

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего и послевузовского профессионального образования

«Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А.Герасимова» (ВГИК)

Кафедра продюсерского мастерства

Курсовая работа по дисциплине

«Организация и управление в системе продвижения фильмов»

Тема: Основные кинодистрибьюторские компании, работающие на территории Российской Федерации

Выполнила: студентка 5 курса
факультета продюсерства и экономики
заочного отделения

А.В. Ратинер

Москва - 2013 г.

Содержание

Введение

1. Особенности работы российских дистрибьюторов

1.1 Актуальные проблемы кинодистрибьюции

2. Лидеры отечественной дистрибьюции

2.1 UPI Russia

2.2 Каро-Премьер

2.3 Уолт Дисней Студиос Пикчерс Релизинг

2.4 Базелевс

2.5 Централ Парнершип

2.6 20 век Фокс/Гемини фильм

2.7 Парадиз

2.8 Наше кино

2.9 Люксор

Заключение

Литература и информационные источники

Введение

Развитию отечественной киноиндустрии, свидетелями которого мы являемся в последние несколько лет, в значительной степени способствовала активизация деятельности кинопрокатных организаций. Прокат фактически помог возродиться национальному производству. Сам же он возрождался в 1990-х годах в основном за счет зарубежных фильмов. Картина эта очень напоминает ту, что сложилась в отечественном кинематографе сто лет тому назад, когда будущие российские кинопредприниматели зарабатывали на открытии собственного производства прокатом зарубежных картин (еще раз эта ситуация повторялась в начале 1920-х годов в эпоху НЕПа).

Роль дистрибьюторов, по всей видимости, и дальше будет возрастать. Именно прокатчики, т. е. те, у кого в руках находится хороший прокатный пакет, - а не производители фильмов или владельцы кинотеатров -- являются потенциальными

королями в системе кинематографа.

«В сфере кинопроката и кинопоказа на смену неэффективным госструктурам пришли мощные кинодистрибьюторские компании, - констатирует А. Рязанцев, - многие из которых располагают сетями современных комфортабельных кинотеатров. Появляются и развиваются компании, чья деятельность в нашей стране еще совсем недавно вообще не принималась во внимание -- использование киноплощадок как рекламных носителей, статистический анализ кинорынка, мониторинг его показателей для принятия важных управленческих решений. Все перечисленные процессы указывают на то, что занятие кино в России за последние годы превратилось в очень серьезный, высокодоходный и престижный бизнес, как это происходит во всех без исключения ведущих мировых кинодержавках. Полагаем, что потенциал роста российского кинобизнеса находится лишь в начальной стадии роста и в перспективе у него открытый горизонт».

1. Особенности работы российских дистрибьюторов

Все действующие на российском рынке кинопроката дистрибьюторы могут быть разделены на группы, в зависимости от характера контента, с которым они работают:

- иностранные компании - прямые представительства голливудских студий-мейджоров на российском рынке («Universal Pictures International», «Walt Disney Sony Pictures Releasing», «20 век Фокс-СНГ»);
- российские компании - официальные представители голливудских мейджоров («Каро Премьер», «Централ Партнершип»);
- независимые компании-дистрибьюторы, работающие на рынке преимущественно с фильмами для широкой аудитории (мейнстрим): «Парадиз», «West», «Люксор», «Top Film Distribution», «Каскад», «Вольга», «Наше кино», «Каропрокат», «P And I Films»;
- независимые кинопрокатчики, работающие с узким целевым контентом («Caravella DDC/Другое кино», «P And I Films», «Premium Film», «Панорама»), артхаусом («Кино без границ», «Русский репортаж», «Синема Престиж», «Ruscico») и альтернативным контентом («Невафильм Emotion», «Coo1Connections»);
- кинопроизводители (некоторые отечественные продюсеры, самостоятельно представляющие и прокатывающие свои фильмы на рынке, - часто они специально создают новую прокатную компанию для одной кинокартины);
- региональные киноvideопрокатные организации (КВО) сохранившиеся со времен СССР местные органы управления кинематографии, утратившие большинство своих функций и являющиеся в настоящее время хранителями фильмофондов и обеспечивающие их прокат в региональной сети, преимущественно в несовременных кинотеатрах, в сельских клубах и домах культуры, кинопередвижках и киноустановках.

Всего, по состоянию на середину 2012г., на российском рынке кинодистрибуции действует порядка 30 кинопрокатчиков (без учета КВО и компаний, созданных ради проката одного единственного кинофильма). При этом большинство (18) компаний, представленных на рынке, являются независимыми дистрибьюторами, четыре - работают с артхаусными фильмами, пять - представляют голливудских мейджоров

(хотя этими фильмами их программа, как правило, не ограничивается), и две компании работают только с цифровым альтернативным контентом.

