

КРУГЛЫЙ СТОЛ «КОПРОДУКЦИЯ: ПУТИ ВЫХОДА НА МИРОВЫЕ РЫНКИ»

Вступление

Алиса Струкова - программный директор фестиваля

Второй год подряд на фестивале проводится программа фильмов, созданных в копродукции, и мы совершенно логично решили, что эту проблему надо обсуждать. Вопросов много, перспектив много. Поэтому мы сегодня пригласили вас всех сюда. В этом году у нас на фестивале в первый раз работает жюри, которое оценивает конкурс копродукции. Его председателем является Александр Атанесян. Вам слово.

Александр Атанесян – модератор

Добрый день. Спасибо, что вас так много, что много людей, заинтересованных этой проблемой. Хотя я заменил бы слово «проблема» словом «задача». Иногда совершенно иначе к ней можно относиться. Маленькое вступительное слово. В России за последние 15-16 лет создана прекрасная индустрия потребителя. За это, в первую очередь, нужно выразить благодарность киносетям, дистрибуторским компаниям, которые сделали совершенно блистательную систему кинотеатров, одну из лучших в мире, это абсолютно точно – можно сравнивать. Сделана замечательная система кинопроизводителя – огромное количество студий, где можно снимать; студий по реквизиту, по костюмам; специальных компаний. Созданы замечательные базы данных, хотя их пока трудно назвать актерскими агентствами в полном смысле этого слова, но, тем не менее, базы данных актеров у нас есть. И, как ни странно, продюсеры, которых не очень любят в стране (а не любят, потому что не понимают сущности их работы, а если бы понимали, то любили бы их, холили и лелеяли), находятся в довольно сложном положении, поскольку нет институтов – ни одного, кроме государственного – по инвестированию в кино. Сегодня эту проблему пытается преодолеть Фонд кино, и замечательно, что здесь присутствует директор Фонда Антон Малышев. Сегодня с этой проблемой очень серьезно борется Ассоциация продюсеров кино и телевидения. Здесь присутствуют представители Ассоциации Сергей Сельянов и Илья Попов - надеюсь, они нам тоже расскажут. Но вот вопрос копродукции существует абсолютно стихийно. Справедливости ради следует сказать, что несколько лет назад на Кинотавре поднимался этот вопрос, тоже в виде круглого стола. И тогда – лет 10 назад, если быть точным – мы столкнулись с очень интересным подходом западных партнеров. Тогда существовал миф, что в России огромное количество свободных денег. И почему бы эти деньги не вложить в кино?.. Я принимал участие в обсуждении этого вопроса на Кинотавре, и тогда имел место очень интересный творческий конфликт с одним из французских продюсеров, который говорил: почему бы нам не сделать картину? И, описывая картину, он сказал, что это история про французского журналиста, который приехал в Монголию. У меня, естественно, возник вопрос: зачем русскому продюсеру финансировать... участвовать в картине про французского журналиста в Монголии? На самом деле, есть два подхода. Как ни странно, тогда я был не совсем прав. Один подход – это совместная тема. И этот подход очень

понятен: у нас еще в советское время были прекрасные образцы копродукции, такие блистательные фильмы, как «Подсолнухи», «Красная палатка», «Дерсу Узала» – в общем, приглашенные японские режиссеры, скажем так; «Москва, любовь моя». Были блистательные фильмы, которые с одинаковым успехом работали и на рынке нашей страны, и на зарубежном рынке, в частности, «Подсолнухи» и «Москва, любовь моя» собрали очень много призов на фестивале и прокат у них был по тем временам довольно приличный.

Первый подход – это общая тема. Второй подход – это, собственно, бизнес – слово нами не очень любимое, но без которого мы не можем обойтись. И в этом смысле бизнес – это объединение финансовых усилий для того, чтобы, грубо говоря, заработать больше денег, а для этого – задача очень простая – надо показать максимальному количеству зрителей фильм, который был произведен общими усилиями. Мне ближе, конечно, общая тема, мне ближе подход, когда интегрируются культурные ценности разных народов, разных стран, разных людей в одно литературное или кинематографическое полотно. Но бизнес тоже нельзя исключать, потому что это отдельный способ вывести кино в зону конкуренции мирового русла. Вариться в собственном котле никому и никогда не приносило удачи, примером тому является Северная Корея – их кино никто и никогда не видел и вряд ли увидит, потому что оно малоинтересно. А выходить на международные рынки – уже и Китай выходит, про Индию мы не говорим, а говорим про юго-восточную Азию, их копродукция очень высококлассная. В 60-х - 70-х был огромный поток фильмов франко-итальянского производства - я не знаю, с чем это было связано, но я помню эти замечательные фильмы. И, в общем, пришло наше время. Продюсеры сегодня, мягко говоря, разрывая силки финансового дискомфорта, преодолевая отсутствие института инвестирования в кино, в поисках частных инвесторов и налаживая диалог с государством (что достаточно успешно, но не достаточно по объему), хотят завоевывать новые рынки и интегрировать российскую культуру в мировое пространство. Думаю, эта тема заслуживает внимания. Сейчас, у меня здесь маленькая шпаргалка, которую подготовила программный директор фестиваля Алиса Струкова совместно с компанией «Невафильм».

Здесь нет Вячеслава Тельнова (увильнул, как всегда, от ответа; Министерство Культуры очень мягко реагирует на острые вопросы), поэтому в качестве первой мишени мы выбираем Антона Владимировича Малышева, директора Фонда кино. И вопрос в том, как Фонд кино как наиболее мощная финансовая структура, работающая как в дотационном, так и в инвестиционном режиме с продюсерами, относится к копродукции.

