

# POPCORN TIMES

№ 7

БОМБИЧЕСКИЙ. НОВОГОДНИЙ. ТВОЙ.

Ноябрь  
2017

В НОМЕРЕ  
ВСТРЕЧАЮТСЯ СЦЕНЫ



2018  
НА СТАРТЕ

ВСЕ, ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ  
В ВАШЕМ КИНОБАРЕ  
В НАСТУПАЮЩЕМ ГОДУ



ХАЙ-ПА-  
НУЛИ!

КАК ПОССОРИЛИСЬ  
КИНОРЫНОК С КИНОТАВРОМ

ХРОНИКА ПИКИРУЮЩИХ ОТНОШЕНИЙ  
В НАШЕМ РАССЛЕДОВАНИИ

ИНДЖОЙ  
НА СТР. 4-5

КОЛОНКА  
ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА



Дорогой читатель!

Мы решили быть злободневнее, острее и информативнее. В газете и интервью, и аналитика, и что-то еще наверняка, ну там всяческое. Пусть эта поздняя московская осень станет ярче и интереснее с новым номером нашей газеты в руках! Ну и на стенд к нам заходите, обсудим новости и новинки. Ваш главный редактор.

ЭКСКЛЮЗИВ!

ИЩИТЕ ВНУТРИ ГЛАВНУЮ МАТИЛЬДУ ГОДА  
(ШНУРОВУ, ЕСЛИ ВЫ ВДРУГ ПОДУМАЛИ О ДРУГОЙ)

## НОВОСТИ И НОВИНКИ

**ЗОЖ С ВАМИ**ТЫКВА  
25 г ►

Ассортимент хрустящих овощных долек пополнился новой вкуснятиной – тыквой! В натуральных снеках тоже присутствует сезонность, и если с репой сейчас сложно, то для тыквенных чипсов зимой – самая пора. А урожай тыквы в этом году был сказочным.

При покупке  
5 коробок  
овощных чипсов  
– диспенсер  
в подарок!

**ПОП АРТКОРН**Вкусно и ярко должно быть в каждом кинобаре!  
Встречайте новые бумажные стаканы для попкорна «Поп Арт».**КОМУ ДОСТАНЕТСЯ НА ОРЕХИ?**

Всем, кто не попробует нашу горячую новинку - хрустящие, вкусные орешки!

Арахис – соленый или в меде с кунжутом, и соленые фисташки.

Орешки расфасованы в небольшие стаканчики, поэтому их так удобно брать с собой в кинозал!

**ЗВЕРИ, ГНОМЫ И СУПЕРГЕРОИ**Премьера: 14 декабря 2017 г.  
Срок проведения акции:  
с 1 декабря 2017 г по 15 января 2018 г.**АКЦИИ, КОТОРЫЕ ПОНРАВЯТСЯ ВАШИМ ЗРИТЕЛЯМ**

**ФЕРДИНАНД**

Blue Sky

Премьера: 21 декабря 2017 г.  
Срок проведения акции:  
с 7 декабря 2017 г. по 15 января 2018 г.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ РЕКЛАМЫ  
ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В КИНОБАРЕ

Представляйте сувенирную продукцию  
в кинобаре еще ярче!

ДИСПЕНСЕРЫ  
ДЛЯ ПЛАСТИКОВЫХ СТАКАНОВ  
и ВСТАВКИ  
В ЖЕСТЯНЫЕ ВЕДРА  
привлекут  
дополнительное  
внимание  
покупателей  
к товару

Не забывайте спрашивать  
новые рекламные  
материалы  
у своих менеджеров

КУПИ КОМБО – ПОКАЖИ СВОЙ ХАРАКТЕР!

КУПИ КОЛЛЕКЦИОННЫЙ СТАКАН

Премьера: 15 февраля 2018 г.  
Срок проведения акции:  
с 15 января по 28 февраля 2018 г.**НОВЫЕ ВИТРИНЫ  
ДЛЯ ТОППЕРОВ**Эффектно подать игрушки-топперы  
помогут специальные витриныКонусная витрина на 4 топпера с подсветкой  
разработана для игрушек к актуальным  
премьерам. За счет формы, она эргономична,  
а значит, занимает минимальное место  
на барной стойке.Прямоугольная витрина на 20 топперов –  
идеальный вариант для демонстрации  
игрушек к прошедшим премьерам,  
позволяющий показать весь ассортимент.

**SHERLOCK GNOMES**

Премьера: 15 марта 2018 г.  
Срок проведения акции:  
с 1 по 30 марта 2018 г.

PARIS

GNOME

JULIET

СПЕШИТЕ ПРОБОВАТЬ!



**ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОГРАНИЧЕНО**

**СПЕЦЦЕНА НА ДЕРЕВЯННЫЕ ИГРУШКИ К ЛЮБИМЫМ МУЛЬ-ФИЛЬММАМ**

28 ДЕКАБРЯ ПРЕМЬЕРА ОЧЕРЕДНОЙ СЕРИИ ФРАНШИЗЫ «ТРИ БОГАТЫРЯ И ПРИНЦЕССА ЕГИПТА»

АЛЕША ПОПОВИЧ ДОБРЫНЯ НИКИТИЧ

БОГАТЫРИ В АССОРТИМЕНТЕ

**ПРИГЛАШЕНИЕ**

Коллеги, приглашаем вас принять участие в нашем круглом столе. Рассмотрим примеры конкретных кинотеатров, которые уже зарабатывают на грамотном использовании рекламных носителей. Обсудим дополнительные возможности, поделимся опытом.

