является продвижение. У нас были хорошие постеры и трейлер фильма «Елена», потому что бюджет продвижения не превысил 40 тысяч долларов. Но было бы справедливо, если бы РОСКИНО и Министерство культуры Российской Федерации включались своими ресурсами и помогали продвижению на территории Америки тех фильмов, которые захотят приобрести дистрибьюторы».

**Боб Берни** (Bob Verney), основатель и генеральный директор Verney Films:

«Картина Сергея Бодрова «Монгол», собрала в североамериканском прокате почти 6 миллионов долларов. Подобный успех объясняется интересной исторической тематикой, яркой фигурой главного героя, а также хорошими отзывами критиков. Все это позволило нам в конечном итоге выпустить фильм на 253 экранах. Фильмы, которые мы просмотрели во время кинорынка DOORS, тоже имеют кассовый потенциал и могут принести нам прибыль. Мы серьезно настроены на долговременное сотрудничество и постоянные закупки российского кино с помощью РОСКИНО. Кинорынок с символическим названием DOORS сблизил кинематографии двух стран и распахнул двери для выхода российских фильмов на международный кинорынок».

**Роберт Уильямс** (Robert Williams), вице-президент по закупкам Indomina Media:

«Успех «Русского ковчега» Александра Сокурова объясняется тем, что в фильме представлен национальный колорит, всемирно известный музей Эрмитаж, а также зрительское внимание привлекла особенность съемки – отсутствие монтажных склеек. В смысловой составляющей фильма играет важную роль целостность, история мирового масштаба, показанная при этом через собственную самобытность».

**Тони Сэффорд** (Tony Safford), президент по закупкам 20th Century Fox и Fox Searchlight:

«Фильм должен в первую очередь понравиться самим прокатчикам, поскольку главы крупнейших дистрибьюторских компаний – тоже зрительская аудитория со своими ожиданиями. И если фильм хороший – он обязательно дойдет до зрителя»

**Арианна Бокко** (Arianna Bosco), руководитель отдела закупок компаний IFC Films и Sundance Selects:

«Фильмы, отобранные РОСКИНО для участия в кинорынке DOORS, безусловно имеют большой фестиваль и коммерческий потенциал. Мы непременно продолжим сотрудничество с российскими кинематографистами и будем уделять более пристальное внимание проектам из России при отборе контента для закупок и фестивалей».

Отдельной темой Саммита стала копродукция.

**Скотт Шуман** (Scott Shooman), вице-президент по закупкам CBS films выдвинул тезис:

«Решение о совместном производстве должно быть обдуманым. Возможные партнеры должны, прежде всего, подробно обсудить как творческое решение, так и формат финансирования, особенности местных условий для совместной работы».

**Тони Сэффорд** (Anthony Safford) особо подчеркнул:

«При совместном производстве обязательно должно быть доверие к партнеру. Без соблюдения деловой этики, без открытости партнеров любой, самый яркий проект, осуществить нельзя. К сожалению, совместное кинопроизводство России и США пока невозможно из-за хаоса в системе российского кинематографа. Однако я приятно удивлен организацией данного мероприятия так же, как и качеством представленных фильмов».

**Дэвид Рубин** (David Rubin), исполнительный вице-президент производства компании CBS Films среди прочих выделил фильм Дмитрия Мамулия «Другое небо»: «Нам очень понравились все предложенные к просмотру фильмы. Особенно поразил фильм Дмитрия Мамулия «Другое небо». При низком производственном бюджете режиссеру и продюсеру картины удалось создать фильм высокого художественного качества. Подобные проекты идеально подходят для копродукции. При совместном производстве наиболее важным аспектом является интернациональность темы, затрагиваемой в фильме. Она должна быть понятна и близка зрителям всех стран, вовлеченных в производство».