Антон Малышев, исполнительный директор Фонда кино

Спасибо. Собственно, даже тема сегодняшнего нашего круглого стола делится на две части: копродукция и продвижение на рынке. Расскажу о позиции Фонда и по тому, и по другому вопросу. С прошлого года Фонд, после уточнения задач, отказался от отдельного направления поддержки копродукции ради развития собственно копродукции. Но при этом у нас нет ограничений: если кино имеет зрительский потенциал для внутреннего рынка и имеет внешнего инвестора, сопродюсера, то мы всегда это приветствуем. В частности, фильм Александра Миндадзе в прошлом году получил поддержку от немецкой стороны. В этом году, предположим, на недавно прошедшем питчинге у нас был «Вий-2», который, совместно с китайской стороной, получил высокие оценки и, хотя он и не был поддержан, но, тем не менее, такие проекты

появляются, их очень немного. Относительно результативности поддержки копродукции как отдельного направления говорить сложно. У нас есть замечательные примеры, и Сергей Сельянов здесь, в частности, присутствует. Но в принципе, из 18 проектов, которые были поддержаны Фондом по этому направлению ради направления, – просто, чтобы было понятно: 5, к сожалению, не смогли взлететь вовсе, даже имея деньги российской стороны. То есть, даже после выделения больших денег с российской стороны иностранные сопродюсеры как-то отваливались. Не получалось довести проект. Остальные пока в процессе. Кто-то закончил, кто-то еще работает. Поэтому по поддержке копродукции с точки зрения больших индустриальных проектов мы относимся весьма положительно. Относительно выхода на мировые рынки: у Фонда в этом году новое направление работы. Мы делаем отраслевые стенды на крупнейших кинорынках мира - это проект Russian Cinema - и способствуем продаже русских фильмов на зарубежные рынки. В принципе, работа идет, по-моему, неплохо. Те цифры, которые мы видим в отчетах, нас радуют, особенно анимация. И я надеюсь, что это направление мы и дальше будем поддерживать вместе с Министерством культуры. Хотя должен сказать, что организаторы удивительно точно выбрали время для обсуждения вопроса копродукции и выхода на мировые рынки. Это редкий случай просто.

Александр Атанесян

Да, мы поняли. Мы будем бороться, несмотря на все политические конфликты. Мы считаем, что люди одинаковые. Одинаково любят, одинаково ненавидят, одинаково страдают и одинаково ревнуют, вне зависимости от национальности и расы, и потому вопросы интеграции особенно сегодня приобретают очень большое значение. Поэтому я доволен, счастлив, что организаторы выбрали сегодняшний день для этой темы.

Продолжаем, да? Антон Владимирович упомянул Ульяну Коваленко, которая долго и плодотворно работает, но у нее запланировано выступление чуть позже, а сейчас – немного статистики и исследований, которые нам предоставят эксперты компании «Невафильм». Ксения, Ваш выход.

Ксения Леонтьева – ведущий аналитик Невафильм Research, «Меры поддержки международного сотрудничества кинопроизводителей в России»

Спасибо большое за предоставленное слово. Мы хотели рассказать про меры поддержки международного сотрудничества, которые существуют и могут существовать на государственном и негосударственном уровне. И, готовясь к этому выступлению, мы провели небольшой опрос тех участников нашего рынка, продюсеров, которые занимаются совместным производством или так или иначе приглашают зарубежных артистов, или еще как-то... (то есть, не являются официальными копродюсерами). Мы опросили всего 14 участников, из них двое представляли также Московский форум копродукции и компанию «Роскино», которая тоже занимается продвижением российского кино на международном рынке. Т. е., мы опросили тех людей, которые сейчас активно занимаются этими вопросами. Мы задали им 4 вопроса.

Первый вопрос касался того, почему, по их мнению, они занимаются копродуксерством, почему вообще выходят на этот сложный рынок сотрудничества с международными компаниями, а также каковы их основные мотивы и какие основные плюсы видят они в этом процессе. Главное, что тут удалось выяснить, – это что практически для всех основным мотивом являются дополнительные рынки сбыта. Кроме того, продюсеры ищут дополнительные инвестиции. Достаточно ожидаемый ответ – экономия при производстве фильмов в другой стране. Это тоже очень привлекательный мотив, потому что не секрет, что производство в России довольно дорого. Столь же важным оказалось для продюсеров привлечение иностранных специалистов, а также то, что сотрудничество с такими специалистами способствует повышению профессионализма наших, отечественных специалистов. Немаловажную роль играют также художественные мотивы. Например, место действия (необходимо выехать куда-то), язык, актеры... Я хочу отметить, что в списке ответов не было варианта, касающегося культурной интеграции, но наши респонденты это отмечали самостоятельно: взаимодействие с другими съемочными группами, с другими странами способствует сглаживанию любых конфликтов, лучшему взаимопониманию – и это, мы считаем, важно отметить. Таким образом, получается, что главные мотивы, все-таки, экономические – потому что это дополнительные рынки сбыта, привлечение дополнительных инвестиций – это главный стимул.

Второй вопрос звучал так: какие меры поддержки международного сотрудничества, предпринимаемые в нашей стране до сих пор, вы считаете полезными. Тут важным было то, чтобы продюсер сталкивался с этими мерами и ощутил пользу от них. Здесь был перечислен конкретный список мер. Наибольшую пользу продюсеры отметили от Московского форума копродукции, который проходит в рамках Moscow Business Square московского кинофестиваля. Также около половины респондентов отметили высокую важность независимого частного фонда «Point Of View», его поддержки проектов на стадии развития. На третьем месте оказались, во-первых, презентации проектов за рубежом, о чем сейчас говорил Антон Малышев – когда во время крупных фестивалей устраиваются стенды, на которых представляются отечественные проекты; и, во-вторых, заключение международных, межгосударственных договоров, которых до 2012 года у нас было заключено не так уж и много, к сожалению. До 2014, по-моему, не очень много прибавилось (просто именно в 2012 году мы делали масштабное исследование, в котором отражали все эти договоры). Дальше была отмечена польза от упрощения правил получения удостоверения национального фильма: в последний раз они менялись в 2010 году, когда они были существенно расширены. Имея удостоверение национального фильма, продюсер может получать поддержку государства, льготы по налогам и так далее, то есть, это существенная поддержка. Ну, и информирование иностранных производителей о том, что такое Россия и как с ней работать, тоже некоторые отметили. Очень мало отмечали работу кинокомиссий, потому что, на самом деле, в России работает только одна кинокомиссия – во Владивостоке. Ну, и отмечали низкую информированность российских кинопроизводителей относительно того, как можно работать с зарубежными странами. Таким образом, получается, что главная поддержка, которую ощущают продюсеры, – это информация со стороны либо государственных органов, либо каких-то независимых компаний. Если сложить все пункты, которые могут быть отнесены к информации, то сейчас они все-таки преобладают.

