

# Презентация : Продвижение

Абузярова Анастасия

# Содержание

1. Советская система кинопроката
2. Современная система кинопроката
3. Виды частных прокатных компаний
4. Государственные прокатные компании
5. Особенность предпринимательской деятельности прокатчика и показчика
6. Взаимоотношения производитель (продюсер-прокатчик). Стандартный прокатный договор
7. Система pre sale
8. Распределение валового дохода от кинопоказа

# Советская система кинопроката

В СССР кинопрокат, как и кинопроизводство, осуществлялся исключительно на бюджетные средства. При Гос. комитете по кинематографии существовало главное управление по кинофикации и кинопрокату, которое контролировало систему показа и проката фильмов в стране. Гос-во было продюсером, прокатчиком и показчиком в одном лице. Гос-во строило кинотеатры, принимало решение о кол-ве копий каждого фильма.

Стоимость одного фильма – 400 тыс.руб. Существовало 2 вида киноаппаратов: стационарный и передвижной.

В СССР было 154 тыс. киноустановок, общая численность зрителей доходила до 4 млрд за год. Поступления от проката в 1980-е годы составляли 750 млн руб. в год. На отдельные фильмы тиражи составляли 1800 копий. Это зависело от категории, статуса режиссера и занятых актеров. Большое значение имела идеологическая и политическая значимость фильма. Мин. Тираж был 27 копий.

# Советская система кинопроката

В СССР кинопрокат, как и кинопроизводство, осуществлялся исключительно на бюджетные средства. При Гос. комитете по кинематографии существовало главное управление по кинофикации и кинопрокату, которое контролировало систему показа и проката фильмов в стране. Гос-во было продюсером, прокатчиком и показчиком в одном лице. Гос-во строило кинотеатры, принимало решение о кол-ве копий каждого фильма.

Стоимость одного фильма – 400 тыс.руб. Существовало 2 вида киноаппаратов: стационарный и передвижной.

В СССР было 154 тыс. киноустановок, общая численность зрителей доходила до 4 млрд за год. Поступления от проката в 1980-е годы составляли 750 млн руб. в год. На отдельные фильмы тиражи составляли 1800 копий. Это зависело от категории, статуса режиссера и занятых актеров. Большое значение имела идеологическая и политическая значимость фильма. Мин. Тираж был 27 копий.

Советско-британская творческая ассоциация «Ист-Вест» подписала соглашение о прокате фильмов с UIP. Возник независимый прокат в России.

«Ист-Вест» предложила UIP выйти на рынок на агентской основе за небольшую сумму гарантийного аванса. Первым фильмом стал «Унесенные ветром». 200 тыс.долл.

Совэкспортфильм-Кинотон полугосударственная компания («Кинотон – независимая»)

# Методы формирования современной системы кинопроката

В период 1990-2000гг. большинство кинотеатров пришли упадок. из 4500 стационарных кинотеатров, работавших в советское оставалось только около 1000. Это были трудные время, годы для киносети, так как финансирование, получаемое от государства, было недостаточным. Иногда, когда дирекции кино. театра удавалось найти деньги на реконструкцию, менялась звуковая система в кинотеатре или проекционная аппаратура, так как все прекрасно понимали наступление новой эры в кино и необходимость появления новейших технических средств показа. Но поскольку денег на полную реконструкцию зачастую не хватало, это приводило к парадоксу зритель шел в кинотеатр со звуковой системой Dolby, но видел обветшалый интерьер, и это никак не помогало расширять аудиторию. Хотя мучительно Но сеть все же развивалась.

# Особенности предпринимательской деятельности прокатчика и показчика

Прокатчик – юридическое лицо, которое является связующим звеном между производителем и показчиком. Занимается тиражированием фильма, маркетингом, дубляжом, производством DVD и т.д. Оплата услуг прокатчика колеблется от 10 до 30 процентов от кассовых сборов фильма, в зависимости от объёма работы.

Показчик – юридическое лицо, занимающиеся показом фильмов. Показчик получает 50% от кассовых сборов фильма.

# Государственные прокатные компании

## Независимые компании

1. Каро премьер
2. UIP (MGM, UNITED ARTISTS, PARAMOUNT, UNIVERSAL)
3. Вольга
4. Три Т
5. Каро профит
6. Базелевс

## Государственные структуры

1. Рос кино прокат



# Взаимоотношения производителя и прокатчика. Прокатный договор

Производитель продаёт прокатчику права на показ своего аудиовизуального продукта, а также может заказать у него такие услуги как тиражирование фильма, рекламная компания, производство и продажа DVD.