**ЧТО:**  
Круглый стол «DIGITAL SIGNAGE – цифровые рекламные носители в кинотеатре. Как грамотно использовать, чтобы больше зарабатывать»

**ГДЕ:**  
Кинорынок-104 конференц-зал «Толстой»

**КОГДА ВО СКОЛЬКО:**  
29 ноября с 12:30 до 13:30

**СВЕТЛАНА СОЛОПЕНКОВА**  
ведущий менеджер проектов «Моушн Вью» ГК «Деловая Русь»

**ЮЛИЯ ВОРОНОВА**  
управляющая развлекательным центром PUSHKA, г. Москва

**ВИКТОРИЯ БАШЕВА**  
менеджер по репертуарному планированию и рекламе кинотеатра ASIA, г. Якутск

Если вы в кинотеатре свой открыли кинобар, В нём повесили немного мониторов для меню, То не думайте вы даже сделать видео для них! Вы возьмите просто слайды разрешением поменьше Так, чтобы видно было сразу – делал их студент в ворде. Там, где цены изменились, вы не правьте их в макете, Маркером поверх бумаги – и лепите в монитор! Вы же заплатили много, телевизоры чтоб эти Здесь висели – значит надо экономить на другом!

**ПРОДОЛЖЕНИЕ НА КРУГЛОМ СТОЛЕ**

# КАК ПОССОРИЛИСЬ КИНОРЫНКИ И КИНОТАВР?

**Этим летом разлад между Кинорынком и Кинотавром достиг апогея: после окончания Кинорынка участников с наклейкой Кинотавра не пустили на показы в Зимний, а также на пляж и к бассейну «Жемчужины». Обиженные гости стали требовать «расправы и крови» и попытались найти хоть кого-то, ответственного за этот беспредел. Безрезультатно. Мы взялись восстановить хронологию событий и понять, каково положение дел прямо сейчас, когда пора уже планировать следующий сочинский Кинорынок.**



Объявляем награду тому, кто просветит нас по поводу ковбоя, учинившего драку с директором отеля «Жемчужина» в разгар Кинотавра и Кинорынка в 2014 году.

Есть версия, что именно из-за него вышел разлад.



**Георгий Николаев, заместитель директора МАУ кинотеатр «Лена», г. Якутск:**

Все эти годы, что я летаю на Кинотавр и летний кинорынок, всегда чувствовалось неприятное отношение организаторов Кинотавра, сотрудников на ресепшн Кинотавра, охраны на пляже. Мое предложение: нужно Кинорынку и Кинотавру сделать специальное предложение участникам кинобизнеса, желающим посещать мероприятия Кинотавра и Кинорынка, по специальной цене.

**Юлия Искра, букер шести кинотеатров, г. Иркутск:**

Я остро почувствовала на себе конфликт Кинорынка и Кинотавра. Я в принципе езжу столько лет в Сочи только для того, чтобы получить возможность просмотра фильмов конкурсной программы. Ни красная дорожка, ни тусня вокруг Кинотавра мне не интересны, я не фотаюсь с актерами, мне очень важно получить полное представление о тех фильмах, которые будут (или не будут) в прокате. И трачу деньги на проживание в гостинице Жемчужина, и время (тоже деньги), чтобы посмотреть кино. И еще я в принципе не могу мириться с хамством в любом его проявлении.

И вот когда ты заплатишь за проживание, за билеты, выберешь то, что особенно хочется увидеть, в прекрасном настроении идешь на показ фильма – и тебя встречает охрана со словами: «Велено не пущать!» ... Сначала чувство растерянности... Уточняешь, все ли верно, показываешь голограмму на бэйдже, которую получаешь, заплатив за проживание в ненавистной гостинице. Ответ примерно такой: «Да-да. Пшли вон!»

Идешь обратно с горящими щеками, а потом думаешь, не уехать ли? И еще заплатить за обмен билета, и потерять деньги, внесенные за проживание... И все дни, что остались до отъезда, с жутким стыдом вспоминать про минуты перед захлопнувшейся перед носом дверью и позорный проход по дорожке назад под взглядами ухмыляющейся охраны.

Я не в курсе конфликта, я не участник его, не знаю ни причин, ни развития... Но итог налицо. И как я могу найти решение проблемы, если не знаю, в чем она? Но очень хочется, чтобы проблема исчезла. Я надеюсь, что обе стороны смогут найти решение. Они же культурные люди...



**Екатерина Бордачева, программный директор Российского Кинорынка:**

Мы не ссорились... Но между нами нет не только открытого и рационального диалога, нет никакого.

Я не возьмусь комментировать слова дирекции Кинотавра о нас, о том сколько мы зарабатываем и какая практика существует в мире. Все мы бываем на фестивалях класса А и знаем, что аккредитация на рынок всегда дороже в разы.

С нами действительно уже много лет не садились за стол переговоров организаторы фестиваля. Обещания Кинотавра встретиться с нами и поговорить во время последнего Кинотавра/Кинорынка не были выполнены. Встреча не состоялась. Получается абсурдная ситуация – есть конфликт интересов, но менеджмент фестиваля не хочет встречаться, слышать нас и искать решение.