Третий вопрос был очень серьезный и болезненный. Это то, с какими проблемами сталкиваются наши продюсеры. Как ни странно, правила получения удостоверения национального фильма оказались самым большим камнем преткновения. Около 60% респондентов ответили, что для них это проблема. Сложно попасть в это узкое бутылочное горлышко и получить удостоверение. Дальше шли дорогое производство фильмов в России и отсутствие финансовых мер поддержки –

то, что сейчас называется за рубежом tax incentives или просто financial incentives, то есть, стимулирование производства в стране, когда возвращается часть денег, потраченных в этой стране или в регионе, что помогает привлекать инвесторов. Дальше идут: низкий спрос на фильмы за границей; низкий спрос на эти же фильмы в России: то есть, выясняется, что на фильмы, произведенные совместно с кем-то, сейчас спрос не очень высок – как за границей, так и в России. С этим надо как-то бороться. Дальше идут отсутствие кинокомиссий и различные инициативы политиков, в частности, про ЛДПР была не очень веселая новость в 2013 году (предлагалось вообще запретить иностранным группам снимать в России). Но если все суммировать, то получается, что основные проблемы у нас, опять-таки, экономические. Ну, по правилам национального фильма основная проблема была в том, что существует очень мало договоров с зарубежными странами: 43% респондентов отмечали, что их зарубежные партнеры не попадают в этот список. И многие отмечали то, что ограничение на авторов фильма тоже мешает продюсерам привлекать иностранных режиссеров, которые могли бы работать и повышать качество отечественных фильмов.

И самое интересное. Четвертый вопрос: какие возможные решения вы видите? Предлагается расширять правила для национального фильма, создавать региональные комиссии; а также очень большой популярностью пользовался вариант ответа «не мешать». Если это все суммировать, возможные решения лежат в большей степени в политической плоскости и в меньшей степени в экономической, потому что в них уже мало кто верит.

Есть у меня еще краткие выводы. Наверное, наиболее интересным будет огласить результаты, какие методы предлагаются со стороны продюсеров, которые попали в категорию «другое». В частности, несколько человек предложили создать специальный конкурс для копродукции в Министерстве культуры или в Фонде кино, потому что, к примеру, молодым режиссерам гораздо проще получить деньги от Министерства культуры на артпроект без копродукции, хотя в последнем случае они уже прошли какую-то отраслевую экспертизу и привлекли иностранных соинвесторов, но они не попадают ни в какие конкурсы, и получить деньги из бюджета им гораздо сложнее. Отдельный конкурс мог бы решить эту проблему. Ну и плюс, давать какие-то гранты продюсерам для представления своих работ на международных семинарах и питчингах.

Александр Атанесян

Спасибо. Сейчас у нас запланировано выступление представителя «Movie Research», но я сделаю маленькую прослойку, чтобы мы не слушали два раза подряд исследовательские материалы, и хочу предоставить слово недавно созданному фонду. То есть, инициатору и совладельцу фонда «Point Of View» – это термин, имеющий двоякое значение: это, с одной стороны, точка зрения, а с другой – кинематографический термин, обозначающий субъективную камеру определенного персонажа. Сергей Сельянов и Наталья Дрозд представляют фонд. Сережа, наверное, ты начнешь.

Сергей Сельянов, продюсер, руководитель кинокомпании СТВ

Я, наверное, скажу пару слов на общую тему, а затем перейду к «Point Of View». Антон Малышев совершенно справедливо сказал, что копродукция и мировые рынки даже отчасти не связаны между собой. Вообще, это разные темы, и вторая гораздо интереснее, если копнуть смысл. То есть, интересен проект: российское кино на 90 территорий, в том числе, предположим, кинотеатральный прокат в Америке, другие, альтернативные виды проката. И собрать там существенное количество денег, несопоставимое, конечно, с результатами американских мейджоров, - но по всем остальным критериям вполне можно быть на уровне. Это уже происходит, и лидирует в этом смысле наша анимация. Я думаю, уже через 2-3 года Ксения подведет какие-то итоги и скажет нам: вот, смотрите, как все хорошо. Это относится к проектам не с общей темой, это international audience, в общем, это интернациональные, международные темы, которые интересны и в России, и в Европе, и в Америке, и так далее. Копродукция исключительно полезна в авторском кино. Там вопросы бизнеса уходят на второй план, это, как правило, развитие кино как искусства, развитие мощных, талантливых – или молодых, подающих надежды – режиссеров, и там просто без объединения усилий разных стран и народов такой режиссер может никогда и не стартовать, это важно. Это, действительно, исключительно важно. Дальше я могу еще какое-то время на эту тему распространяться, поскольку компания СТВ по российским меркам достаточно активно занимается этой самой копродукцией и выходом на мировые рынки. У нас реально активные разработки нескольких довольно больших проектов, которые носят международный характер, помимо анимации: это и «Сладкая жизнь» (я просто названия перечислю) и «Превосходство Адама»; и проект «Вратарь Галактики», который был недавно презентован, мы уже начали его развивать, в ближайшие полтора месяца мы начнем активно работать с международными партнерами – и я не все назвал. И я лично придаю очень большое значение – здесь это тоже прозвучало – сотрудничеству со всеми странами бывшего Советского Союза. Это языковая среда, в существенной степени сохранившаяся, и это люди. Даже если они нас на дух не принимают, похожий менталитет из себя не вытащить, все равно диалог в этом смысле адекватный. Цены в той же Литве и Латвии существенно ниже, чем у нас; специалисты там хорошие. Про Белоруссию всем известно, я не говорю. Украина, несмотря на все эти события, уже давно очень – может быть, теперь уже следует сказать «была» – интегрирована в совместное российско-украинское производство. И большие ресурсы в Казахстане, с которым мы сделали несколько проектов; есть свои ресурсы в Узбекистане, и так далее. Вот здесь нет – давайте все говорить, что нет представителей Министерства культуры, в каждом выступлении. Я давно их призываю озаботиться этим вопросом, этой задачей, как отдельной, особенной. То, что называется СНГ, но сейчас мы просто говорим о бывших республиках Советского Союза.