По странам производства фильмов прокатчики могут быть разделены следующим образом: 9 прокатных компаний работают только с зарубежными фильмами; 11 - с зарубежными и с российскими картинами; 7 (включая прокатчиков одного фильма) - только с российским контентом; 1 компания - исключительно с голливудскими фильмами, еще 4 совмещают в своем пакете голливудские картины с крупными российскими лентами.

Состав компаний, работающих в сфере российского кинопроката, постоянно меняется. Прямой выход на российский рынок голливудских студий приводит к изменению статуса, направления работы, а иногда даже к закрытию компаний, которые раньше представляли их интересы. В 2004 г. старейший игрок российского кинорынка - компания «Ист-Вест», открытая еще в 1989 г. и прокатывавшая фильмы практически всех мейджоров в России, потеряла своих голливудских партнеров после открытия российского офиса UIP, а руководство, получив предложение от мейджора, приняло решение перевести своих сотрудников в новую компанию, свернув деятельность «Ист-Веста». В 2006 г. в России появилось представительство студии «20-й век Фокс», также получившее сотрудников своего бывшего партнера - компании «Гемини», к 2008 г. прекратившей свою работу. Компания «Каскад», с 1998-го по 2006 г. прокатывавшая фильмы студий «Columbia» и «Disney», лишилась голливудского контента после открытия российского офиса «Buena Vista Sony Pictures Releasing» (сейчас «Walt Disney Sony Pictures Releasing») и была вынуждена искать новые методы работы, используя в том числе свой многолетний опыт работы с картинами IMAX, и предлагать на российском рынке стереофильмы для цифровых 3D-залов.

Заинтересованность отечественных продюсеров в улучшении результатов проката своих фильмов заставляет их создавать собственные кинопрокатные подразделения (поскольку многие кинопроизводители уверены, что нанимаемые дистрибьюторы уделяют их продукции меньше внимания, чем зарубежным фильмам, а это отрицательно влияет на сборы). Так, летом 2009 г. трое опытных российских кинопроизводителей - СТВ, «Красная стрела» и «Профит» - объединились под брендом дистрибьюторской компании «Наше кино», до этого долгие годы занимавшейся прокатом картин СТВ. С осени 2009-го среди прокатчиков появилась компания российских продюсеров Федора Бондарчука и Дмитрия Рудовского - «Art Pictures Media», имевшая полный пакет прав как на российские фильмы «Art Pictures Studio», так и на картины независимых зарубежных производителей; однако в 2012 году компания решила сосредоточиться на кинопроизводстве, оставив сферу кинопроката. Кроме того, в 2009 г. попробовал свои силы в сфере кинодистрибуции и продюсерский центр «Леополис», также прокатывавший не только фильмы собственного производства, но и пакет картин, закупленных на международных кинорынках. В рамках компании было создано специализированное артхаусное подразделение «ЛеопАрт», однако в мае 2010-го по решению собственника дистрибьюторская деятельность была свернута, в июне было объявлено о продаже

библиотеки прав российскому представительству UPI, тогда как артхаусное подразделение выделилось в самостоятельную дистрибьюторскую структуру. Постоянно меняется и состав независимых участников рынка, особенно в сфере артхаусного проката. Отдельные игроки рынка вынуждены уходить с него: в 2009-м прекратили кинопрокатную деятельность компании «Пирамида» и «Лизард». Недавние кризисные процессы затронули и важного игрока видеорынка - компанию «Настроение»: с 2007г. эта сеть мультимедийных магазинов владела также половиной одного из крупнейших российских дистрибьюторов артхауса - «Кино без границ», а с середины 2008-го в рамках компании была запущена марка «Настроение кино», под которой в кинотеатрах стали выходить фильмы для широкой аудитории. Но в марте 2010-го 51 % акций «Кино без границ» был продан медиакорпорации Александра Роднянского «AR Films»,

Несмотря на мировой экономический кризис, в российском кинопрокате появляются и новые независимые дистрибьюторские компании; в 2009г. такими прокатчиками стали: «Вольга» (представитель американской дистрибьюторской компании «Film Depot Inc.»), «P And I Films»; начал свою деятельность по работе с альтернативным контентом для цифровых кинозалов и «Невафильм Emotion».

В мае 2010-го на российском рынке кинопроката появилась компания «Caravella DDC», основной специализацией которой были объявлены трехмерные цифровые релизы (в том числе документальные). Однако в настоящее время «Caravella DDC», входящая в группу компаний «Кармен», специализируется на прокате жанрового кино для широкой аудитории. Туда же входит компания «Другое кино» (арт-проекты).