КИНОТЕАТР С ВЛАДЕЛЬЦАМИ ФИЛЬМОКОПИЙ, ЗАКЛЮЧАЮТСЯ ДОГОВОРА НА ПРОКАТ ФИЛЬМОВ. ПРАВООБЛАДАТЕЛЬ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ ПО ДОГОВОРУ НАМ, НЕИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ИМУЩЕСТВЕННЫЕ АВТОРСКИЕ ПРАВА НА КИНОПОКАЗ. В КАЧЕСТВЕ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ЗА ПРАВО ПОКАЗА ФИЛЬМА И ЕГО ПОСТАВКУ КИНОТЕАТР УПЛАЧИВАЕТ ПРОКАТНУЮ ПЛАТУ. КИНОТЕАТР ПРОДАЕТ БИЛЕТЫ, ОТРАЖАЕТ ПОЛУЧЕННУЮ ВЫРУЧКУ, НАПРАВЛЯЕТ ПРАВООБЛАДАТЕЛЮ ОТЧЕТ О ПОКАЗЕ (С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ВСЕХ СОСТОЯВШИХСЯ СЕАНСОВ, ЗРИТЕЛЕЙ, ОБЩЕЙ ВЫРУЧКИ И ПРОКАТНОЙ ПЛАТЫ) И ВЫПЛАЧИВАЕТ ПРОКАТНУЮ ПЛАТУ ЗА ПОКАЗ ФИЛЬМОВ В РАЗМЕРЕ 50 % ОТ ВАЛОВОГО СБОРА.

Как правило, в договоре четко прописывается все, что касается обязанностей кинотеатра и дистрибьютора при организации процесса кинопоказа.

## Дистрибьютор

1. отправляет кинотеатру за свой счет изготовленную (также за свой счет) рекламную продукцию для продвижения фильма внутри кинотеатра.

В некоторых договорах прописаны сроки предоставления рекламных материалов, в некоторых — нет. И это не очень хорошо, потому то в реальности зачастую реклама приходит в кинотеатр за несколько дней до начала проката, даже если вы расписали кино за два месяца до старта. Бороться с этим, как показывает практика, невозможно, так как не всегда сроки изготовления и отправки зависят именно от сотрудников компании. Бывает так, что макеты на рос-материалы утверждаются западными коллегами впритык по срокам. Американцы же не понимают, что для того, чтобы доставить рекламу в Якутск, например, требуется минимум неделя... К сожалению, к этому просто надо быть готовым.

2. предоставляет кинотеатру носитель (пленка/хард) с фильмом так же за определенный срок до начала проката, и срок этот тоже должен быть прописан в договоре.

Обратите внимание: если в городе несколько цифровых кинотеатров, то, как правило, логистика дистрибьютора “объединяет” харды — присылает сначала в один кинотеатр, а затем площадки сами должны согласовать передачу харда от кинотеатра к кинотеатру. Вот тут вам придется самостоятельно регулировать и отслеживать этот процесс. Какой бы прекрасный не был логист, сидящий в Москве, он совершенно точно не знает специфику вашего города: на каком расстоянии находятся кинотеатры друг от друга, есть ли возможность быстрой передачи харда, сколько времени занимает закачка фильма на сервер у кинотеатра, получающего фильм первым, и не получится ли так, что первый кинотеатр продержит хард у себя до последнего, а вам придется вызывать киномеханика в ночь, чтобы закачать кино и начать демонстрацию завтра с утра.

По срокам доставки мой вам большой совет: при отсутствии письма от логистической компании, содержащего сведения о дне и времени доставки харда минимум за три дня до старта — начинайте звонить. Буквально во все колокола. Без истерик, конечно, и предварительно проверив электронную почту, но звонить надо. Лучше крепко спать, зная что все в порядке, чем видеть страшные сны про возвраты билетов, из-за того что фильма нет по тем или иным причинам.

3. Обязан предоставить кинотеатру все сопровождающие нормативные документы на фильм — прокатное удостоверение, удостоверение национального фильма (если он произведен в России) и так далее.

## Кинотеатр

- 1) должен понимать, что все договоренности, достигнутые вами в процессе переговоров с дистрибьютором о постановке фильма в прокат, выполнять НАДО.

Повторюсь: если расписали полный экран, то показывайте полный экран (Полный экран — формат показа фильма, при котором в одном кинозале демонстрируется только один фильм, все сеансы в день). Конечно, есть примеры, когда, расписав не глядя восемь сеансов, букер при составлении расписания понимает, что восемь не становится никак, а встает только шесть или семь — ставит их молча в расписание, и не согласовывает это с дистрибьютором. Потом не удивляйтесь, пожалуйста, почему при работе по другим проектам с этой компанией у вас могут возникнуть проблемы по формату и вообще по возможности работы... Лгунов не любят.