А теперь о «Point Of View» – да, это действительно частный фонд. Действительно, таких институций практически нет в стране. Мы его создали именно для содействия копродукции. Его основная идея заключается в том, что, если проект продюсера имеет соответствующие характеристики, позволяющие ему выходить в копродукционные отношения, то этот фонд на начальном этапе способствует развитию этого проекта, чтобы у автора проекта появилась возможность найти себе этих самых международных партнеров и сделать фильм. И здесь я передаю слово Наталье Дрозд, которая непосредственно занимается этой работой, собственно, она это придумала и она вам сейчас все это коротко и ярко расскажет.

Наталья Дрозд, продюсер, кинокомпания СТВ, руководитель фонда «Point of View»

Спасибо. Наверное, три вещи хотелось бы отметить. Первая – это поддержка девелопмента, потому что мы все понимаем, что девелопмент – это непростое дело, длительное, а в случае

копродукции еще и очень дорогое, потому что это переводы, поездки, копродукционные рынки и так далее. И у продюсеров среднего звена совсем не всегда хватает сил и финансов развивать проект так, как он заслуживает. Фонд имеет 5 экспертов, и это тоже была такая задумка, два из которых являются российскими продюсерами – это Сергей Сельянов и Артем Васильев («Метрофильм», который тоже достаточно активно копродюсирует) и три иностранных эксперта, которые дают нам европейский фидбэк. Это глава одного из больших европейских сейлз агентств «Films Boutiques» Жан-Кристоф Симон, который все время, из раза в раз, каждый год берет российские фильмы на дистрибуцию. Это Риина Сильдос – глава «Baltic Event», который является тем самым копродукционным рынком, мостом между странами СНГ и европейским союзом. И отборщик «Cinemart», прекрасный греческий продюсер Константинос Контонракис, который оценивает художественную часть этих проектов. Фонд работает второй год. В прошлом году мы отобрали 5 проектов и поддержали их на общую сумму 95 тыс. евро. Сейчас только что прошел очередной дедлайн по отбору этого года. Все наши проекты мы любим и пытаемся как-то с кем-то их свести, куда-то пристроить, посоветовать их представителям каких-то копродукционных рынков. Наверное, грустная новость заключается в том, что в этом году виден спад интереса к копродукции. То есть, за первый год существования на каждый call было больше проектов, чем в этом году. Связано ли это с тем, что пропала вера в то, что с европейской стороны будут деньги, или пропала вера в то, что эти проекты вообще будут интересны в России – не знаю. Но, к сожалению, статистика сейчас такова. Мы, во всяком случае, пока продолжаем наше непростое дело. И не знаю, уместно ли это сказать, но очень хотелось бы, чтобы такая тема, как девелопмент – опять-таки, нет представителей Министерства культуры – обсуждалась на государственном уровне, потому что она страшно важна. Если говорить о копродукции, то наличие государственных или частных денег на девелопмент – это некий знак качества проекта и такому проекту, безусловно, легче найти партнеров. Спасибо.

Александр Атанесян

Спасибо, Сергей. Спасибо, Наталья. Смотрите, у нас получается некая пирамида: есть исследования, есть движение в сторону копродукции – это фонд, который создал Сергей Сельянов. Мы прослушали исследования компании Невафильм, мы услышали Сергея Сельянова и Наталью Дроздову по поводу того, как функционирует механизм снизу. Теперь хотелось бы послушать практиков, тем более что фильм «Виктор» сегодня открывает официальную программу фестиваля, и я бы хотел предоставить слово господину Арно Фрилле как практику, как человеку, который работает в этих условиях с разными деньгами и разными возможностями.

Арно Фрилле, продюсер

Здравствуйтесь. Не знаю, с чего начать по поводу нашего фильма и опыта, который у нас был с этим фильмом. Правда, что это была чистая копродукция между Россией и Францией. Режиссер Филипп Мартинез, актеры из разных стран – Франции, Англии, Израиля, Италии и, конечно, российские актеры. И Жерар Депардьё, тоже российский актер. Также и в команде у нас были российские группы, французские, израильские – группы из разных стран. Я считаю, что это была чистая копродукция разных стран. Что дальше сказать? Сегодня этот фильм, который был снят на английском языке, уже продан в более чем 20 стран. Он выйдет на экраны в первую очередь в России, потому что у нас было такое решение, а дальше Франция, Испания, Италия, Европа, а

также США, Южная Америка. В этом плане я очень рад, что так получилось, что мы смогли снять этот фильм в России, что мы можем сейчас его показать в разных странах мира. Фильм на 100% был снят в России, это был наш выбор, мой и Филиппа. Я считаю, что это очень интересный опыт, потому что есть, конечно, в России определенное кино, которое я смотрю во Франции, и я знаю, что Франция – это первый рынок для российских фильмов. Но даже фильмы, например, Лунгина собирают всего 60, может быть, 100 тысяч зрителей. Меньше одного миллиона для Франции – не успех. Я надеюсь, что наш фильм пойдет сильнее. Насколько он российский? Я думаю, что он, действительно, российский уже в плане того, что мы на 100% его снимали в России. Много российских актеров. Тема универсальная, но все происходит в Москве. Мы также снимали и на Кавказе. Я думаю, что для развития российского кино такие примеры копродукции очень полезны, важны для имиджа, для развития кинорынка России. У нас сейчас есть и другие проекты, которые мы бы хотели создавать, и в финансовом плане, и особенно в плане искусства. И я бы хотел передать слово Филиппу, который всего год назад впервые приехал в Россию, провел здесь больше трех месяцев и у которого сейчас есть желание и есть проекты, чтобы продолжить этот опыт.

