



КиноПровалы

Box office bombs and Movie Flips

Олег Иванов,
Movie Research Company

Cinematic Clunkers



Провальные фильмы
иногда называют
кинематографическими
драндулетами.

КиноПровал – что это?



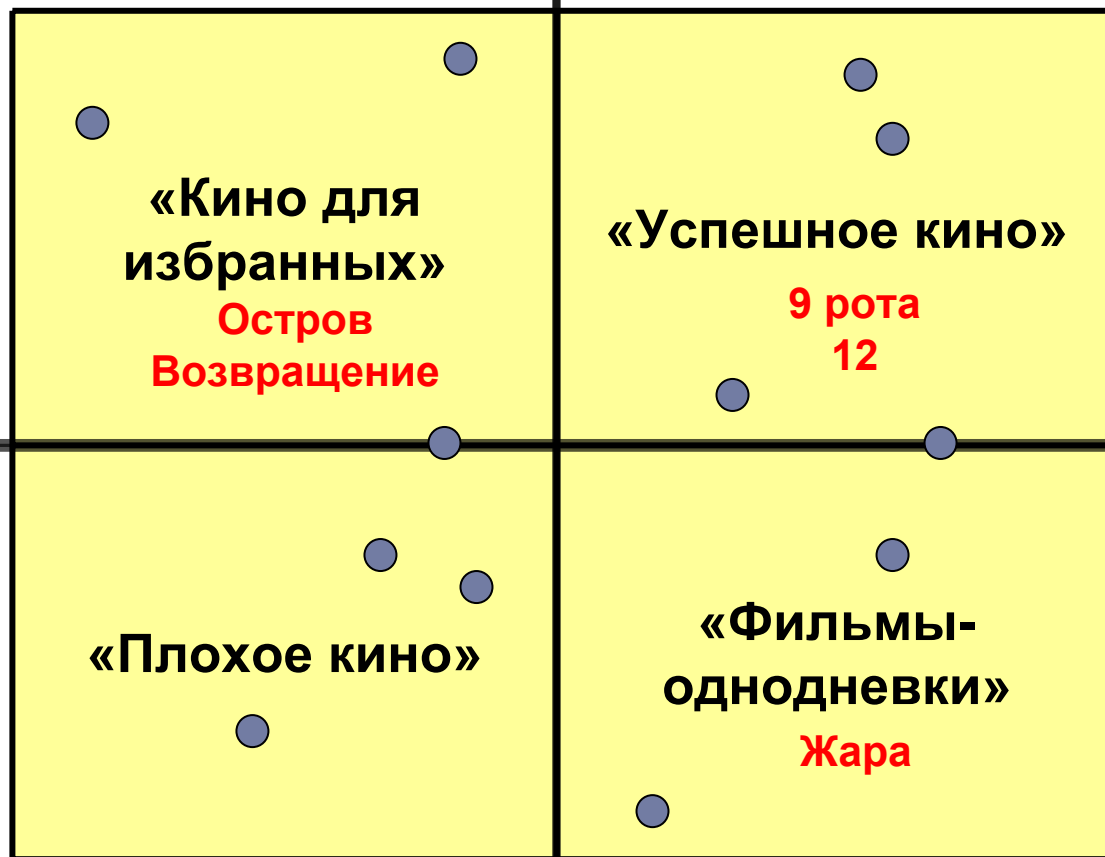
1. КиноПровал – это низкие кассовые сборы?
2. КиноПровал – это высокие потери?
3. КиноПровал – это просто «плохой фильм»?
4. КиноПровал – это неоправданные ожидания создателей?
5. Какие категории фильмов могут «провалиться»:
 - Коммерческое кино?
 - Анимационное кино?
 - Авторское кино?
 - Фильмы-дебюты?
 - Фильмы для детей?

Кино в двух измерениях



Хорошо

Художественная ценность



Все фильмы можно условно разделить на четыре категории в зависимости от их художественной ценности и коммерческих результатов.

Плохо

Коммерческие результаты

Хорошо

20 мировых кинопровалов - Убытки



Biggest Money Losers, Based on Absolute Loss on Worldwide Gross

№	Дата релиза	Фильм	Дистрибьютор	Бюджет, \$	Сборы, \$	Убыток, \$
1	07.12.2007	His Dark Materials: The Golden Compass	New Line	250,000,000	30,425,000	234,787,500
2	27.04.2001	Town & Country	New Line	105,000,000	10,364,769	99,817,616
3	29.07.2005	Stealth	Sony	138,000,000	76,416,746	99,791,627
4	16.08.2002	Adventures of Pluto Nash	Warner Bros.	100,000,000	7,094,995	96,452,503
5	11.07.2001	Final Fantasy: The Spirits Within	Sony	137,000,000	85,131,830	94,434,085
6	27.08.1999	13th Warrior	Buena Vista	125,000,000	61,698,899	94,150,551
7	22.06.2007	Evan Almighty	Universal	175,000,000	172,968,782	88,515,609
8	08.04.2005	Sahara	Paramount Pictures	145,000,000	121,671,925	84,164,038
9	09.04.2004	Alamo, The (2004)	Buena Vista	92,000,000	23,911,362	80,044,319
10	02.09.2005	Sound of Thunder	Warner Bros.	80,000,000	6,300,451	76,849,775
11	14.06.2002	Windtalkers	MGM/UA	115,000,000	77,628,265	76,185,868
12	16.11.2007	Beowulf	Sony	150,000,000	151,119,822	74,440,089
13	16.06.2004	Around the World in 80 Days (2004)	Buena Vista	110,000,000	72,004,159	73,997,921
14	02.04.2004	Home on the Range	Buena Vista	110,000,000	76,482,461	71,758,770
15	24.11.2004	Alexander	Warner Bros.	155,000,000	167,297,191	71,351,405
16	18.02.2005	Son of the Mask	New Line	100,000,000	59,918,422	70,040,789
17	12.05.2006	Poseidon		160,000,000	181,674,817	69,162,592
18	19.07.2002	K-19: The Widowmaker	Paramount Pictures	100,000,000	65,716,126	67,141,937
19	26.11.2003	Timeline	Paramount Pictures	80,000,000	26,703,184	66,648,408
20	11.06.2004	Chronicles of Riddick	Universal	120,000,000	107,212,751	66,393,625

Источник: *The Numbers*

Потери вычислены на основании предположения, что 50 % кассовых сборов возвращены киностудии и не учитывают дополнительные доходы (DVD, TV и т.д.), а выступают исключительно в качестве ориентира.