Подводя итоги мероприятия, гости отметили важность и объем работы, проделанной РОСКИНО. В рамках Саммита удалось собрать ведущих дистрибьюторов США, большинство из которых впервые посетили Россию. Как отметила модератор Саммита Сидни Ливайн, уникальность мероприятия еще и в том, что в Москве присутствовали крупнейшие и конкурирующие между собой американские прокатчики.

**Екатерина Мцитуридзе, генеральный директор РОСКИНО:**

«Наша подборка оказалась весьма представительной для американской профессиональной аудитории. Все фильмы, так или иначе, вызвали интерес. По популярности первыми в топе стоят фильмы Авдотьи Смирновой «Кококо» и «Два дня». Около 20 компаний отметили их, с некоторыми мы уже начали обсуждать условия покупки. Также очень высоко был оценен фильм «Другое небо» Дмитрия Мамулии. В пятерку лидеров вошел и фильма Романа Каримова «Неадекватные люди».

«Атомный Иван» Василия Бархатова тоже в числе лидеров, участники кинорынка отметили игру актеров и театрализованность как особый стиль, однако, также высказали некоторые замечания по сценарию.

Фильм «Жить» Василия Сигарева привлек внимание представителей многих компаний. Это сильная, но весьма специфическая картина требует особой работы по продвижению, специального точечного маркетинга, поэтому вызвала определенные сомнения.

«За Маркса» Светланы Басковой многим понравился тем, что в фильме освещены актуальные социальные и политические моменты.

Дистрибьюторы отметили фильмы «Я буду рядом» Павла Руминова и «Бедуин» Игоря Волошина как перекликающиеся по содержанию и проблематике, кроме того оценили подачу и затронутые проблемы.

Владельцам компании Roadside Attractions показался крайне интересным фильм «Все ушли» Георгия Параджанова.

Также был отмечен фильм «Со мною вот что происходит» Виктора Шамирова.

В целом топ предпочтений американских дистрибьюторов выглядит следующим образом: «Два дня» и «Кококо» Авдотьи Смирновой, «Другое небо» Дмитрия Мамулии, «Неадекватные люди» Романа Каримова, «Жить» Василия Сигарева».

**Сергей Рахлин, член Совета Директоров Hollywood Foreign Press Association** (организация, присуждающая престижный киноприз «Золотой Глобус»):

Когда почти 33 года назад я улетаю из Шереметьево в «свободный мир» и за мной захлопнулись двери аэровокзала, я думал, что это - навсегда. Но не прошло и пяти лет, как начались политические перемены, сделавшие Россию свободной.

Лично для меня снова открылись двери в российскую прессу и восстановились связи с моим родным русским кинематографом и российскими кинематографистами.

Вижу особую символику в том, что двери Шереметьево широко распахнулись для меня на время передвижного кинорынка DOORS, что по-английски означает именно «двери». Символически - это двери в новое российское кино в новую Россию.

За это я сердечно благодарю РОСКИНО и его главу Екатерину Мцитуридзе, пригласившую меня в Москву и Питер на это великолепно организованное мероприятие в составе представительной американской делегации. Не открою тайну если скажу, что мои американские коллеги в восторге от увиденного и услышанного. Что прибавило мне гордости за мою Родину».

Программа гостей была насыщена просмотрами, но они смогли глубже познакомиться с русской культурой. Передвижной кинорынок DOORS в рамках 34-ого Международного московского кинофестиваля создал все условия для представления национального кино. Организаторам удалось превзойти все ожидания высокопоставленных гостей, которые сожалели лишь о нехватке времени. Генеральный директор РОСКИНО Екатерина Мцитуридзе, завершая Саммит, выразила надежду, что кинорынку DOORS удалось существенно приблизить российское кино к американскому зрителю. Диалог будет продолжаться.

## СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПАРТНЕРЫ



## ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕДИА ПАРТНЕР



## ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПАРТНЕР

**Коммерсантъ**

## МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕДИА ПАРТНЕР



## ПАРТНЕРЫ