С 2010 г. с кинотеатральным прокатом начала работать компания «Синема Престиж» - один из лидеров по выпуску классического, артхаусного и независимого кино на DVD-рынке России.

В 2011 г. на кинопрокатный рынок вышла компания «Кинопром дистрибьюция», специализирующаяся на прокате фильмов зарубежного производства. Компания «Bazelevs», основной деятельностью которой является кинопроизводство, сегодня входит в десятку ведущих дистрибьюторов благодаря прокату фильмов собственного производства с 2011 г. На рынке также появилась компания «CoolConnections», развивающая прокат альтернативного контента.

В 2012 г. заявили о себе такие компании, как «Organic Films» и «Kazak Films», работающие с российскими картинами, и «АКМ-Movie» (зарубежные фильмы).Рейтинг крупнейших кинодистрибьюторов в России*

Рейтинг на

Дистрибьютор

Кассовые сбор (млн руб.) и доля рынка

Число релизов и доля рынка

01.07.2012

2007

2008

2009

2010

2011**

01.07.2012**

2007

2008

2009

2010

2011**

01.07.2012**

1

WDSSPR/BVSPR

2 149,6

3 008,7

6 441,5

6 200,9

9 138,7

5 506,1

14,0

21,0

32,0

25

30

18

Walt Disney Russia

14,3%

24,4%

27,5%

19,4%

24,6%

26,2%

3,9%

5,9%

9,8%

6,8%

7,4%

7,3%

2

ЦПШ/CP Classic

2215,0

1 600,2

3 828,3

8 428,6

8 947,3

3 644,5

47,0

37,0

42,0

39

38

20

14,7%

7,7%

.26,3%

26,4%

24,1%

17,3%

13,2%

10,5%

12,9%

10,6%

9,4%

8,1%

3

Каро Премьер/

2527,5

3239,4

4383,3

4768,6

4271,9

3485,7

31,0

31,0

31,0

26

24

17

Каропрокат

.26,8%

.25,5%

18,7%

14,9%

11,5%

16,6%

9,6%

8,8%

9,5%

7,1%

5,9%

6,9%

4

20 век Фокс/

2 047,4

3 842,4

3481,0

5 092,8

3 417,2

2 630,3

34,0

20,0

14,0

19

18

14

Гемини

13,6%

18,4%

24,8%

15,9%

9,2%

12,5%

9,6%

5,6%

4,3%

5,2%

4,5%

5,7%

5

UPI(2004-2006)