20 мировых кинопровалов - ROI



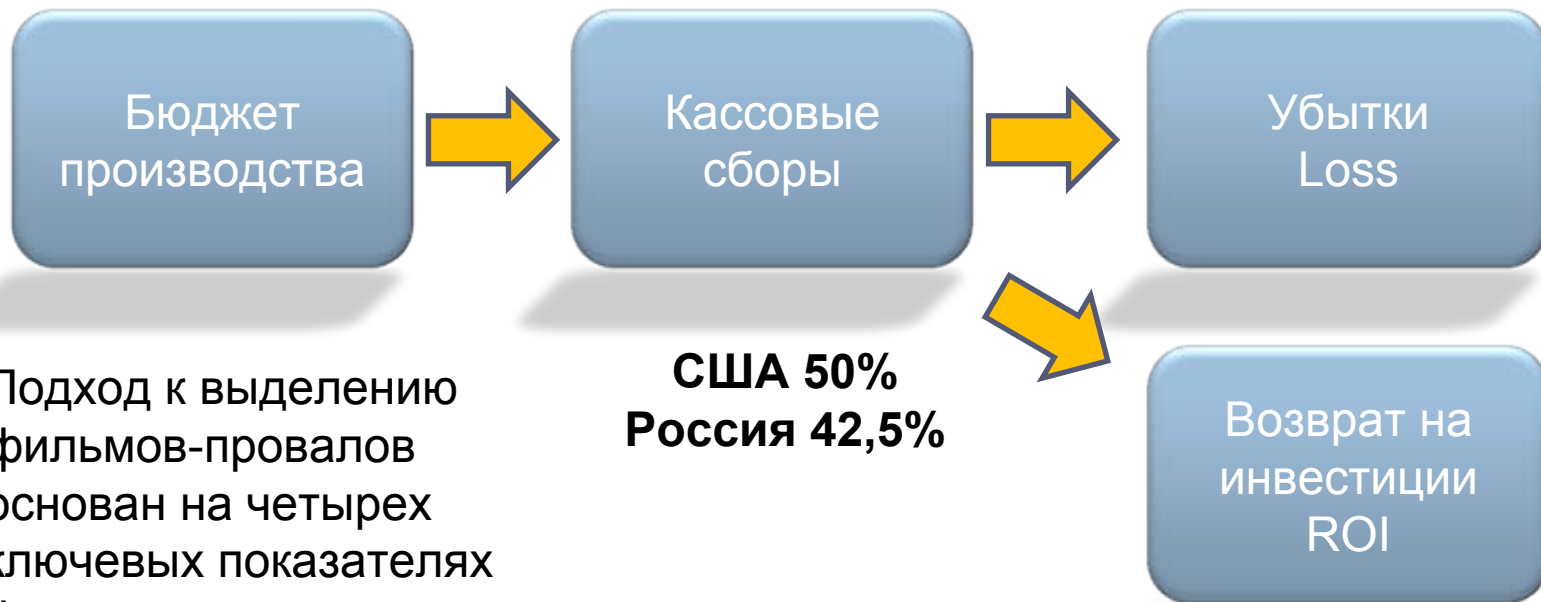
Biggest Money Losers, Based on Return on Investment

№	Дата релиза	Фильм	Дистрибьютор	Бюджет, \$	Сборы, \$	Убыток, %
1	25.10.2002	All the Queen's Men	Strand	15,000,000	22,723	-99.92%
2	17.09.1999	Taxman	Phaedra	3,500,000	9,871	-99.86%
3	17.05.2002	Harvard Man	Cowboy	5,500,000	56,653	-99.48%
4	28.01.2005	Fascination	United Artists	5,000,000	83,356	-99.17%
5	18.07.2003	This Thing of Ours	Small Planet	2,000,000	37,227	-99.07%
6	17.12.2004	Imaginary Heroes	Sony Classics	10,000,000	290,875	-98.55%
7	20.09.2002	Eye See You	DEJ Productions	55,000,000	1,807,990	-98.36%
8	04.08.1999	Gambler	Legacy	3,000,000	101,773	-98.30%
9	21.01.2000	Boondock Saints	Indican	7,000,000	250	-98.21%
10	27.01.2006	Manderlay	IFC Films	14,200,000	543,306	-98.09%
11	04.05.2001	Eureka	Shooting Gallery	2,000,000	76,654	-98.08%
12	10.12.2004	Freeze Frame	First Look	2,000,000	91,062	-97.72%
13	23.09.2005	Dear Wendy		8,000,000	446,438	-97.21%
14	14.10.2005	Where the Truth Lies	ThinkFilm	25,000,000	1,415,656	-97.17%
15	12.12.2003	Statement	Sony	27,000,000	1,545,064	-97.14%
16	27.08.2004	Brown Bunny	WellSpring	10,000,000	630,427	-96.85%
17	12.05.2006	Wah-Wah		7,000,000	463,039	-96.69%
18	10.06.2005	Bridge of San Luis Rey		24,000,000	1,696,765	-96.47%
19	16.08.2002	Adventures of Pluto Nash	Warner Bros.	100,000,000	7,094,995	-96.45%
20	02.09.2005	Sound of Thunder	Warner Bros.	80,000,000	6,300,451	-96.06%

Источник: *The numbers*

Потери вычислены на основании предположения, что 50 % кассовых сборов возвращены киностудии и не учитывают дополнительные доходы (DVD, TV и т.д.), а выступают исключительно в качестве ориентира.