Если фестиваль считает необходимым ввести дополнительные статьи, за которые должен платить Кинорынок, об этом нужно как минимум сообщить нам, в первую очередь. Мы же об этом узнаем из СМИ... У нас есть готовые предложения и по стоимости аккредитаций, по некоторым условиям ценообразования. Большой вопрос – стоимость проживания в «Жемчужине» для наших участников! Но чтобы согласовать и оценить жизнеспособность проектов, необходимо учитывать глобальные интересы каждой из сторон. В ближайшее время, сразу после 104 РК, мы ждем подтверждения совместного совещания.

до 2012 г.



## ХРОНИКА ПИКИРУЮЩИХ

Все шло замечательно: бурные совместные вечеринки, посиделки в лобби «Жемчужины», а на показы в Зимний пригласительных было столько, что не находилось достаточно желающих представителей кинотеатров ими воспользоваться. В этот период Кинорынок параллельно с Кинотавром бронировал

2012 - 2015 гг.

Нарастание напряжения. Кинотавр начинает брать в аренду весь номерной фонд «Жемчужины», а также всю территорию отеля, включая пляж и бассейн. Кинорынок перекупает номера у Кинотавра, но цены пока остаются приемлемыми. Кроме того,

2015 г.

Внезапно Кинотавр выставляет Кинорынку заоблачные цены на проживание в «Жемчужине» и добавляет в меморандум пункт о том, что проходить на пляж и к бассейну могут только те участники Кинорынка, которые проживают в «Жемчужине».

2016 г.



Новые условия меморандума: билеты на показы отменены, введены наклейки- голограммы для прохода к бассейну, на пляж и в Зимний – только для проживающих в ГК «Жемчужина» плюс небольшое количество для VIP-гостей

6-10 июня 2017 г.

Голографических наклеек, пропускающих участников Кинорынка на территорию «Жемчужины» и в Зимний, катастрофически мало, за них идет настоящая бойня. Киносообщество штурмит, высказываются мысли о том, что «ну его в таких условиях этот Сочи». Руководитель «Каро-Премьер» Алексей Рязанцев на страницах «Popcorn Times» жестко высказался по поводу напряженных отношений двух организаций и напомнил всей киноиндустрии, что «у кого в руках прокат, у того в руках производство».

14 июня 2017 г.

На закрытой пресс-конференции Кинотавра на вопрос «Какие у вас отношения с Кинорынком?» Александр Роднянский ответил, что «...Кинорынок зарабатывает на аккредитации и получает при этом дополнительные опции в виде дополнительных 220 мест в зал, который не вмещает всех гостей Кинотавра, и контент. Они в принципе могут договориться как-то еще иначе, мы открыты любым договоренностям. Мы-то в значительно большей степени заинтересованы в сотрудничестве с рынком по понятным причинам, чем, боюсь, рынок с нами. В этом же проблема-то. Потому что все участники российского производственного процесса, конечно же, мечтают стать ближе к прокатной индустрии. А там, с той стороны, есть некий скепсис. Есть энтузиасты без сомнения – те, которые помогают и участвуют. А есть те, кто далеки и в общем-то лишены интереса. Поэтому механически предоставлять им те же возможности, что имеют зарегистрированные или аккредитованные на фестивале гости, мы не можем по определению. Но

июнь 2018 г.

Каким будет сочинский Кинорынок следующим летом? Есть два варианта развития событий. Первый: Пересмотр меморандума между Кинорынком и Кинотавром в пользу общей для двух мероприятий аккредитации. Тогда Кинотавр будет получать часть прибыли с аккредитаций, а для участников Кинорынка восстановятся приемлемые цены на гостиницу и свободное посещение конкурсных показов и территории «Жемчужины».

# ОРЫНОК С КИНОТАВРОМ ищих отношений

номера в отеле, арендовал рекламные поверхности и площадки. Деньги платились напрямую «Жемчужине». Отношения Кинорынка и Кинотавра регулируются меморандумом, четко прописывающим «кто кому что должен».

сохраняются преференции участникам Кинорынка – проход на пляж, к бассейну и на показы в Зимний – пока независимо от проживания в отеле. Но в целом, отношения выстраиваются по схеме «арендатор – субарендатор».

Билеты на показы в Зимний даются только на период проведения Кинорынка. Поднимается первая волна скандалов. Начинаются мучительные переговоры оргкомитетов фестиваля и выставки.

Кинорынка. Гологramмы действуют только в период проведения Кинорынка и день отъезда участников. Кинорынок пытается наладить диалог с Кинотавром. Попытки встретиться с продюсером Кинотавра с треском проваливаются – встречи отменяются в последний момент.

11 июня 2017 г. Кинорынок закончился 10 июня, а уже 11-го никого из участников, обладающих голографическими наклейками Кинотавра, не пустили ни на пляж, ни в Зимний. При этом в меморандуме свободное посещение прописывалось по 11 июня включительно (день отъезда участников). Позже на вопрос «Почему?» представители Кинотавра ответили, что «у нас нет мест – приехало слишком много гостей, мы не ожидали».

мы открыты договоренностям» (цитата из диктофонной записи, – прим. редакции).