2 425,4

5 058,3

1 772,1

1 984,2

2 704,0

2 463,0

21,0

21,0

19,0

14

18

14

16,1%

24,2%

7,6%

6,2%

7,3%

11,7%

5,9%

5,9%

5,8%

3,8%

4,5%

5,7%

6

Парадиз

1 002,9

943,1

828,8

1 108,7

2 192,0

714,4

37,0

29,0

28,0

24

25

14

6,7%

4,5%

3,5%

3,5%

5,9%

3,4%

10,4%

8,2%

8,6%

6,5%

6,2%

5,7%

7

Наше кино

533,7

578,9

328,3

212,7

1 788,7

693,9

9,0

14,0

9,0

12

13

4

3,6%

2,8%

1,4%

0,7%

4,8%

3,3%

2,5%

4,0%

2,8%

3,3%

3,2%

1,6%

8

Вольга

-

-

298,4

321,6

264,9

604,8

-

-

10,0

14

12

9

-

-

1,3%

1,0%

0,7%

2,9%

-

-

3,1%

3,8%

3,0%

3,7%

9

Bazelevs

-

-

-

-

889,9

322,0

-

-

-

-

2

2

-

-

-

-

2,4%

1,5%

-

-

-

-

0,5%

0,8%

10

Top Film

37,8

519,7

372,6

223,8

715,7

189,2

7,0

21,0

15,0

12

26

14

Distribution

0,3%

2,5%

1,6%

0,7%

1,9%

0,9%

2,0%

5,9%

4,6%

3,3%

6,4%

5,7%

11

Каскад

491,6

527,9

180,4

719,2

415,9

177,5

16,0

23,0

10,0

14

13

6

3,3%

2,5%

0,8%

2,3%

1,1%

0,8%

4,5%

6,5%

3,1%

3,8%

3,2%

2,4%

12

WEST

650,1

602,2

867,4

1462,9

1418,4

173,8

22,0

18,0

11,0

13

11

6

4,3%

2,9%

3,7%

4,6%

3,8%

0,8%

6,2%

5,1%

3,4%

3,5%

2,7%

2,4%

13

Люксор

211,6

366,7

252,8

590,1

516,5

116,5

12,0

13,0

10,0

15

16

7

1,4%

.2,8%

1,1%

1,8%

1,4%

0,6%

3,4%

3,7%

3,1%

4,1%

4,0%

2,8%

14

Caravella/ Кармен

-

-

-

11,2

125,7

89,9

-

-

-

7

24

9

-

-

-

0,0%

0,3%

0,4%

-

-

-

1,9%

5,9%

3,7%

15

Premium Film

2,9

104,9

55,5

68,9

56,7

65,5

3,0

12,0

11,0

15

10

11

0,0%

0,5%

0,2%

0,2%

0,2%

0,3%

0,8%

3,4%

3,4%

4,1%

2,5%

4,5%

16

Кино без границ/ АК. РНтз/ Настроение кино

19,8

37,6

49,5

49,1

32,5

54,9

22,0

31,0

23,0

22

19

15

0,1%

0,2%

0,2%

0,2%

0,1%

0,3%

6,2%

8,8%

7,1%

6,0%

4,7%

6,1%

Рейтинг на

Дистрибьютор

Кассовые сбор (млн руб.) и доля рынка

Число релизов и доля рынка

01.07.2012

2007

2008

2009

2010

2011**

01.07.2012**

2007

2008

2009

2010

2011**

01.07.2012**

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,4%

19

Мастерская Павла

0,0

0,0

0,0

0,0

-

0,4

-

-

-

-

-

1,0

Лунгина

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,4%

20

Kazak Film

0,0

0,0

0,0

0,0

-

0,3

-

-

-

-

-

1,0

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,0%

0,4%

Всего по России

15 018,6

20 890,7

23 450,1

31 936,0

37 082,9

21 024,1

355,0

354,0

326,0

367

404

246

*Данные по числу релизов и кассовым сборам в случае совместного проката фильма несколькими дистрибьюторами отнесены ко всем компаниям в полном объеме, поскольку нет данных о доле участия каждой из них.

**Календарный год, все релизы.

Источник: «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research 1.2 Актуальные проблемы кинодистрибуции

А.А. Рязанцев, кандидат философских наук, генеральный директор кинокомпании «Каро Премьер»

На сегодня можно выделить одну большую и самую главную проблему, которая существует в российском кинопрокате и дистрибуции. Это количество современных кинозалов, которое, конечно же, до сих пор не удовлетворяет тем требованиям, которые предъявляет сегодня современный кинопоказ и современный кинопрокат. Отсюда масса проблем, связанных с «толкотней» на датах, причем уже не просто на датах «вкусных», а практически на всех. И речь идет даже не столько о самих современных кинозалах, сколько, прежде всего, о многозальных кинотеатрах, с количеством в них залов от восьми и выше. Потому что только при таком программировании экранов создается нормальное положение дел, когда фильм может «играть» и, как это у нас в стране принято сегодня: две недели проката и всё -- дальше он «умирает», потому что даже если он и зарабатывает, то он переводится на минимальное количество сеансов, потому что должен освободить место для других стартующих картин. Даже если, они потенциально коммерчески не так привлекательны, как те, которые еще идут в конкретном кинотеатре. Вот постоянная головная боль, которая существует между дистрибуторами и экзибиторами, и, к сожалению, решить ее на сегодня невозможно в силу как раз состояния кинофикации страны.

Вторая проблема, -- это отсутствие единой электронной системы отчетности. Об

электронном билете уже кто только ни говорил, кто только ни грозил пальцем (и с кремлевских стен в том числе), но ничего до сих пор не решается. И в этом отношении мы все -- и мы, и правообладатели, и продюсеры, и дистрибуторы -- склонны думать, что все-таки нас обманывают и обманывают прилично. Вот пример, который я могу привести из своей практики. Замечательный, милый город Иркутск, всем известный, в силу даже того обстоятельства, что в сорока километрах от него находится замечательное озеро Байкал. Я выбрал этот город для того, чтобы поехать в прошлом году проверить, как у нас там идет «Гарри Поттер» в последней своей части, попрощаться с ним, посмотреть, как все-таки там дела, в Иркутске. По всей стране в прошлом году температура зашкаливала летом, и Иркутск не исключение. Так вот, июльский «Гарри Поттер», вторая часть «Дары смерти», относительно первого «Гарри Поттера», который выходил в ноябре предыдущего года, в Иркутске в моем присутствии собрал на 300 процентов больше. В Иркутске случилось чудо -- «Гарри Поттер» родил огромный бокс-офис.