Ключевые показатели кинопровалов



Подход к выделению фильмов-провалов основан на четырех ключевых показателях фильмов.

Ниже уровня анализа:



Экономика кинопроизводства 1п2007

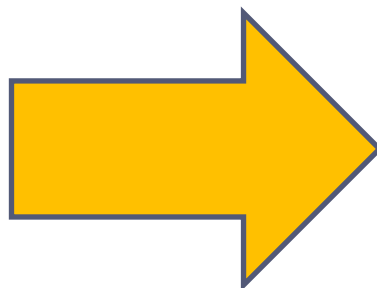


Производственный бюджет

Государственная поддержка

Частное финансирование

**1п2007 -- \$105 млн.
на 46 фильмов**



Доходы кинопроектов

Кассовые сборы

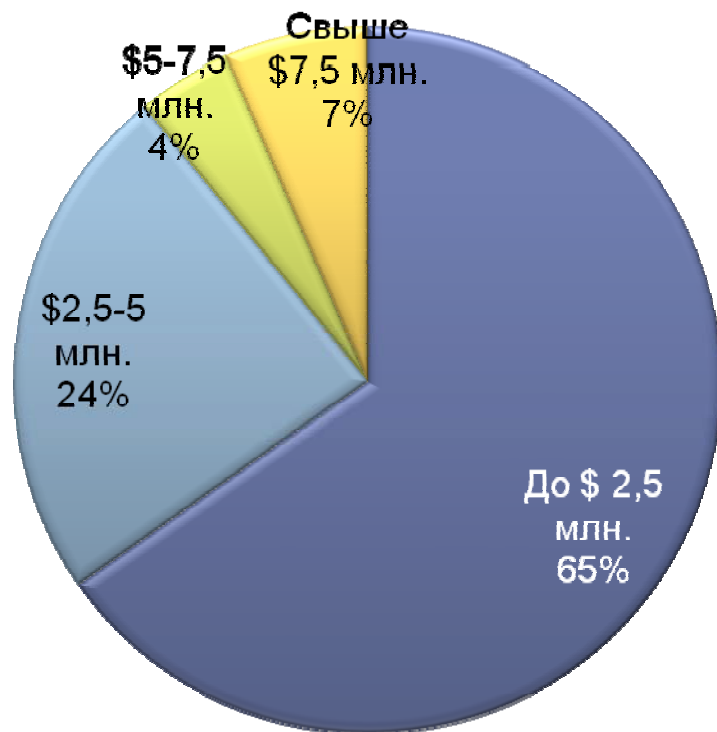
**1п2007 -- \$85 млн.
42,5% -- \$36 млн.**

Убытки национального кино 1п2007 составили \$69 млн., 2/3 этих убытков погасило государство.

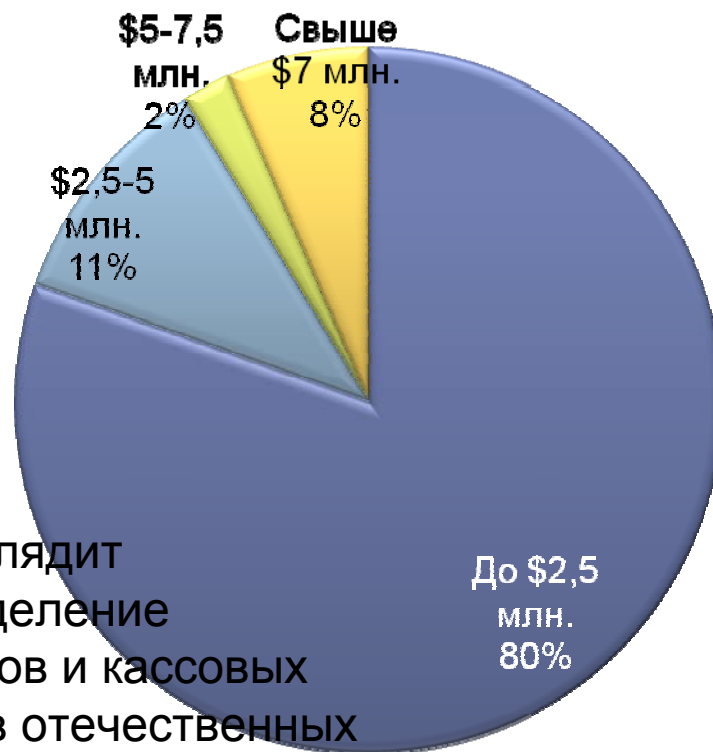
Бюджеты и кассовые сборы 1п2007



Бюджеты отечественных фильмов 1п2007



Сборы отечественных фильмов 1п2007



Так выглядит распределение бюджетов и кассовых сборов отечественных фильмов в 1п2007

10 лучших фильмов 1п2007 - ROI



№	Фильм	Бюджет, млн. \$	Кассовые сборы, млн. \$	Копии	Наработка на копию, тыс. \$	Прибыль продюсера от проката	Возврат на инвестиции (ROI)
1	Жареный язь	1,7	15,63	600	26	4,94	291%
2	Морковь	2,0	11,64	427	27	2,95	147%
3	Дерзкие дни	1,9	3,36	427	08	-0,47	-25%
4	Волжские дави	12,0	20,02	601	33	-3,49	-29%
5	Чуда	3,0	4,45	457	10	-1,11	-37%
6	Верные	3,5	4,89	314	16	-1,42	-41%
7	Дарсграф 78,	1,4	1,42	263	05	-0,80	-57%
8	Три дня в	5,0	4,97	506	10	-2,89	-58%
9	Одессе	1,5	1,49	240	06	-0,87	-58%
10	Неваляшка	1,5	1,09	313	03	-1,04	-69%

Прибыль продюсера определяется по формуле: (Кассовые сборы) * 42,5% -- Производственный бюджет.