Затем последовал еще более интересный вопрос: «Насколько фестиваль заинтересован в Кинорынке? Если представить, что в следующем году рынка в Сочи не будет – а там есть какие-то обсуждения на эту тему – кто в данной ситуации выиграет и кто проиграет?» Ответ Александра Ефимовича: «Я думаю, что проиграют все и в первую очередь, как ни странно, киносети и владельцы кинотеатров. Потому что они всегда реагируют на события и инициативы законодательные, принимаемые в отношении кинопоказа, постфактум. Все протекционистские меры, которые обсуждаются, введение сборов в 5 миллионов рублей или квоты, предлагаемые и вечно обсуждаемые, они обсуждают постфактум и все это им очень не нравится. Было бы правильно, если бы они были частью индустрии и обсуждали это здесь. Здесь их площадка интересов...» (цитата из диктофонной записи, – прим. редакции).

Второй вариант: Кинорынок по-прежнему проводится параллельно с Кинотавром, но переезжает из «Жемчужины» в «Меркурий», где есть отличный просмотровый зал, свой пляж, аквапарк и прочие блага цивилизации с совсем другими ценами. Желающие смогут по-прежнему заселяться в «Жемчужину» и тогда к их услугам будут преференции участников Кинотавра. Время покажет.

до 2012 г.



## ДРУГОЕ МНЕНИЕ

**Александр Зенин:** Эта история «кошки и собаки» тянется с 2008 года и первым прецедентом было заявление Кинотавра о том, что посетители Кинорынка не корректно себя ведут)

Нравится · Ответить · 1 - 12 июня в 10:32

2012 - 2015 гг.



**Анатолий Кузменко:** Что, к сожалению, бывало. Сам наблюдал, как со столов в пакеты сгребалась еда и алкоголь...

Нравится · Ответить · 1 - 12 июня в 11:34

2015 г.



**Анатолий Рязанцев, генеральный директор «Каро-Премьер», продюсер:**

Я так давно езжу на Кинорынок в Сочи, что помню еще выездной рынок в Дагомысе! На моих глазах менялся и состав участников и сам рынок. От голодных лет, когда людей больше, чем кино интересовало фуршеты мы пришли к цивилизованному рынку, и мне это очень отрадно. Сейчас Кинорынок почти не отличается от подобных мероприятий в Европе. Кроме, пожалуй, сложного взаимодействия с Кинотавром. Если взять кинофестивали, например, в Берлине и Каннах, там вы не увидите разграничения в датах и программе между самим фестивалем и Кинорынком. В наших реалиях Кинорынок не интегрирован в Кинотавр как партнер, и существуют препятствия для диалога участников этих больших мероприятий. Поэтому я хочу напомнить всем коллегам, что у кого в руках прокат, у того в руках производство. Мне не нравится разграничение того же пляжа, когда кто-то может на него пройти, а кто-то нет и приходится общаться через забор людям, которые по сути делают одно общее дело. Я понимаю, что наши актеры устали от того, что им докучают, но они приезжают на фестиваль и на рынок специально для того, чтобы вызывать дополнительный интерес к своему фильму. И в этой ситуации некая зашоренность и запрет на общение – они, мягко говоря, не логичны.

И еще один момент, на который хочется обратить внимание – недостаточные квоты Кинотавра на просмотр конкурсных фильмов в Зимнем театре участниками Кинорынка. на мой взгляд именно Кинорынку необходимо выделять максимальное количество билетов, ведь эти люди в потенциале будут прокатывать кино! Я же вижу на просмотрах людей, которые не имеют никакого отношения ни к Кинотавру, ни к Кинорынку. Я понимаю, что в Сочи есть люди, которых необходимо пригласить на фестиваль, но это все же вторично. Необходимо создавать более широкую сеть живого общения участников кинобизнеса, и это общение может рождаться как раз в процессе просмотра фильмов и после него.

(Выдержка из интервью для «Popcorn Times» №5, июнь 2017г., – прим. редакции).

11 июня 2017 г.



## В Зимнем театре 11 июня 2017 года:

- Указание от начальника охраны: Кинорынок после закрытия не пускать.
- На просмотры Кинотавра? Правильно я понимаю?
- Да.
- И с голограммой?
- Все аккредитации Кинорынка не пускать на показы в Зимний.

14 июня 2017 г.



**Алексей Яковлев, менеджер по кинопрокату кинотеатра «Россия», г. Северодвинск:**

Поскольку «Россия» – однозальный кинотеатр для широкого зрителя, фильмы из конкурсной программы «Кинотавра» редко попадают в наш репертуар, но тем не менее, это случается. Такие картины зачастую выходят в прокат без рекламной поддержки и их просмотр заранее дает представление, как продвигать фильм самому и на своей площадке, через социальные сети. На основании таких просмотров на Киноатвре мы ставили в прокат «Убрать из друзей», «Географ глобус пропил», «Про любовь». В этом году нас лишили возможности посмотреть «Мифы» и «Жги», потому что их показывали после закрытия Кинорынка, и нас даже с аккредитациями Кинотавра на показы не пустили. Спасибо прокатчикам, они компенсировали это показом фильмов в рамках «Киноэкспо».

июнь 2018 г.

Мы, конечно, надеялись на более развернутый комментарий, с конкретными предложениями. Однако, нет (прим. редакции).