Третий вопрос, который волнует всех дистрибуторов, правообладателей и продюсеров -- это вопрос о пиратстве. То есть, конечно, какие-то сегодня шаги делаются, и мы делаем их вместе с российской антипиратской организацией: мы наказываем кинотеатры, мы заставляем их покупать приборы ночного видения, мы просим не сидеть в фойе кинотеатров, а проходить в залы, оглядывать, так сказать, свои вотчины, на предмет пиратства -- и, честно говоря, это мало чему помогает. С каждой копией, с каждым фильмом, особенно значимым, ну, буквально же сразу после первых показов в наших регионах, а зачастую и в Москве, и в Санкт-Петербурге (отличается всегда Казань со своим проворством в этом отношении) буквально в пятницу, в субботу уже выложены копии, и есть метки, по которым мы знаем, какие это кинотеатры, и пытаемся как-то решать эту проблему. Ничего не получается. Не знаю, к кому надо обращаться. Вот, может быть сейчас, с учетом новой синергии, которую получил Киноальянс с приходом туда новых свежих сил, помимо постановки вопросов ограничения рекламы иностранных фильмов на телевидении, может быть еще стоит все-таки вернуться к этому разговору о пиратстве. Потому что во всем мире, в общем-то (если мы, конечно, сравниваем себя с Соединенными Штатами Америки), оно, естественно, существует, но там намного сильнее действует правопорядок. Им ничто не мешает разнообразить возможности и формы донесения кино до зрителя. Видео по запросу -- сегодня одна из наиболее распространенных услуг, которые там оказываются. Цена на это видео по запросу такая же, как и цена билета в любом американском кинотеатре (12 долларов), и поверьте, это очень достаточная прибавка к общему бокс-офису. Есть люди, которые не могут выйти из дома, которые больны, которые по тем или иным причинам не в состоянии ходить в кинотеатр. У нас дождитесь субботы, включите, и вам пираты всё платно покажут. С какой стати -- не понимаю.

Четвертое -- это количество выпускаемых кинофильмов в российский прокат. Это большая проблема на самом деле для нас. Потому что в российский прокат выходит 400 картин в год. Есть масса фильмов, которые только «шлакуют» наш прокат, от них никакого толку, но компании «продавливают», компании, так сказать, покупают, и

для них находится место, а места для достойного продукта иногда явно не хватает, и с этим тоже надо что-то делать.

Следующее -- это невозможность координировать выпуск российских фильмов в прокате. Несколько лет тому назад почил в Бозе Альянс кинопрокатных организаций, и мы практически не обсуждаем это и не обсуждаем это, к сожалению, с компаниями, которые помимо мейнстримовских фильмов «большого Голливуда», выпускают в прокат российские фильмы. Не говорим, потому что все, конечно, знают «замечательные» даты, когда нужно выпускать кино, т.к. мы все стремимся больше заработать. Я понимаю, что релизы, подготавливаемые студиями, никак не могут видоизменяться в нужную сторону во время выхода фильмов на российском рынке, потому что либо пираты опередят, либо удобная дата будет занята другим кинопродуктом и т.д. Но по российским фильмам мы всегда пытались как-то договариваться, с учетом того, что, казалось бы, фильмов стало меньше выходить в прокат в связи с определенными событиями, о которых вы все знаете. Тем не менее, на минувший Новый год вышли: «Иван-царевич и Серый Волк», «Елки-2», «О чем говорят мужчины», «Моя безумная семья», «Мой парень -- ангел». Понятно, что среди этих названий есть лидеры, и они это доказали. На мой взгляд, вполне можно было выпустить «Мою безумную семью» и «Мой парень -- ангел» в другие, более комфортные для проката сроки.

Ещё один вопрос, который стоит осветить. Это парадокс в государственной поддержке, когда деньги на производство картины Фонд кино или Минкульт выдают, а на поддержку её в прокате практически нет. Или дают незначительную сумму.

Дискуссионным является вопрос о квотировании. Приличные результаты проката за прошедший период времени ряда отечественных фильмов, обогнавших многие голливудские ленты, свидетельствуют о том, что это произошло независимо от того, квотировали мы их или нет. Другой вопрос, насколько хватит того объема и того продукта, чтобы в условиях «железного занавеса» обеспечить прокат качественными фильмами. Если говорить о квотировании как о методе повышения эффективности отечественного кинопроката и отечественного кинопроизводителя, поверьте, денег все равно не будет, а проблем себе наживем нешуточных.

2. Лидеры отечественной дистрибьюции

2.1 Universal Pictures International Russia (UPI Russia)

UPI пришла на российский рынок и вступила в долгосрочные отношения с российской компанией «Ист-Вест», возглавляемой Е. Бегининым. UPI является одним из крупнейших дистрибьюторов мировой кинопродукции, занимаясь прокатом высококлассных фильмов производства студий Paramount, DreamWorks, Universal. Прокатный пакет компании UPI в России включает в себя как высокобюджетные кассовые блокбастеры и анимационные фильмы («Война Миров», «Форсаж», «Шрэк», «Мадагаскар», «Миссия невыполнима-3» и пр.), так и комедии («Нас приняли!», «Развод по-американски»), а также психологические триллеры («Переводчица»). В 2007 году российский филиал UPI сменил название на Universal Pictures International Russia.