Филипп Мартинез, режиссер (перевод)

Для начала я хотел бы поблагодарить Геворга, который пригласил меня на этот фестиваль и организовал возможность встречи с вами. Я сделал 32 международных проекта с Францией, Англией и Америкой. Когда меня пригласили сделать картину в России, я был очень заинтригован. Это казалось приключением. Я никогда до этого не был в России и приехал сюда за 3 месяца до съемок. Арно сказал, что будет два способа познать Россию: полюбить или возненавидеть, третьего не будет. Я не могу оценивать свою работу, вы сами решите, хорошая это картина или нет, но я полюбил Россию. До этого, воспитанный на американских фильмах о России, я видел Москву черной и страшной, а русских – злыми злобными, плохими парнями. В этот раз я был удивлен, это стало шоком для меня, что Москва – прекрасный, замечательный город, и люди в ней такие же прекрасные и замечательные, и мне очень захотелось передать это в своей картине, что я и постарался сделать. Отдельное удивление у меня вызвали российские актеры, в частности, Алексей Петренко, который снимался в моей картине. Когда ты работаешь с таким большим актером, как Петренко, это все равно, что водить автомобиль Феррари. Этот фильм, который создан в рамках копродукции, был уже продан в количестве 100 копий в Италии, 100 копий в Испании, и также он будет идти в Америке, а в России компания «Парадиз» выпустит его в сентябре. В любом случае, это был фантастический эксперимент для меня – работать с русскими актерами, с русской группой.

Но как продюсер я хочу сказать, что это серьезная проблема – работать в России. Продюсер в своей стране обычно понимает, что он делает, где взять, но здесь я чувствовал себя в темноте.

Александр Атанесян



Спасибо большое. А теперь – представители «Movie Research», конкурента компании «Невафильм» – в хорошем смысле этого слова – Анна Наумова и Александр Лужин.

Александр Лужин, исполнительный директор ООО «Универс Консалтинг», проект «MovieResearch»: «Копродукция. Производство и особенности зрительского восприятия»

Добрый день! Мы, в связи с проблематикой этого круглого стола, решили попытаться понять: если экономическая цель в копродукции является одной из основных, то за что (с точки зрения финансов) борются продюсеры, выводя свои фильмы на европейский рынок? И попытались сделать анализ того, что сегодня происходит на европейских рынках.

В России копродукция занимает очень маленькую долю в сравнении с другими странами, и это ни для кого не секрет. Более внимательное рассмотрение ситуации в странах дает достаточно интересную возможность для анализа. Мы рассмотрели цифры за 2012 год, потому что за 2013 год не все данные еще опубликованы, и поэтому мы решили опираться на 2012 год.

Германия: достаточно большая доля копродукции; примерно одинаковое количество фильмов выходит с мажоритарной и с миноритарной долей. Что мы видим в прокате: американские фильмы занимают большую часть рынка. Доля немецких фильмов примерно соответствует тому, что мы получили по итогам 2013 года в России, а то, за что могут побороться российские продюсеры, выходя на этот рынок и выступая мажоритарным продюсером, – это совсем маленькие 3,5% (максимально). Очень-очень маленький сегментик, в рамках которого можно бороться с продюсерами из других стран. Во Франции доля копродукции еще выше, чем в Германии, а доля того, что получают не французские, и не американские фильмы, на рынке достаточно мала, еще меньше, чем в Германии. При этом обращаю внимание на то, что большая доля английских фильмов во Франции не является характерной для этой страны и связана с тем, что выходил фильм «Skyfall». Поэтому получилась большая доля английского кино. В Великобритании, по сравнению с Францией и Германией, доля копродукции совсем небольшая. Та часть, которую потенциально занимает не американское и не английское кино, тоже минимальная.

Таким образом, получается, что российский продюсер может бороться за очень маленький кусочек рынка. И естественно, возникает вопрос: если экономическая задача для продюсера является главной, то, может быть, достаточно интересно было бы пойти другим путем и исходить из того, что российский продюсер выступал бы не мажоритарным продюсером, а искал способы выступать в качестве миноритарного продюсера. При этом данная проблема, наверное, выйдет на первый план, потому что в сегодняшних политических условиях задача продвижения российской культуры за рубеж будет иметь высокое значение и для ее решения необходимо создавать определенные экономические условия. На сегодня выход нашего продюсера в качестве миноритария в копродукции достаточно затруднен, в первую очередь, из-за налоговых проблем. Такой фильм не может быть национальным, в таком случае, он не может иметь налоговых льгот и поддержки государства. И в данном случае, если решать политическую задачу по продвижению отечественной культуры за рубеж, необходимо чуть-чуть изменить принципы нашего законодательства в этой области. А сейчас я предоставлю слово Анне.

Анна Наумова, социолог ООО «Универс Консалтинг», проект «MovieResearch»

Спасибо. Я хочу сразу уточнить, что мы провели для фестиваля специальное качественное исследование, соответственно, результаты исследования не могут быть экстраполированы на всю генеральную совокупность зрителей, но, тем не менее, они позволяют строить гипотезы о потенциальном восприятии зрителями фильмов. Наше исследование охватило следующую географию: мы опросили зрителей во Франции, Чехии, Швейцарии, Армении и России.

В нашем исследовании основным понятием является ценность и, чтобы все понимали ценности однозначно, мы привели здесь определение. Мы в своем исследовании понимали ценности как желаемые, выходящие за рамки конкретных ситуаций цели, которые отличаются друг от друга по значимости и являются руководящими принципами в жизни людей. Мы основывали свой опросник на методологии Шварца, немного переработав и дополнив его. Мы добавили к общечеловеческим ценностям, которые присутствовали в опроснике, ценности патриотизма, чтобы иметь возможность посмотреть, какое место в структуре ценностей занимают патриотические ценности, и добавили т.н. антиценности, которые характеризуют негативные феномены поведения человека. Благодаря нашей методике можно будет посмотреть структуру идентификации со всеми персонажами фильма, и в результате мониторинговых исследований мы можем отследить, какие ценностные ориентации транслируются из фильма в фильм.