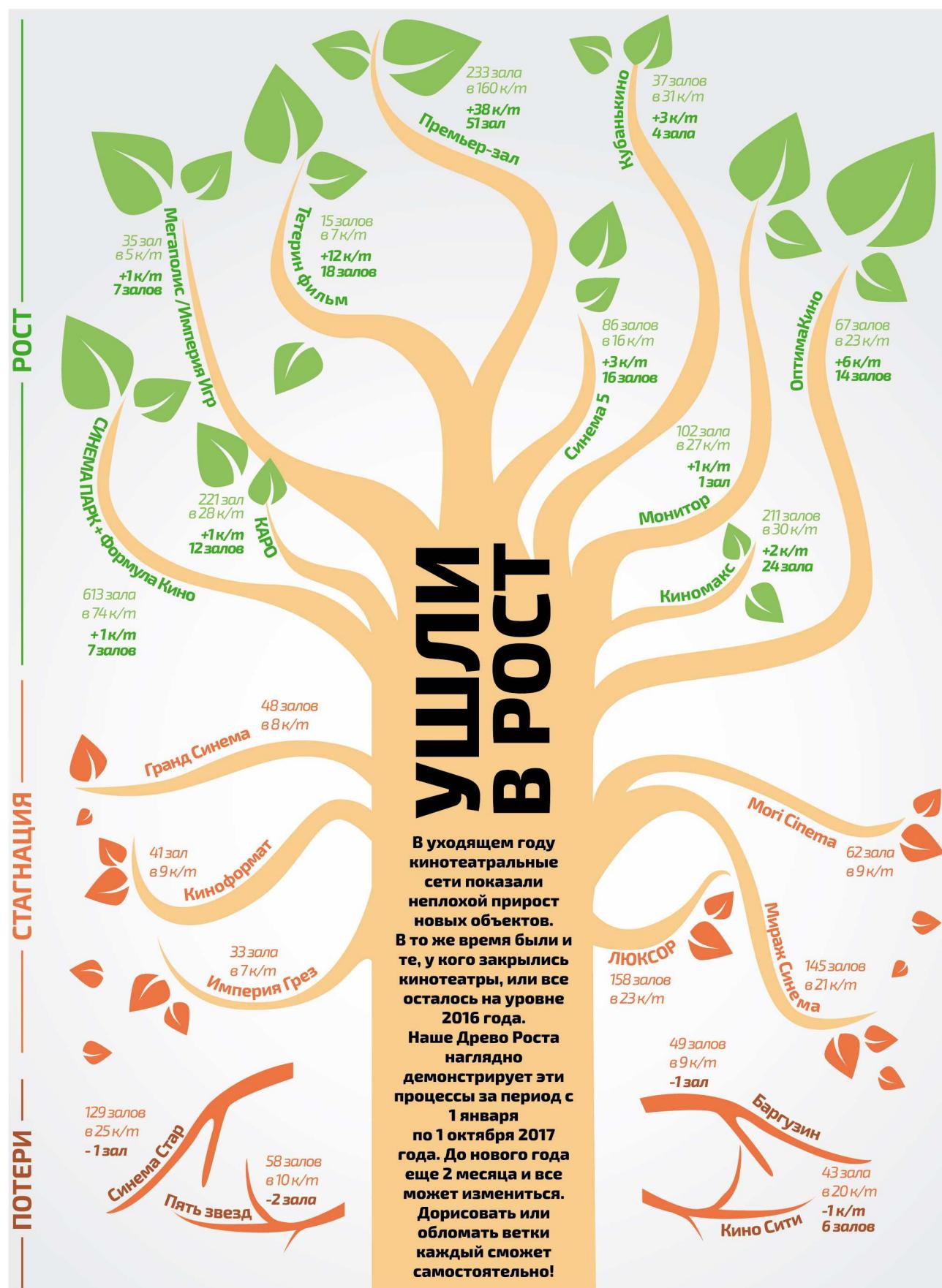
## Дирекция Открытого Российского фестиваля «Кинотавр»:

Представители дирекции «Кинотавра» ежегодно встречаются с представителями Кинорынка в период подготовки к мероприятию. Таким образом, за годы многолетнего сотрудничества сформировался алгоритм работы, которого и придерживаются обе стороны. Не вдаваясь в детали того, как взаимодействуют кинорынки и крупнейшие кинофестивали мира и не сравнивая механизмы работы, отметим лишь одно – во всем мире это исключительно коммерческая история. Тем не менее, «Кинотавр» традиционно, опираясь на опыт длительного партнерства, аккредитует значительное количество представителей «Кинорынка» бесплатно.

«Кинотавр» максимально лояльно относится к Кинорынку, понимая, насколько важно, чтобы создатели фильмов и индустрия проката были близки друг к другу, и всегда открыт к диалогу и обсуждению.

## КОЛЕСО ОБЗРЕНИЯ 2017

## ЭТОТ БЕЗУМНЫЙ,



## КИНОТЕАТРАЛЬНОЕ ДРЕВО РОСТА

ТОП-20 операторов РФ (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)  
Источник статистики: © 2017, Невафильм Research



2017-й прошелся по отечественному кинобизнесу где катком, где граблями. Одно точно – он навсегда войдет в историю, как год перемен, который никому не дал возможности оставаться в стороне, занимая нейтральную позицию по болезненным вопросам.

## СДЕЛКИ ГОДА

**1** СИНЕМА ПАРК СЕТЬ КИНОТЕАТРОВ **ФОРМУЛА КИНО**

Главным новымсмейкером весны стал Александр Мамут, который последовательно купил сначала сеть «Синема Парк», а затем и «Формулу Кино». В результате на рынке появился настоящий монстр – объединенная сеть СП и ФК. Свое влияние на бизнес сеть уже продемонстрировала отказом от показа «Матильды», чем заставила шевелиться правоохранительные органы. Последним пришлось включиться в процесс и гарантировать безопасность зрителей во время сеансов. «Матильду» вернули в расписание объединенной сети, да и всем кинотеатрам стало спокойнее.