Бессменный руководитель компании Е. Бегинин, говорит, что «прогнозировать кассовые сборы картины - в какой-то мере то же самое, что гадать на кофейной гуще. Точно предсказать вкусы публики и степень энтузиазма, с которым она встретит тот или иной релиз, очень непросто. Всегда обнаруживается какой-то неучтенный ингредиент, способный превратить картину с небольшим бюджетом в хит национального масштаба (вспомним хотя бы «Любовь-морковь») или, наоборот, неожиданно для создателей ленты приводящий их детище к провалу в прокате. Это, безусловно, относится не только к отечественным, но и к зарубежным фильмам. Тем не менее специалисты UPI Russia научились прогнозировать прокатные результаты картин из нашего пакета. Погрешность в этих расчетах, как правило, составляет не более 10%».

2.2 «Каро Премьер»

"Кинокомпания "Каро Премьер". Основана в августе 1999 года. В эпоху возрождения кинотеатрального показа, эта компания не побоялась заявить о себе и начала кропотливую работу по развитию российского кинорынка (под руководством генерального директора Рязанцева А.А.), который на тот момент оставлял желать лучшего. Фильмография компании начинается с релиза фильма "Дом ночных призраков". Далее последовали более глубокомысленные картины ("Театр смерти", "Черная Дыра" с Вин Дизелем, "Крокодил Данди в Лос-Анджелесе"). Результат работы не заставил себя ждать и компания становится дистрибьютором студии Уорнер Бразерс в России и странах СНГ и оказывается самостоятельной в какой-то мере, но в то же время являясь "детищем" КАРО. К слову сказать прокатом первой "Матрицы" занималась именно эта компания, тогда еще не вставшая на ноги, но уже продемонстрировав всем свой оскал. Далее в компании оказался слишком увесистый пакет фильмов: трилогия "Матрица", "Гарри Поттер", "Властелин Колец". Конечно же не только эти фильмы составляют репертуарный план компании, но можно сказать являются ее визитной карточкой. Репертуар стал многогранен в том числе и в жанровом плане, а наряду с компанией WB, на российском рынке "Кинокомпания "Каро Премьер" стала представлять еще и киностудию New Line. В сентябре 2005 года настал черед уже самой кинокомпании дать жизнь новому проекту, коим оказалась кинокомпания "Каропрокат" (прокат российского кино в России и странах СНГ).

NBCUniversal - одна из ведущих компаний в области средств массовой информации и индустрии развлечений, занимающаяся разработкой, производством и распространением развлекательных, новостных и информационных программ по всему миру. NBCUniversal владеет и управляет солидным портфелем, в который входят новостные и информационно-развлекательные телевизионные сети, ведущая кинокомпания, крупные предприятия по разработке и производству телевизионной продукции, лидирующие группы телевизионных вещателей и известные во всем мире тематические парки отдыха. Корпорации Comcast принадлежит контрольный пакет акций NBCUniversal - 51 %, оставшимися 49% владеет General Electric. Эта компания (генеральный директор - А. Рязанцев), входящая в состав холдинга «Каро» (председатель совета директоров - Л. Огородников), существует с июля 1999 года. На

протяжении трех лет компания «Каро Премьер» являлась безоговорочным лидером рынка благодаря таким картинам, как «Властелин Колец: Братство Кольца» (2002), «Матрица: Перезагрузка», «Матрица: Революция», «Властелин Колец: Две Крепости» (2003), «Властелин Колец: Возвращение Короля», «Троя», «Гарри Поттер и узник Азкабана» (2004). Помимо проката, «Каро» держит в своих руках обширную сеть кинотеатров. Компания сотрудничает с ведущими московскими и региональными показчиками России и других стран СНГ предоставляя свои фильмы более чем 400 кинотеатрам от Южно Сахалинска до Калининграда.

«Каро-Премьер» была создана как дистрибьюторская организация, занимающаяся эксклюзивным распространением продукции голливудской студии «Уорнер Бразерс» (и с конца 2002 года «Нью Лайн Синема»). Кроме этого, до определенного момента кинокомпания «Каро-Премьер» приобретала на международных кинорынках фильмы таких независимых дистрибьюторов, как CLT-UFA International, Wild Bunch/Canal Plus. Однако работа с не зависимыми, по словам А. Рязанцева, была вынужденной мерой. И как только от пакетов (права на две-три картины) «Каро-Премьер» перешла к стабильной ситуации двухгодичного контракта с «Уорнер Бразерс», у нее отпала необходимость покупать продукцию независимых. Она всегда связана с большим риском, ибо вероятное и, неуспеха в прокате картин независимых дистрибьюторов гораздо выше, чем у мейджоров типа «Уорнеров».