Мы проанализировали четыре фильма, первый из которых представлен на экране – это фильм «Я не вернусь». Я в двух словах объясню, как читать этот график: зритель оценивает ценности по шкале: ведущая ценность фильма; ценность фильма, представленная в нем значительно; ценность, представленная незначительно; и ценность, не представленная в фильме. Вы видите графики по фильму «Я не вернусь». Красным представлен профиль ценностей зрителей из России, синим – зрителей из Европы. Мы видим по этому фильму только одно совпадение – при восприятии ведущей ценности в фильме. Чем ближе к центру, тем ценность является более ведущей. Следующий радиус – это ценность, представленная значительно, и так далее по мере убывания. Следующий фильм – это «Брестская крепость». Здесь мы видим больше совпадений: пять совпадений ведущих ценностей фильма, что говорит о том, что структура ценностей фильма, заложенных в него автором, была воспринята зрителями достаточно однозначно и не допускала вариантов. Следующий фильм – «Девушка и смерть». Здесь мы не видим совпадений по ведущим ценностям фильма. Вообще, этот фильм достаточно интересен с точки зрения анализа. Ценности у европейских зрителей и российских получились разными, но, тем не менее, они несколько похожи в интерпретации – это ценности богатства и ценности больших запросов. Следующий фильм – «Последнее воскресение». Здесь мы видим небольшое количество совпадений, но, тем не менее, мы получили совпадения по общечеловеческим ценностям. Спасибо.

Александр Лужин

Как некий вывод: получается, что для того, чтобы фильм воспринимался хорошо и на нашей территории, и на их территории, это должна быть либо общая история с точки зрения воспринимаемых ценностей нашей аудиторией и их аудиторией, либо история должна

распадатся на две части, из которых одна воспринималась бы европейскими зрителями, а вторая воспринималась бы российскими зрителями, и тогда фильм имел бы зрительский потенциал на обеих территориях. Спасибо.

Александр Атанесян

Я надеюсь, результаты вашего исследования будут где-нибудь опубликованы, в каком-то дайджесте. Это полезные результаты, к сожалению, вот так вот впопыхах очень не хочется их слушать и хочется получить более полные ответы. Я думаю, может быть, организаторы фестиваля придумают еще одну встречу, чтобы аналитическая часть получилась более содержательной. А сейчас, поскольку времени крайне мало, а выступающих записано много, я думаю, что мы переведем формат дискуссии в формат вопросов и ответов, и каждый из выступающих получит возможность ответить на вопрос. Осталось 15 минут. Вопросы есть у кого-то? Нет вопросов. Тогда будете слушать оставшихся выступающих. Игорь Александрович, вы – человек с большим опытом в копродукции. Мы помним ваш «Восток-Запад», прекрасный образец...

Игорь Толстунов, продюсер

Вы знаете, мое личное отношение к копродукции таково: я считаю, что сама по себе копродукция как цель, как некий фетиш, не должна застилать нам глаза. Очень часто мы, точнее, я слышу от коллег: «вот, у меня в копродукции» - и это уже как бы поднимает в собственных глазах проект и, по идее, должно поднимать его в глазах окружающих. На самом деле, это, безусловно, не так. Я согласен с той установкой, которая была дана модератором в самом начале о целесообразности копродукции. Либо мы делаем общий бизнес-проект, то есть, все равно снимаем некую универсальную историю, которая может быть интересна аудиториям разных стран и континентов, либо есть некая общая тема - ну, тот же «Восток-Запад», например. Сейчас у нас один проект начинается, где есть необходимость в специальной натуре, уникальной. И есть интерес со стороны продюсеров локальных точек. Но это очень маленькое участие, и считать, что это копродукция - это зависеть это значение, скажем так. На мой взгляд, все крайне просто. Нужно - давайте объединяться. Не нужно - мы лучше сами сделаем.

Александр Атанесян

Спасибо, Игорь Александрович. Ульяна как человек, который несколько российско-итальянских фильмов уже сделал...

Ульяна Ковалева, продюсер

Да, так сложилось исторически, что я сотрудничаю с Италией, и, в общем-то, уже сделала с Италией 5 картин, одна из которых, скажем так, четвертая – это «Приключения маленьких итальянцев в России» - в данный момент находится на фестивале в Выборге, как раз через полчаса уже показ на фестивале. И я бы хотела рассказать именно об этой картине, об этом опыте. Это был очень интересный для нас опыт. Уникальность этого фильма в том, что это первая продукция Италия-Россия именно в детском кино. То есть, главные герои у нас - дети, итальянские и русские. В этом была и сложность, и эксклюзивность, и особенность. Это, я считаю, социально-значимый проект, наш фильм поддержал и Фонд кино, и Министерство культуры России, и Министерство культуры Италии; проект находится под патронатом Федерации зимних видов спорта в Италии и под патронатом Федерации хоккея в России. То есть, проект был поддержан со всех сторон, и поэтому мы смогли его реализовать. И это хорошо, потому что этот фильм 2014 года уже был на самых главных фестивальных площадках: он был на Московском фестивале, в Артеке, в Крыму, на самом главном фестивале детского кино в Италии, и сейчас вот в Выборге.

Помимо всех экономических элементов копродукции в нашем фильме, которые присутствуют на 100%, самым важным я считаю идеологический элемент. Поскольку фильм именно для детей - он важен, конечно, и для российских детей, но также и для итальянских, и для иностранных. Дети - это наше будущее, и то, как дети из Италии и других стран увидят Россию и своих сверстников, очень важно, поскольку это будет сказываться на их формировании в будущем. И я думаю, что мы постарались передать культурно-идеологический код нашей страны для иностранцев должным образом. Спасибо.

Александр Атанесян

Спасибо, Ульяночка, у нас возник вопрос. Наташа, похоже, ты на него ответишь. Секундочку.

Вопрос из зала

У меня вопрос как раз к Ульяне. Прокат. Замечательный фильм, но с прокатом, я знаю, есть определенные проблемы, по крайней мере, у нас.