**2** Фото kuzmenkoru

В августе КИНОПЛАН и UCS-Премьера объявили о слиянии. Продукты UCS-Премьера влились в линейку продуктов КИНОПЛАНа в результате чего на рынке появилась компания, полностью покрывающая потребности кинотеатров в автоматизации всех направлений деятельности. Что теперь ждет индустрию:

- «Бесшовная» интеграция всех продуктов. Информация о расписании, репертуаре, запланированной рекламе и проданных билетах будет свободно циркулировать внутри единой системы.
- Единый центр поддержки клиентов. Позвонив по единому номеру, пользователи любого продукта (от букинга до кассы) получат полноценное сервисное обслуживание.
- Выход КИНОПЛАНа на международный уровень.

**3** Нравится vostretsova, svbelan и еще 86 kuzmenkoru 3 августа 2017 года. Запомним этот день.

Александр Шепелев, экс-директор билетных систем UCS-Премьера, открыл тайский СПА-салон, сразу ставший негласным официальным местом релакса тружеников кинобизнеса. Кинобизнес – дело нервное, так что поток клиентов обеспечен. К тому же Александр может выполнять еще и роль психоаналитика. Столько лет проведя в кинобизнесе, он знает все проблемы и подводные камни, а потому может не только выслушать, но и дать ценный совет за чашечкой зеленого чая.

- Я много лет был клиентом сети WaiThai, - рассказывает Александр. – Однажды я посчитал, что мы с женой тратим около 100 000 рублей в месяц на массаж, и понял, что открыв свой салон, я точно сэкономлю эти сто тысяч. Не долго думая, я купил франшизу у своей любимой сети салонов. Но это бизнес-хобби для релакса, для встреч с друзьями в теплой, правильно заряженной атмосфере. На самом деле сейчас я инвестирую в большой инновационный проект для кинотеатров, связанный с VR - VR Full Immersion с уникальной системой трекинга и видеонаблюдения, которые позволяют считать количество людей на каждом сеансе, определять их пол и возраст с точностью 98%. На Кинорынке у меня будет стенд.

В ЛасВегасе на СинемАконе у меня также будет стенд, кстати, пользуясь случаем, хочу поблагодарить Искандера Аминова за бесценные советы по участию в СинемАконе. И конечно же, своего друга, и учителя Олега Березина (Олег по праву занял место в моей душе, в качестве старшего наставника, после ухода из жизни Миры Алиева - Царствия ему Небесного)!

Я искренне верю, что всех людей ищущих баланс между материальным и духовным ждёт успех во всех экологичных начинаниях!

# БЕЗУМНЫЙ, БЕЗУМНЫЙ КИНОБИЗ

Перетурбации игроков Высшей Лиги кинобизнеса в этом году напоминали шахматную партию.

## РАЗ – И В ДАМКИ!

Кто-то выбился в дамки, кого-то быстро и решительно «съели», а некоторым «королям» поставили сразу шах и мат.



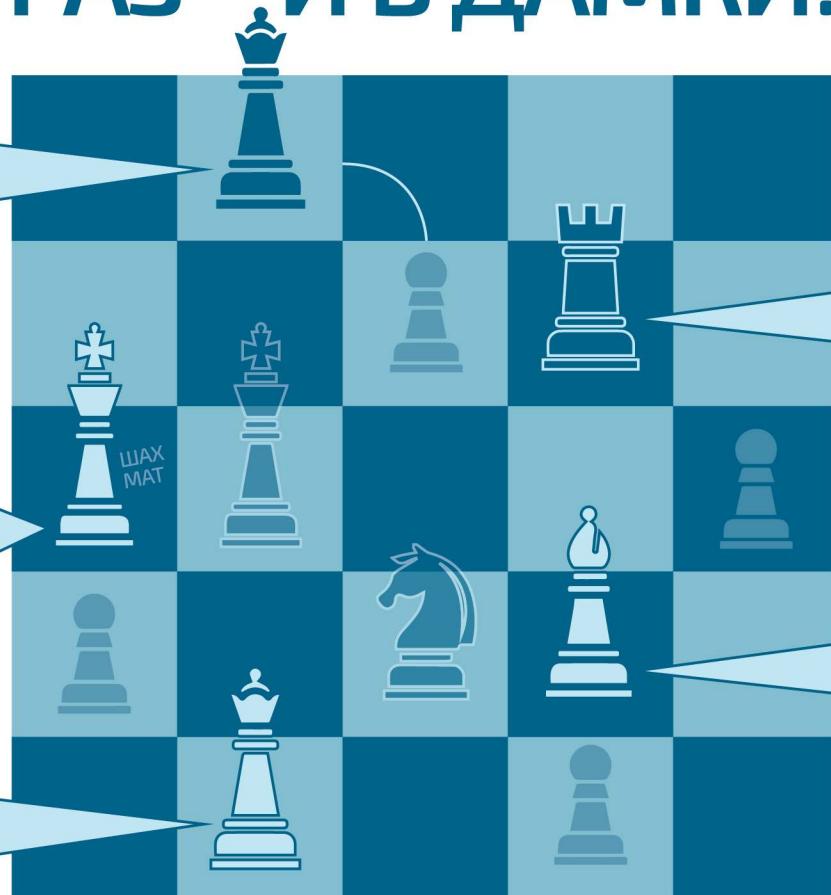
В январе 2017 года Ия Лебедева назначена генеральным директором Каропрокат, а 1 февраля кинотеатральную сеть КАРО возглавила Ольга Зинякова.