В 2004-м году - «Каро-Премьер» начала регулярно выпускать в прокат национальные фильмы, относящиеся к различным жанрам: от драм и романтических мелодрам до комедий, фантастических триллеров и фильмов жанра «экшн». «Каро-Премьер» первой из российских дистрибьюторов провела так называемый тест-просмотр фокус-группой для лучшего понимания стратегии проката.

Одна из самых успешных отечественных картин, проходящих через «Каро-Премьер», стала «Статский советник», произведенной студией «ТРИТЭ» Н. Михалкова.

В 2005 году «Каро» создала компанию «Каро-Прокат», которая занимается исключительно дистрибуцией российских фильмов (благодаря появлению еще одной компании в структуре холдинга увеличилась и его капитализация). В то же время «Каро-Премьер» сконцентрировалась на прокате зарубежных картин. Позднее «Каро-Прокат» заключила соглашение с дистрибьюторской компанией «Наше Кино» о совместном прокате на рынках России и СНГ отечественных кассовых лент, снятых ведущими отечественными режиссерами. К числу упомянутых картин относятся такие разноплановые фильмы, как «Добрыня Никитич и Змей Горыныч», «Бумер. Фильм второй», «Хсп табыч», «Любовь - Морковь», «Мне не больно», «Остров», «Живой». Штат «Каро-Прокат» во многом пересекается с кадровым составом компании «Каро-Премьер». У них общие цели, и к их достижению они идут вместе. То, чего не всегда удается достигнуть кинообществу в целом (например, проблема разведения крупных релизов в графике проката), здесь решено на уровне внутренних отношений между компаниями. Эти компании объединяют не только общие цели, но и общий бокс-офис. В России есть целый ряд дистрибьюторов, которые поступают (или поступали) примерно так же. Например, «Двадцатый Век Фот СНГ» и «Гемини» или «Централ Партнершип» и CP Classics.

Последняя тенденция, пришедшая к нам с Запада (там она давно стала традицией), - это подхват фильма на ранних этапах производственного цикла дистрибьюторами, выступающими в качестве сопродюсеров. Одной из первых у нас по этому пути пошли компания «Каро-Премьер».

Одним из существенных недостатков «Каро» до последнего времени было отсутствие собственного продюсерского (т.е. производственного), центра, который существует у многих крупных прокатных компаний. Поэтому характерно, что для «Каро-Премьер» прокат наиболее успешных картин - «Статского советника» и «Мужского сезона» - осуществлялся путем их перехвата у уже у существующего прокатчика. В первом случае это была компания «Гемини фильм», во втором - «Гельварс синема». Очевидно, похожей «охотой» компания занималась по причине отсутствия собственного производства.

В 2005 году «Каро-Премьер» приобрела постоянного партнера в лице «РОСПО-Фильм». А в 2008 завершился, наконец, процесс создания вертикали кинобизнеса. В составе концерна «Каро» возникла производящая структура «КАРО Продакшн».

2.3 «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг»

Компания «Уолт Дисней Студиос Сони Пикчерс Релизинг» - совместное предприятие, учрежденное международными компаниями Buena Vista International, Inc. (BVI) и Sony Pictures Releasing International для проката кинофильмов своих студий на территории СНГ.

Buena Vista International (ныне - Walt Disney Studios Motion Pictures International) - дочернее предприятие The Walt Disney Studios, подразделения The Walt Disney Company (NYSE: DIS), которое занимается дистрибуцией и маркетингом кинофильмов студий «Walt Disney Pictures», «Disney-Pixar Animation», «Touchstone Pictures» и «Miramax Films».

С 2010 года Walt Disney Studios Motion Pictures International будет осуществлять дистрибуцию художественных фильмов DreamWorks, запланированных к производству совместно с Reliance BIG Entertainment. Фильмы студии DreamWorks будут прокатываться под логотипом «Touchstone Pictures».

Sony Pictures Releasing International (SPRI) - подразделение компании Sony Pictures Entertainment (SPE), принадлежащей японской корпорации Sony. SPRI занимается дистрибуцией и маркетингом кинофильмов студий «Columbia Pictures», «TriStar», «Screen Gems», «CBS Films», «Sony Pictures Animation» и «Aardman Animations» в 130 странах мира.