Ульяна Ковалева

Скажем так: в Италии с прокатом все хорошо; в России были сложности, мы прошлись по всем прокатчикам. Сейчас все хорошо, буквально перед тем, как приехать сюда, мы подписали договор с «Люксором», и мы выходим даже не в ограниченный, а в достаточно широкий прокат. Фильм уже осенью будет на экранах России, причем на детских каникулах. Так что, я думаю, все хорошо; не знаю, конечно, мы, наверное, обратимся еще в Министерство культуры за поддержкой в прокате, чтобы успеть поддержать фильм сейчас, до каникул.

Наталья Дрозд

Говоря об успешных копродукциях - условно успешных, потому что понятно, что с прокатом, действительно, тяжело, можно назвать нашу картину «Я не вернусь», она завтра будет. Это хороший пример того, зачем нужна копродукция для такого артового кино. По финансовой структуре мы имеем, условно, средний бюджет для артового фильма, русский сценарий, на русском языке, с русскими артистками, действие в России. Мы взяли эстонского режиссера - это 10% финансирования. Мы взяли финского оператора, композитора - 10% финансирования. Мы снимали в Белоруссии - это еще определенный процент финансирования. Часть мы снимали в Казахстане – это тоже было очень органично – соответственно, и там финансирование. И еще наверх пошли деньги «Евримаж».

Мы сегодня совсем не говорили о «Евримаже», что, наверное, неправильно, потому что Россия платит туда достаточно большие деньги каждый год, и они сейчас совершенно не возвращаются. Поэтому копродукция иногда нужна просто для того, чтобы собрать бюджет. И для небольших проектов это реально работает. Авторские, художественные проекты, которые должны служить тому, чтобы повышался уровень художественного высказывания.

Александр Атанесян

Спасибо, Наташа. Юлия, пожалуйста.

Юлия Мишкенене, продюсер

Я согласна с Наташей, я хотела сказать, что копродукция – это, действительно, очень сложный процесс и требует терпения. Мне кажется, что многие русские продюсеры предпочитают не связываться с копродукцией, потому что желают получить деньги от государства, потому что знают, что это будет непросто. И дело не только в разнице в менталитетах, но и в разнице в сроках реализации фильма, потому что в России, например, лаг реализации фильма где-то год, а в любой европейской стране - от трех до семи лет. Многие не могут так надолго рассчитывать свои финансовые планы. Но мне кажется, что вопрос, который здесь был, идет немного сверху, от тех наших денег, которые идут от государства основной части продюсеров. А мне кажется, что вопрос копродукции еще надо рассматривать со стороны молодых режиссеров, в том числе тех, которые занимаются авторским кино, потому что копродукция как раз нужна именно для авторского кино, для тех небольших бюджетов, которые могут собрать продюсеры на авторские фильмы. Именно поэтому то, что Фонд Кино раньше занимался копродукцией, было хорошо, потому что хотя бы кто-то этим занимался. Мне кажется, что вопрос копродукции должен быть переведен в ведение Министерства культуры, потому что именно Министерство культуры сейчас отвечает за авторское кино.

Александр Атанесян

Спасибо, Юлия. Я бы не стал все время апеллировать к Министерству культуры. Знаете, мы сами ограничиваем себя одним адресом. Сейчас время Алексея Рязанцева.

Алексей Рязанцев, компания «Каро Премьер»

Я здесь представляю дистрибьюторов, представляющих на российском рынке голливудских мейджоров. Хочу сказать, что мы не упомянули такой интересной складывающейся сейчас ситуации, когда мейджоры работают на территории России. Понятно, что мы - одна из территорий, которые прибавляют определенный бокс-офис к фильмам, созданным для мирового проката, и результаты эти из года в год все более и более впечатляющи. Но при этом рождаются внутренние фильмы, исключительно для внутреннего потребления, для внутреннего рынка. Тем не менее, наших коллег из «Warner Bros.», которых мы сейчас представляем в России, очень возбудили (в хорошем смысле) результаты многих отечественных картин, которые уже перешагнули и «Мстителей», и «Хоббита», и многие другие картины, которые снискали здесь финансовую популярность. Это, конечно, и «Сталинград», и «Горько», и другие картины, которые на местном рынке побеждают голливудскую продукцию. В том числе они заинтересованы и в создании копродукции в России, но для потребления на внутреннем рынке, понимая, что создавать себе конкуренцию на внешнем рынке - это не их задача. И вот, в частности, со студией «Warner Bros.» мы сейчас прорабатываем - сейчас, к сожалению, не очень хорошее, перспективное время, но, тем не менее, проект живет, и студия всерьез намерена снять в России

и для России - может быть, и для внешнего рынка тоже - фильм «Пункт назначения б». Проходить он будет со всеми вытекающими техническими возможностями, в 3D, о приключениях американских студентов, которые приехали в Россию и получили здесь весь тот ужас, который был в предыдущих пяти частях. Вполне может быть перспективная история. Группа будет интернациональная, там будут и европейские представители. Вот, я хотел сказать, что такая возможность тоже существует.

Александр Атанесян

Спасибо, Алексей. Чтобы больше не апеллировали к Тельнову с места, я предоставляю ему слово.

Вячеслав Тельнов, директор Департамента кинематографии Министерства культуры РФ

Ну, я скажу, что государство создает максимальные условия для развития копродукции. Это и соглашения, и фонд «Евримаж», который работает – многие продюсеры, которые здесь сидят, постоянно получают оттуда деньги. Хочу сказать, что если бы государство еще занималось именно копродукцией, мы бы...