Только двум фильмам в 1п2007 удалось показать положительный уровень доходности на вложенные средства.

10 лучших фильмов 1п2007 - Сборы



№	Фильм	Бюджет, млн. \$	Кассовые сборы, млн. \$	Копии	Наработка на копию	Прибыль продюсера от проката	Возврат на инвестиции (ROI)
1	Волкодав	12,0	20,02	601	0,033	-3,49	-29%
2	Жара	1,7	15,63	600	0,026	4,94	291%
3	Любовь-морковь	2,0	11,64	427	0,027	2,95	147%
4	Параграф 78, ф-1	10,0	5,35	385	0,014	-7,73	-77%
5	1	5,0	4,97	506	0,010	-2,89	-58%
6	В ожидании чуда	3,5	4,89	314	0,016	-1,42	-41%
7	Параграф 78, ф-2	1,9	3,36	427	0,008	-0,47	-25%
8	2	5,0	2,76	411	0,007	-3,83	-77%
9	Консервы	3,0	2,07	294	0,007	-2,12	-71%

Прибыль продюсера определяется по формуле: (Кассовые сборы) * 42,5% -- Производственный бюджет.

Только трем фильмам в 1п2007 удалось собрать более 2 млн. зрителей.

10 худших 1п2007 – УБЫТОК



№	Фильм	Бюджет, млн. \$	Кассовые сборы, млн. \$	Копии	Наработка на копию	Убыток продюсера от проката	Показатель
1	Андерсен и другие	10	5,35	385	0,014	-7,73	-77%
2	Жизнь без Любави	6,7	0,16	35	0,005	-6,63	-99%
3	Граф 78, ф-2	5,0	2,76	411	0,007	-3,83	-77%
4	Волкодав	12,0	20,02	601	0,033	-3,49	-29%
5	Параграф 78 ф-1	5,0	4,97	506	0,010	-2,89	-58%
6	07-й меняет курс	2,5	0,09	48	0,002	-2,46	-98%
7	Экватор	2,5	0,18	82	0,002	-2,42	-97%
8	Консервы	3,0	2,07	294	0,007	-2,12	-71%
9	Пушкин и дыхание	2,0	0,02	10	0,002	-1,99	-100%
10	Последняя дуэль	2,0	0,04	34	0,001	-1,98	-99%

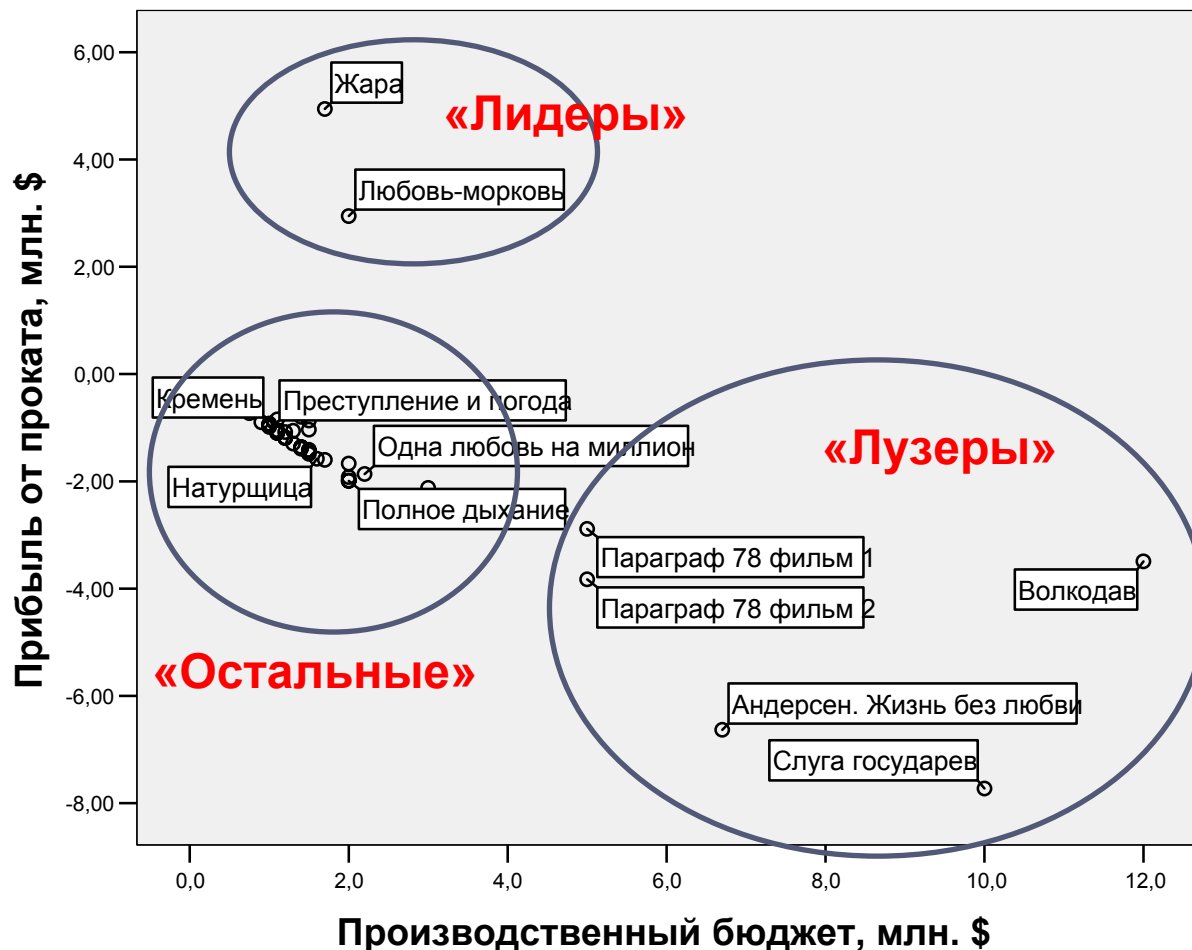
Убыток продюсера определяется по формуле: (Кассовые сборы) * 42,5% -- Производственный бюджет.