- 2) придерживаться ценовой политики.

Перед стартом крупного проекта дистрибьюторы рассылают по всем кинотеатрам, осуществляющим прокат, Меморандум на фильм. (Меморандум — документ, включающий в себя сведения о фильме — точная продолжительность, рекламные ролики, записанные перед началом фильма и обязательные к демонстрации, дату и время начала проката, сроки ограничения по скидкам и бонусным программам на фильм, минимальная цена билета и так далее) От кинотеатра требуется строгое соблюдение требований меморандума, что вполне объяснимо. Нарушение требований меморандума — это еще один повод поссориться, а оно вам надо?

- 3) своевременно предоставлять отчетность и прокатную плату.

## ВИДЫ ОТЧЕТНОСТИ

Отчетность ежедневная — даже при наличии модуля ЕАИС ежедневную отчетность дистрибьютору никто не отменял. У каждой кинокомпании как правило существует свой бланк отчетности. Но в целом — это сведения о том, сколько сеансов состоялось, каково количество проданных билетов и какова сумма выручки за указанный период во всех подробностях.

Поэтому надо организовать процесс работы так, чтобы отчеты шли в компанию и по выходным, и по праздничным дням. Это крайне важно для компании, особенно для начинающей. На основании оперативных отчетов директор или букер принимают решение о перестановке по времени сеансов (если есть такая необходимость), о сокращении или добавлении сеансов фильма в расписание (естественно, если речь идет о сокращении сеансов — это просто необходимо согласовать с дистрибьютором)

Отчетность итоговая – по окончании проката, как правило, в течение трех дней необходимо составить и прислать итоговый акт по прокату фильма. На основании этого акта вы будете перечислять прокатную плату в сроки, так же четко прописанные в договоре проката. Дистрибьютор занесет эту итоговую сумму в свою дебиторку и получит окончательные цифры от вашего кинотеатра. Итоговый акт хорош еще тем, что при возникновении разногласий по итоговым суммам у вас и в компании — можно сразу оперативно разобраться, в чем дело, и выяснить неточности и нестыковки в ежедневных отчетах. Это позволит избежать переплат или недоплат по прокатной плате с вашей стороны. И в документах будет полный порядок, что так любят наши бухгалтеры J

## ПРОКАТНАЯ ПЛАТА

Прокатная плата — сумма, которую кинотеатр обязан выплатить дистрибьютору по итогам проката фильма. Прокатная плата должна выплачиваться сразу по итогам проката. Пожалуйста, не копите долги. Это путь по лестнице, ведущей вниз... Ни к чему хорошему такая система — прокатал один фильм, а прокатную плату за него перечислил с проката другого фильма — не приведет. Поймите, доля дистрибьютора — это НЕ ВАШИ деньги, вы не имеете право ими распоряжаться. В договоре четко прописаны схема начислений пени и штрафов за просрочку платежей, и компания вправе вам выставить требования об их уплате, приостановив отношения с вашим кинотеатром до момента полного расчета. Кинокомпания не обязана финансировать ваше строительство новых залов, открытие кафе на территории кинотеатра или покупку новой машины генеральному директору. Надо четко это понимать и не воспринимать требования компании о перечислении прокатной платы или пени как обман (за счет пени, конечно), эти деньги нужны и вам (для оплаты аренды кинозала и других расходов) и кинокомпаниям (для оплаты проката фильма, других расходов и т.д.)

# Система pre sale

Данную технологию используют продюсеры, не работающие в составе крупных творческих студий. Такие продюсеры находят сценарий, собирают бюджет и предварительно продают фильм.

Происходит pre sale еще не снятого фильма на доступных продюсеру рынках.

С российскими фильмами, если мы уже располагаем бюджетом, то можем снять презентационный ролик фильма, показать сценарий с раскадровкой, чтобы заинтересовать покупателей, например кинотеатры.

# Распределение валового дохода от кинопоказа

Кассовый сбор			
Прокатные отчисления 50%		Доля показчика 50%	
Совокупные прокатные отчисления 5%	Чистые прокатные отчисления		Валовая прибыль кинотеатра
	Доля прокатчика 15%	Доля продюсера	Эксплуатационные расходы

Доля продюсера	
Погашение стоимости производства фильма и коммерческих расходов продюсера	Валовая прибыли изготовителя фильма

Валовая прибыли изготовителя фильма			
Налог на прибыль 20%	Доля чистой прибыли, идущая вкладчику 12%	Выплата участия (% от суммы прибыли авторам, актёрам)	Доля чистой прибыли, идущая продюсеру

От проката примерно 50% уходит кинотеатрам, 7,5%-  
прокатчику, оставшиеся 42,5% - продюсеру