Федор Друзин, продюсер

Здравствуйте, меня зовут Федор Друзин, многие меня здесь не знают. Молодая в прямом и переносном смысле компания, которая работает в Великобритании, Австралии, сейчас потихоньку в России начинаем. Хотел поговорить непосредственно по поводу миноритарной копродукции и начать как раз с политической ситуации. На самом деле, те политические условия, в которых мы сейчас находимся, на мой взгляд, произошли из-за отсутствия качественной миноритарной копродукции. В качестве примера я хотел бы привести два фактора. Один - современный, другой - условный. Во-первых, так сложилось, что мне приходится иногда работать в Киргизии - стране, которая как на культурном, так и на обычном человеческом уровне очень про-российски настроена. На политическом уровне есть определенная техническая поддержка этой страны, но на уровне кинопроизводства поддержка очень и очень ограничена. Соответственно, очень многих вопросов, которые появляются в СНГ, можно было бы избежать при условии, что было бы больше поддержки и культурного обмена. Некоторые страны с этим справляются благополучно, например, Армения; с некоторыми странами не так все хорошо. Но это отдельный пункт. Другой пункт - это то, что мы как компания, которая работает в Австралии и Великобритании, часто

бываем на всяких рынках, питчингах, и так далее - копродукционных. И часто приходится консультировать разные западные проекты, которые очень заинтересованы в работе в России. И так как мы стараемся работать профессионально, чаще всего их приходится перенаправлять в Латвию – по очевидным причинам. Нюанс заключается в том, что, если бы была такая структура, которая позволила бы обеспечивать миноритарную продукцию... Существует система фондов, как мы знаем. При фонде прописаны очень четкие критерии, что миноритарную поддержку от России можно получить при наличии определенных условий, таких, как: положительное освещение России, положительные российские герои - это абсолютно нормальная стандартная международная практика условий поддержки, это присутствует практически во всех небольших фондах в мире. Среди этих условий есть, например, постоянные. Есть пять проектов, которые я веду с консультативной точки зрения. И они все уже заранее продуманы для России, и там заранее все герои уже очень положительны. Если их снять, то это будет огромный шаг в сторону поддержки положительного образа нашей страны. Мы знаем, что это всем нужно. Было бы здорово двигаться в эту сторону. И мне кажется, миноритарная копродукция может быть очень влиятельным инструментом для поддержки. Пропаганда - это очень громкое слово, но можно достичь определенного уровня взаимодействия, которого нельзя обеспечить другим путем. Это все, но очень хотелось бы подчеркнуть такой потенциал.

Александр Атанесян

Спасибо, Федор. Я думаю, что, если возникнет желание, можно организовать личное общение с каждым из выступающих. Светлана Кучмаева, пожалуйста.

Светлана Кучмаева, продюсер

Добрый день. Я хотела бы продолжить тему, о которой уже до меня сказали. Я согласна с Игорем Толстуновым, что нельзя за уши притягивать копродукцию просто ради самой копродукции. Это действительно так. Но с другой стороны, в такой политической обстановке, в какой сейчас оказалась Россия, по-моему, действительно очень важно, чтобы была эта культурная интеграция. Чем больше они о нас будут знать, даже непосредственно при работе, тем лучше; это очень важно. Я приведу пример: когда мы работали с Эстонией несколько лет назад, политическая обстановка тоже была тяжелая: памятники переносили, было такое политическое нагнетание. У нас были потрясающие партнеры. И настолько хорошо мы вместе работали, что даже потом на премьерах в Финляндии, в Эстонии, в Латвии мы всегда это подчеркивали, что здесь в России не варвары, и мы дружим, и все прибалтийские политические шероховатости, которые были, за счет нашего фильма были сглажены. Мне кажется, сейчас, когда все нагнетается против России, очень важно, чтобы происходило сближение благодаря культурной интеграции. Спасибо.



Эдуард Пичугин, продюсер

Мне понравилось исследование, которое предоставила Ксения. Это интересно, если его напечатают и раздадут, это было бы полезно. И «Movie Research» тоже. Они отчасти дополняют друг друга. Я ничего не буду рассказывать из своего опыта копродукции. Просто для построения именно системных отношений, чтобы рассказывать и обсуждать не только личные, отдельные проекты, которые каждый из нас пытается делать, этакая ручная работа. А именно системная модель для возможностей копродукции. Важный фактор - это объединение рынков проката, который всегда раньше рассматривался. Хороший пример - в переговорах с производственной компанией «ARRI» им был представлен сценарий для совместной проработки. Получился интересный мотив для двух сторон работать вместе: объединение рынков показа, рынков проката, когда обе стороны прорабатывают проект на уровне сценария и делают свой продукт... Рынки одинаковые - там 3 тысячи с небольшим и у нас 3 тысячи с небольшим, это позволяет рассчитывать на интересный коммерческий потенциал. Поэтому экономические факторы важны. И здесь, действительно, дальше мы уже пошли по пути создания возможного совместного пакета работы с совместным германским и российским зрителем. Это, наверное, один из возможных мотивирующих важных факторов. А вообще, честно говоря, тема важная, большая, и Сергей Михайлович правильно сказал - нужно отдельно поговорить о показе, продвижении российского продукта на Запад - это разные вещи. Да и вообще тема нескончаемая. ... Будем обсуждать. А исследования хорошие, думаю, всем понравятся, дайте нам всем почитать. Спасибо.

Александр Атанесян

Спасибо большое, у нас получилось высказаться практически всем присутствующим. Извините за недостаток времени и за то, что вы не в полном объеме рассказали о своих исследованиях. И заключительное слово - генеральному продюсеру фестиваля, вы его все знаете.

Геворг Нерсисян, генеральный продюсер фестиваля «Окно в Европу»

Знаете, нам казалось, что этот разговор нужен. Нам казалось, что мир меняется, мы меняемся и приходят времена, когда нам всем, кинематографическому сообществу, нужно будет решать определенные вопросы. Идеологические; вопросы, как выйти на мировой экран - необязательно только западный: есть восток, север, и так далее. С этой точки зрения мы и сделали нашу программу о копродукции не потому, что фестиваль «Окно в Европу», просто мы понимаем, что приходит время, когда это все становится важным. Разговор показал, что это действительно важно

- или мне так показалось, я не знаю. Я могу сказать одно: что фестиваль будет следить за копродукцией. Фестиваль будет ежегодно делать конкурс копродукции. Фестиваль попробует найти финансовых партнеров, которые создадут фонд, который будет поддерживать копродукцию. Фестиваль обязательно выйдет на Министерство культуры и Фонд кино с просьбой поддерживать. У нас есть такая идея. Мы думаем этим заниматься серьезно, и если ведущие российские продюсеры этим заинтересованы, мы будем очень рады. Спасибо за информацию, которую мы получили, спасибо всем за разговор.