Пять из Топ-10 кинопровалов входят в 10 лучших фильмов по сборам (выделены цветом).

Показатели фильмов 1п2007

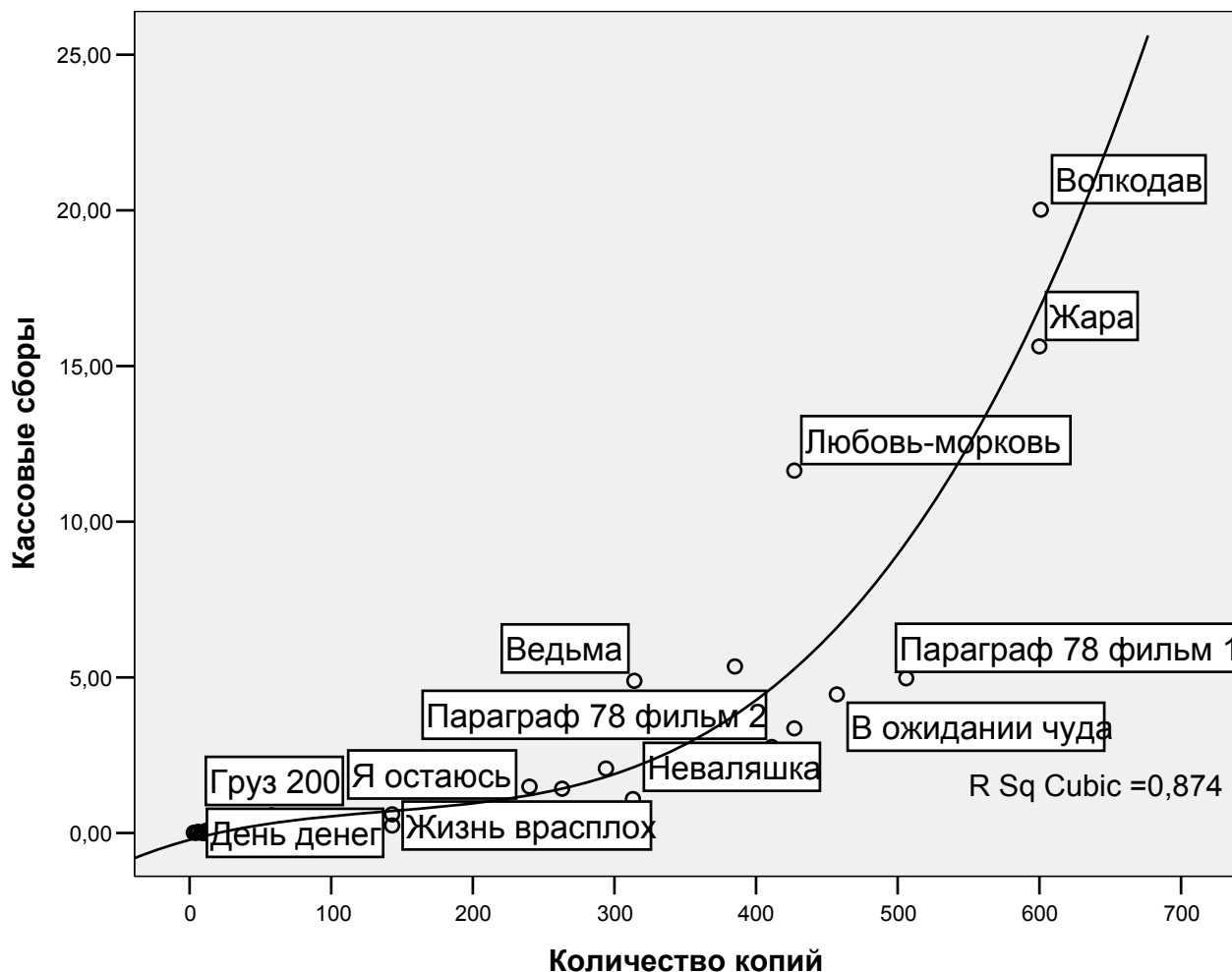


Лидеры и аутсайдеры 1п2007



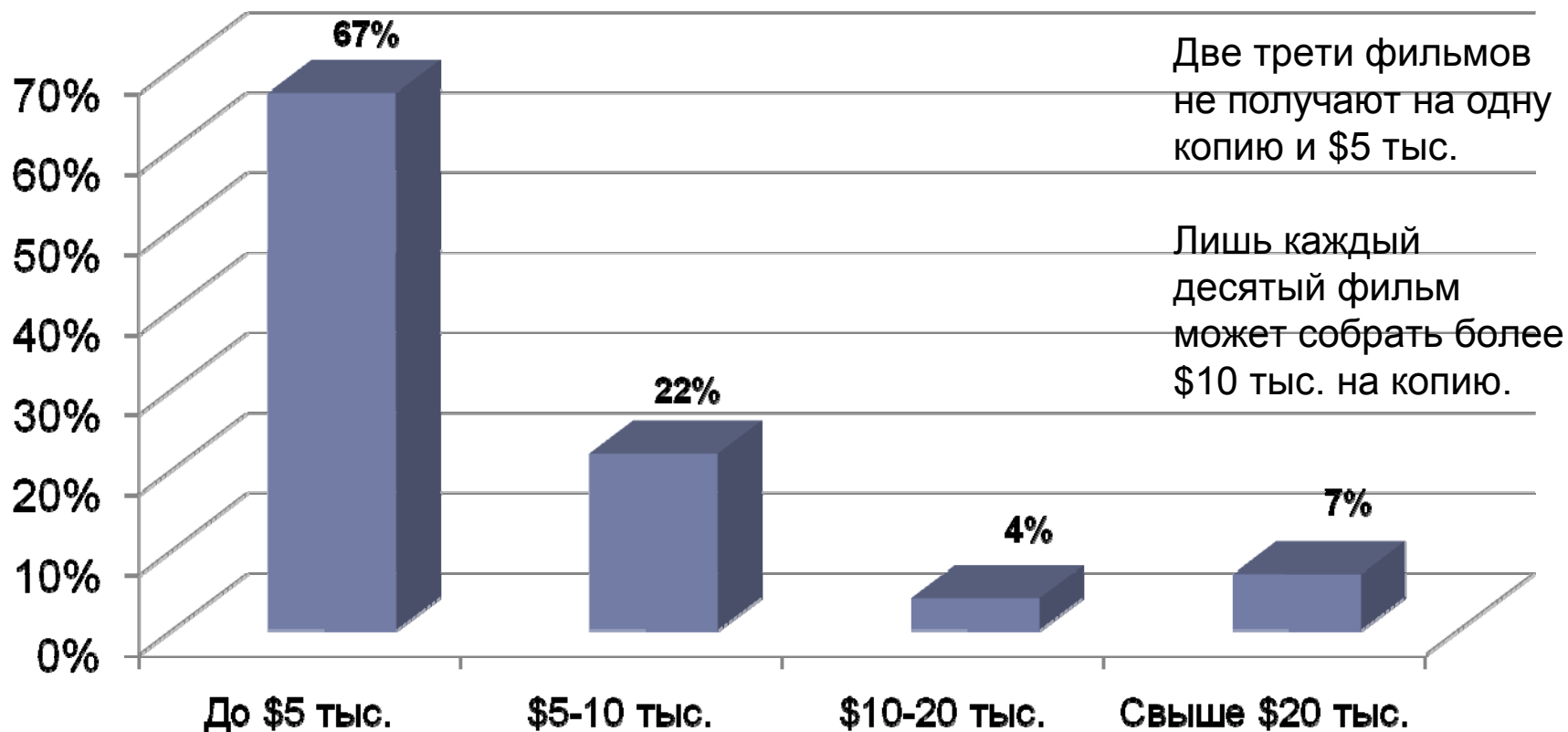