1 февраля на пост генерального директора сети «Формула Кино» был назначен Юрий Кириллов. Однако уже в апреле ему пришлось уступить кресло Роману Линину, который возглавил объединенную сеть кинотеатров «Формула кино» и «Синема Парк». Юрий Кириллов установил антирекорд: 2 месяца в кресле генерального директора.



Скучные июльские будни взорвала новость о том, что компания UPI покидает директор по маркетингу Елена Шнеэрсон. А уже в сентябре стало известно, что Елена возглавила кинопрокат в компании «Волга».



В сентябре в UPI приступил к работе новый директор по маркетингу Андрей Ильичев, который известен рынку работой над сервисом «Рамблер. Касса». Очевидно из отличного понимания, как система работает, в UPI родилось нововведение, бурно обсуждавшееся перед выходом в прокат фильма «Сделано в Америке». Тогда прокатчик картины (UPI) направил в российские кинотеатры письмо с требованием учитывать наценки при онлайн-продаже билетов при вычислении доли дистрибутора от проката фильма.



В июне кинокритик всей Руси Антон Долин возглавил журнал «Искусство кино» вместо Даниила Дондурея. Антон сразу развернул бурную деятельность по реновации журнала – вечеринки в честь выхода новых номеров и сбор денег на краудфандинг-сервисе Planeta.ru определенно повысили узнаваемость и популярность журнала.

## АТОС, ПОРТОС И КОМПРОМИСС



Столько лет мы усиленно боролись за индивидуальность, жили по правилу «Каждый сам за себя», разобщались как могли – и вот! Пошел обратный процесс: в уходящем году для поиска компромиссных решений в сложных ситуациях объединялись все и во все.

Старт дал, как обычно, генератор перемен – Олег Березин. Серия неформальных встреч кинопредпринимателей оформилась-таки в Ассоциацию Владельцев Кинотеатров. Вслед за этим «Двадцатый Век Фокс СНГ», «Централ Партнершип», «Наше Кино», WDSSPR, Universal Pictures и «Каро Премьер» во время КиноЭкспо-2017 объявили о создании Ассоциации Кинодистрибуторов.

**КСТАТИ**  
В деле «О судьбе синемаплекса» киносообщество также проявило удивительное единодушие и готовность сплотиться для помощи полезному и любимому многими ресурсу.

15 августа на [cinemaplex.ru](#) появилась статья «Последний август синемаплекса». И тут в нашем сообществе случилось чудо. Главный редактор сайта в прощальном письме ни о чем не просил, ни к чему не призывал, просто объяснил понятным языком, почему всё.

В ответ на это читатели выразили единодушную готовность проголосовать рублем, поддержать кто чем может издание, лишь бы оно продолжало работу. Итог – похороны ресурса пришлось переносить.



Реальная польза от Ассоциации владельцев кинотеатров в том, что мы можем делиться друг с другом проблемами, то есть по сути неответченными вопросами, и либо получить ответ от тех, кто в курсе, либо поднять голову и задать этот вопрос тем, кто вместо нас решает нашу судьбу как предпринимателей. Дистрибуторам, государству, РАО.

**Юлия Солдатова, директор по стратегии и инвестиции «Киноплекс»**



«Вступил в 2017 году в Ассоциацию владельцев кинотеатров. Сейчас мы не возлагаем на это объединение больших надежд в силу молодости организации – нужны наработки связей с внешней средой (госструктуры, рекламные агентства, СМИ и т.д.), но мы уверены, что в дальнейшем той командой, которой станет эта ассоциация, мы сможем решать массу насущных проблем в сфере кинодистрибуции и успешного функционирования кинотеатров в нашей стране».

**Павел Паникаровский, владелец сети «Люмен Фильм»**



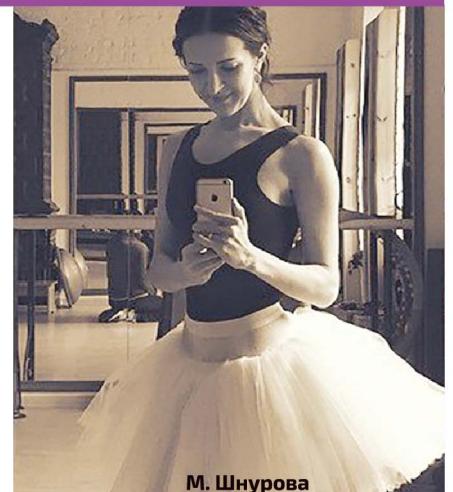
М. Ольшанская-Кшесинская  
Сколько было за год разговоров о «Матильде» и все равно мы не можем не упомянуть ее в наших итогах. Во-первых, это точно был хайп года. А во-вторых, в 2018 году ожидается премьера фильма, который может вызвать не менее бурную реакцию общественности, политических деятелей и набирающих обороты неосталинистов. Как бы не случилось камбэка под лозунгом «Грешновато!».

Британская комедия «Смерть Сталина» уже удостоилась особого внимания Общественного совета при Министерстве культуры РФ. Зампред совета Павел Пожигайло заявил, что «Если фильм про Сталина также провокативен, как «Матильда», не надо его выпускать. Мы будем просить, чтобы его могли посмотреть не только члены Минкультя, но и члены общественного совета. Общественность должна просто инициировать экспертизу профессионалов, которые скажут, есть ли в нем попытка разжечь национальную рознь, оскорблениe каких-то чувств, решат, есть ли там опасность или нет. Если есть опасность, мы будем настаивать на том, чтобы прокатное удостоверение не выдавалось».

- Будем показывать обязательно «Смерть Сталина» с даты старта. Нам нравится скандальный ореол вокруг картины. Мы любим все дискуссионное и хайповое. «Матильду» мы брали только по этим причинам.

**Андрей Алексеев, генеральный директор (соучредитель) Киноклуба «НЕФТЬ», г. Ярославль**

## МАТИЛЬДЫ ГОДА



**НАМ МОГЛА ОТВЕТИТЬ, НО НЕ ОТВЕТИЛА**

Самая известная, после Кшесинской, Матильда страны (чье имя склоняли весь год) дала нам свой e-мейл, а вот отвечать на волнующие нас вопросы не захотела. А ведь мы составили целый список:

- ?
- Вас не достал стёб, связанный с именем балерины Матильды?
- ?
- Или вокруг вас (за исключением редакции Popcorn Times) приличные люди?
- ?
- Или вы почувствовали, что ваши и всех тёзок в стране, честь и достоинство оскорблены в связи с тем, что Матильду треплют на каждом углу последний год?
- ?
- Что вы думаете о депутате Наталье?
- ?
- Вы вообще смотрели фильм «Матильда»?
- ?
- Идею фильма Учителю на самом деле вы навеяли?
- ?
- В фильме Матильда совсем не едят, очевидно, бюджета не хватило. Какой из авторских коктейлей вашего ресторана посоветеете кинодистрибуции для конца ноября?



Их могли показать в фильме, но не показали. Но обещают показать в сериале! Ждем наших кинобизнесцев на всех телекранах страны.

# БАРНАЯ СТОЙКА & КО

## ТОМ 3 БОЛЬШАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ КИНОБАРА



Анастасия Мороз  
Генеральный директор  
компании «Интериер»

«Барная стойка зачастую королева не только самого кинобара, но и всего кинотеатра. Правильно и качественно сделанная, она притягивает к себе как магнит и управляет покупательской способностью зрителей»

### ПРО ЭРГОНОМИЧНОСТЬ

Основное назначение барной стойки – обслуживание клиента. По сути это торговый прилавок, где каждый сантиметр площади учтен и отвечает за выполнение конкретных задач. Здесь не нужны лишние метры и пустые столешницы – все делается четко по проекту с расстановкой оборудования, который мы получаем от инженера.

Наша задача – придать оборудованию кассовым точкам форму, при необходимости дать рекомендации по дополнительному оборудованию (чаще всего это аксессуары – диспенсеры для стаканов, подставки под трубочки ит.д.), а главное – разработать эргономику внутренней части бара. Бармену должно быть удобно работать – все необходимое под рукой, доступно.

Если касса не соединена с баром, необходимо также проработать эргономику кассовой зоны. Там тоже есть свои секреты – от оптимальной высоты столешницы до расположения прикассовых мониторов. Но это уже совсем нюансы, которые, возможно неочевидны не специалисту, но в совокупности оптимизируют и даже повышают продажи.

#### ЭТО ДОЛЖНО БЫТЬ В КАЖДОЙ БАРНОЙ СТОЙКЕ

Минимальный набор для внутренней эргономики барной стойки:

- Модуль для льдогенератора
- Нейтральная тумба с полками
- Модуль под диспенсер для стаканов
- Модуль для мусорного бака
- Ниша для денежного ящика
- Нейтральная тумба



### ПРО МАТЕРИАЛЫ



Барная стойка должна быть не только эргономичной, но и прочной, заточенной под длительное использование. В связи с этим необходимо уделить особое внимание поверхностям, которые подвергаются наибольшему воздействию, – столешнице (верх) и цоколю (низ).

Столешницу оптимально изготавливать из камня – он менее истираем и более долговечен, а также подлежит ремонту. Пластик и шпон, например, реконструкции не подлежат – если что-то повредилось, можно только заменить. А вот камень отлично реставрируется – царапины шлифуются и полируются, даже сколы легко возвращаются в первоначальный вид.

Фронтальную часть цоколя, которая регулярно бьется ногами и затачивается клининговыми службами, рекомендуем защищать нержавеющей сталью. А саму стойку лучше ставить на металлический каркас, чтобы избежать контакта с полом.

Фасад барной стойки может быть каким угодно. В него могут быть интегрированы витрины для попкорна или игрушек, рекламные мониторы или декоративные элементы, главное – не пожалеть денег и сделать все противоударным.

### ПРО ДИЗАЙН

Реконструкция кинобару требуется обычно через 7-10 лет. Дело тут не в износе оборудования, а в том, что морально устаревает дизайн. Меняется мода и новые тенденции диктуют новые решения.

Так еще в двухтысячных кинобары были темными и мрачными или вычурно-красными – похожими на казино. Сегодня совсем другие веяния. Интерьеры наполняют воздухом и светом, пространство расширяют, стирают границы зональности, создают некий open space.

Зона кинобара перетекает в зону развлечений, которая превращается в зону отдыха, из которой удобно пройти в кинозалы. Таковы современные тенденции.