Явно просматриваются три кластера: лидеры, неудачники и все остальные фильмы.

Кассовые сборы и число копий

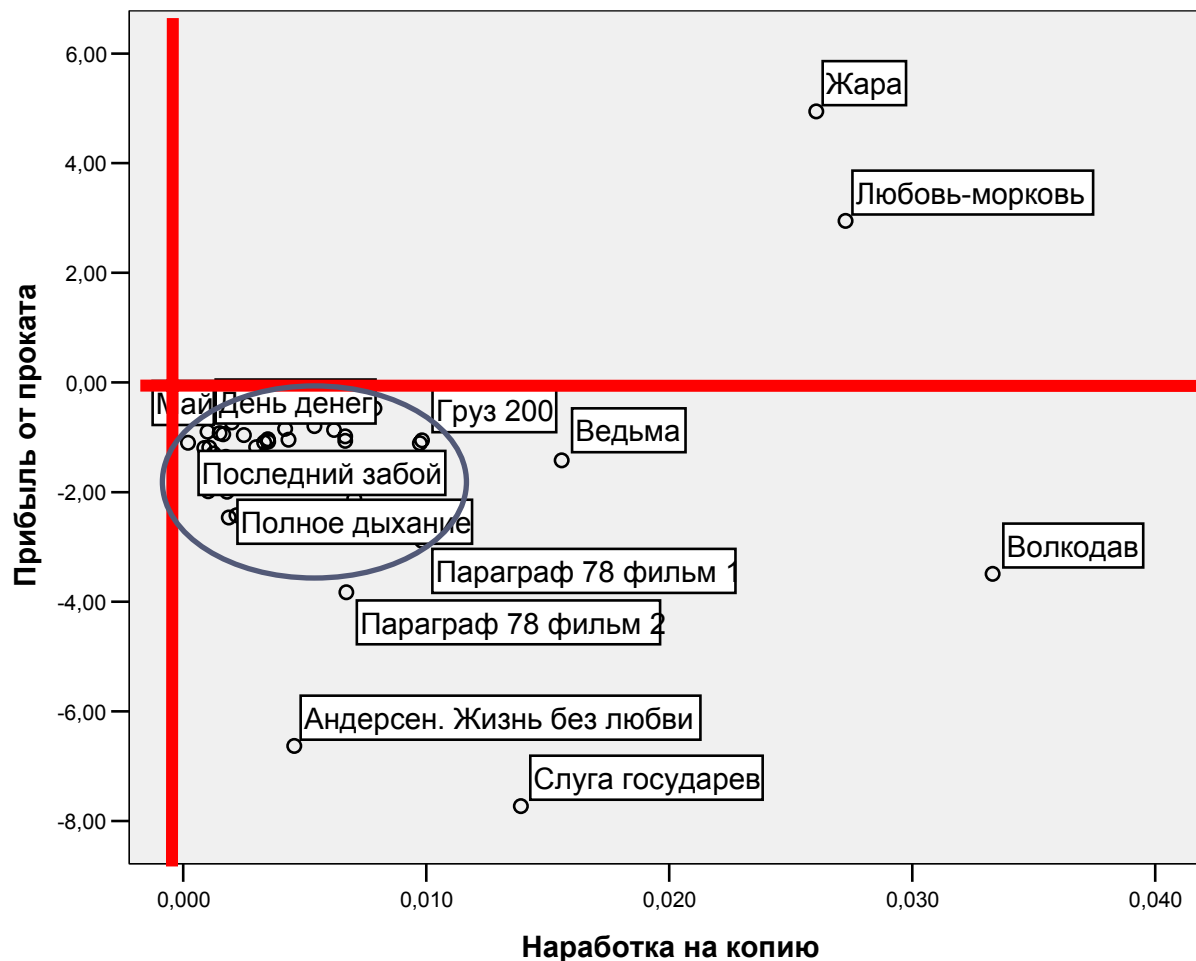


Для многих посредственных фильмов увеличение числа копий не приводит к росту кассовых сборов.

Наработки на копию одного отечественного фильма, 1п2007



Наработка на копию и прибыль



Основная часть фильмов имеет малую наработку на одну копию.

Успешный кинопроект - Бюджет



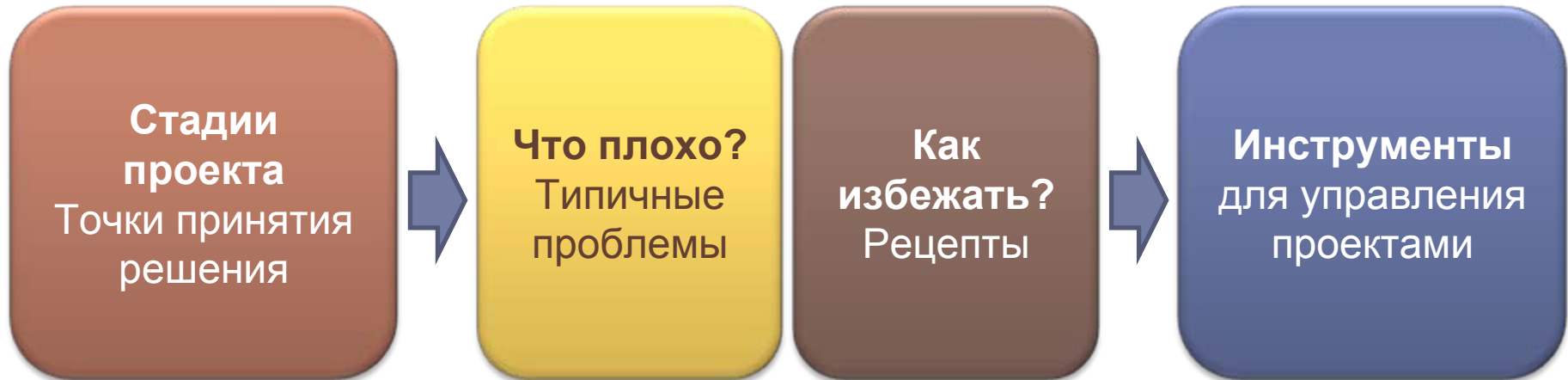
Расходы, тыс. \$		Доходы, тыс. \$	
		Кассовые сборы	7 000
		Кинотеатры (50%)	-3 500
		Прокатчик (7,5%)	-525
Бюджет производства	2 500	Доход продюсера от проката	2 975
Бюджет продвижения	1 500	Продажа прав TV	800
Изготовление копий (400)	400	Продажа прав DVD	500
		Иные права	150
Всего расходы продюсера	4 400	Всего доходов продюсера	4 425

Приведен пример показателей относительно успешного кинопроекта (по состоянию на конец 2007 года). В примере доход продюсера от проката превышает (незначительно) бюджет производства.

Постоянный рост бюджетов производства и продвижения привел к ситуации, при которой фильм близок к кинопровалу, если он не собрал \$7 млн. в отечественных кинозалах.



Pull you movie into the green!
Сделай свой фильм успешным!



Управление кинопроектом предполагает несколько точек принятия ключевых решений. Продюсеры продолжают допускать одни и те же ошибки. Как их избежать? Пользоваться профессиональными инструментами для управления кинопроектами.

Примеры типичных проблем



Стадия проекта

Типичная проблема или ошибка

Планирование

Не определена цель проекта

Не определена целевая аудитория

Идея и сценарий не отвечают потребностям зрителей

Бюджет не соответствует качеству фильма

Производство

Бюджет расходуется неэффективно

Отсутствует обратная связь с целевой аудиторией

Неэффективное планирование рекламы

Цель исследований фильма



Общей целью исследований является выявление оптимальной конфигурации фильма и получение выводов и рекомендаций для повышения эффективности продвижения и дистрибуции кинофильма.

Исследование проводится на различных стадиях создания и продвижения фильма и может рассматриваться как консультационное содействие менеджменту кинопроекта.

Задачи исследований фильма



В подготовительный период:

- 1. Целевая аудитория** Оценка характеристик потенциальной аудитории фильма
- 2. Информация о фильме** Тестирование восприятия потенциальными зрителями информации о фильме
- 3. КиноПрогноз** Прогнозирование числа зрителей фильма в зависимости от выбранной стратегии дистрибуции и стратегии продвижения
- 4. Коммерческий потенциал** Оценка коммерческого потенциала фильма в зависимости от влияния существенных факторов

Задачи исследований фильма



В съёмочный период:

5. Key-art материалы

Тестирование восприятия key-art материалов потенциальной целевой аудиторией

6. Восприятие фильма

Оценка отношения зрителей к фильму для создания финальной версии фильма на основе зрительских предпочтений и для оптимизации системы дистрибуции

В монтажно-тонировочный период:

7. Восприятие рекламы

Тестирование восприятия зрителями рекламных материалов

8. Эффективность рекламы

Мониторинг эффективности рекламных роликов фильма до начала проката

Задачи исследований фильма



В прокатный период:

- 9. **КиноАудитория** Оценка характеристик зрительской аудитории
- 10. **Оценка фильма** Мониторинг зрительских оценок после начала проката
- 11. **КиноОтзывы** Мониторинг и контент-анализ отзывов на фильм, размещённых в открытых источниках информации
- 12. **КиноМониторинг** Мониторинг посещаемости фильма

Методология исследований фильма



№	Задача	Методы
1	Целевая аудитория	Количественный опрос
2	Информация о фильме	Фокус-группы
3	КиноПрогноз	Модель КиноПрогноз
4	Коммерческий потенциал	Коммерческий прогноз кинопроекта
5	Key-art материалы	Фокус-группы
6	Восприятие фильма	Фокус-группы
7	Восприятие рекламы	Фокус-группы
8	Эффективность рекламы	Exit-poll
9	КиноАудитория	Exit-poll
10	Оценка фильма	Exit-poll
11	КиноОтзывы	Контент-анализ
12	КиноМониторинг	Подсчёт «по головам»

Прогноз числа зрителей фильма

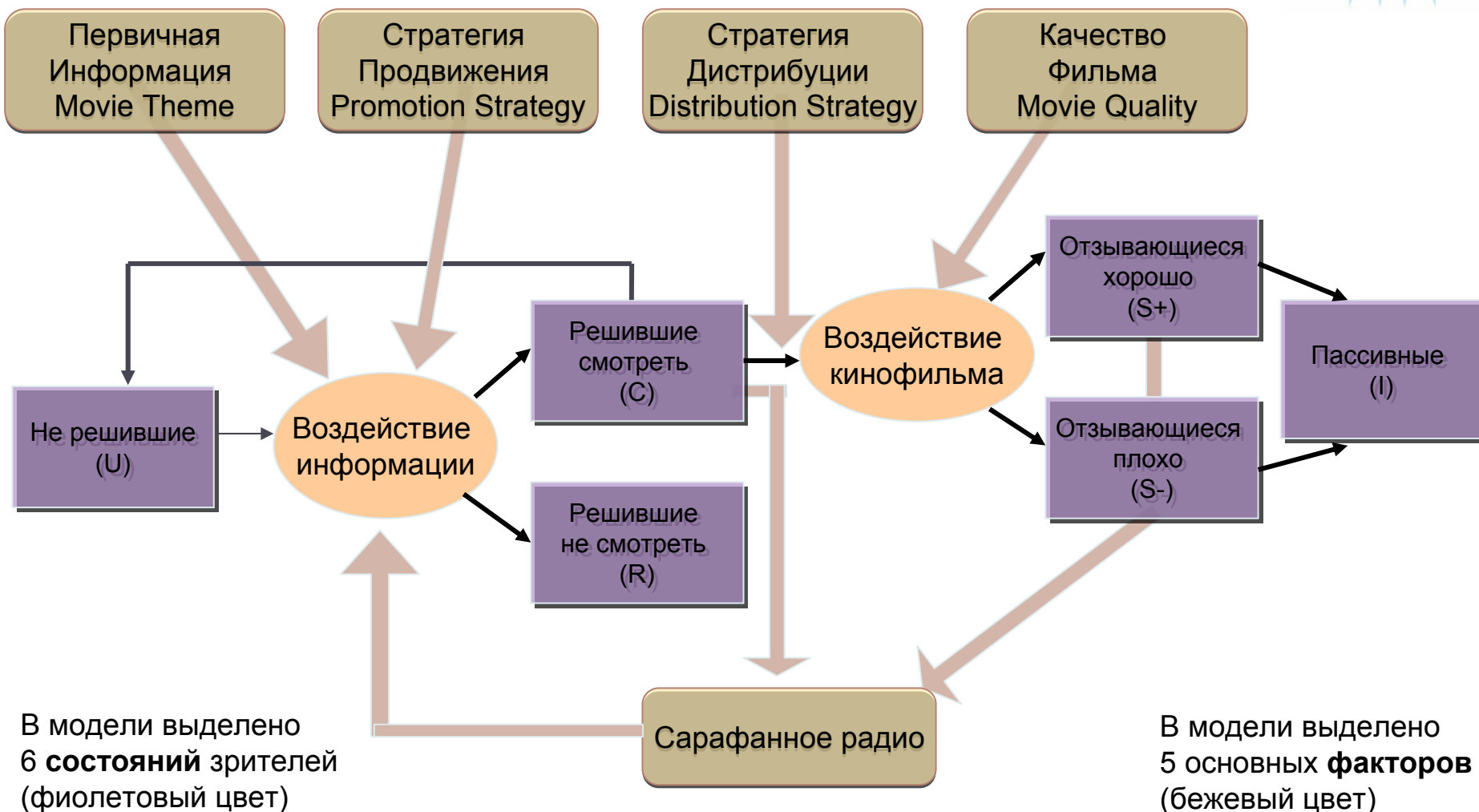


Для прогнозирования используется модель **КиноПрогноз™**, основанная на цепях Маркова – вероятностной теории, позволяющей описывать поведение массовой зрительской аудитории кинофильма в зависимости от нескольких существенных факторов:

Общей информации о фильме	(жанр, актерский состав и др.)
Стратегии продвижения	(медиа-план, каналы, бюджет продвижения)
Стратегии дистрибуции	(число копий, роспись фильма)
Качества фильма	(соответствие ожиданиям, игра актеров и др.)
Сарафанного радио	(число участников, их активность).

Расчет проводится с использованием программного модуля **КиноПрогноз™** для различных вариантов стратегии продвижения и дистрибуции, что позволяет выбрать из имеющихся вариантов оптимальный.

Модель КиноПрогноз



Барьеры и ограничения кинорынка



1. Объективно малая площадка для Box-Office.
2. Многих интересует сам кинопроцесс, а не результаты кинопроектов. Достойных предпринимателей от киноиндустрии – единицы.
3. Кинопроизводители сильно зависят от государственной поддержки. Нет механизмов государственного возвратного финансирования.

Movie Research Company – О нас



Независимый исследовательский проект в киноотрасли
Профессиональное содействие участникам рынка

www.kinobiz.ru

www.movieresearch.ru

Тел. (495) 661-03-55

(495) 661-03-80

(494) 661-08-05

Анонс: КиноСтатистика 2007

Первый выпуск статистического ежегодника

101 таблица о киноотрасли России

Тираж – март 2008