Самые кассовые фильмы видеотеки WDSSPR: «Пираты Карибского моря: на странных берегах (3D)», «Сталинград», «Железный человек 3», «Мстители», «Алиса в стране чудес», «Люди в черном 3», «2012», «Джон Картер», «Высоцкий. Спасибо, что живой», «ОЗ: Великий и ужасный»

2.4 Базелелевс

Группа Компаний Bazelevs (Базелевс) создана в 1994 году режиссером и продюсером Тимуром Бекмамбетовым. Занимается производством кинофильмов и рекламных роликов. Среди фильмов компании наиболее кассовые картины российского проката - «Ирония Судьбы. Продолжение», «Ночной Дозор», «Дневной Дозор», «Особо Опасен»,

«Черная молния», «Елки», «Выкрутасы».

Появившаяся на экранах зимой 2010 -2011 картина компании - "Елки" стала лидером российского проката по сборам среди российских картин начиная с 2007 года. Тогда впервые российский фильм, режиссером которого был Тимур Бекмамбетов - «Ирония судьбы. Продолжение», собрал кассу в \$50 млн.

В феврале 2011 на экраны страны вышла романтическая комедия «Выкрутасы» Левана Габриадзе, над которой Тимур Бекмамбетов работал как продюсер.

«Выкрутасы» стали первым российским фильмом, в котором снялась действующая голливудская звезда - Мила Йовович, сыгравшая в паре с Константином Хабенским и Иваном Ургантом. В этом же феврале картина получила приз зрительских симпатий - «Золотую Тайгу» на фестивале дебютов «Дух Огня» в Ханты-Мансийске.

Летом 2010 года в Москве прошли съемки американского проекта The Darkest Hour кинокомпаний 20th Century Fox, New Regency и Summit Entertainment, продюсером которого выступает Тимур Бекмамбетов. Весной 2011 года на экраны выйдет еще одна продюсерская работа Тимура Бекмамбетова - фильм «Аполлон 18». Как режиссер в 2011 году Бекмамбетов работает над картиной своего нового голливудского фильма - "Авраам Линкольн. Охотник на вампиров", продюсируемой Тимом Бертоном и голливудской киностудией XX Century Fox.

Специализация компании:

Полный цикл кинопроизводства - продюсирование, привлечение лучших отечественных и иностранных специалистов, выбор природы для съемок, кастинг, техническое обеспечение съемок в России и за рубежом, полный спектр постпродакшн услуг любой сложности: монтаж, озвучание, компьютерная графика и анимация, спецэффекты для кино и видео. Подразделение компьютерной графики ГК Bazelevs хорошо известно на российском и международном рынках работой над такими картинами как «Особо опасен», «Дневной дозор», «Ночной дозор», «Черная молния», «Елки», «Выкрутасы» и др.

Достижения:

ГК Bazelevs работает как на российском, так и на международном рынке, сотрудничая с крупнейшими российскими телеканалами и радиостанциями, кинокомпаниями Universal, XX Century Fox, Focus Features и др. Работы ГК Bazelevs удостоивались наград международных и российских фестивалей рекламы и кино: Международный фестиваль в Хьюстоне; Фестиваль рекламы стран новой Европы Golden drum в Словении и др. В 2001 году Bazelevs был назван лучшей продакшн-компанией Российской ассоциацией рекламных агентств. В 2010 году на 10-М профессиональном конкурсе телевизионной рекламы - «25 кадр 2010» компания Bazelevs (Базелевс) получила 9 наград в 6 номинациях.

В 2004 году в рамках конференции "Большое кино. Новые технологии российского кинопроизводства" Форум "Кино Экспо", компания KODAK, компания "РосКиноКонсалтинг" и журнал АСТIОН наградили компанию Bazelevs званием "Кинокомпания года". В январе 2010 года Тимур Бекмамбетов, основатель компании, за работу над фильмом «9» был отмечен Гильдией Продюсеров Америки как лучший продюсер года в номинации «киноанимационный фильм».

В июне 2011 года Тимур Бекмамбетов был награжден Орденом Дружбы, за большой вклад в развитие отечественного кинематографического искусства и многолетнюю творческую деятельность. Весной 2013 года в Лас-Вегасе на ежегодной американской выставке киноиндустрии Cinema Con Тимур Бекмамбетову вручили премию «Лучший иностранный режиссер года». Cinema Con - одно из самых крупных и важных событий киноиндустрии, выставка собирает профессионалов кинематографа и владельцев кинотеатров из США и всего мира.

2.5 Централ Партнершип

В 2012 году прокатная компания «Централ Партнершип» («ЦПШ») отметила пятнадцатилетний юбилей. Изначально глава «ЦПШ» Р. Дишдишян сделал ставку не на голливудское, а на европейское кино, и не прогадал. Кинопрокатная деятельность «Централ Партнершип» началась с показа в кинотеатре «Кодак» фильма голландского режиссера Майка ван Дьема «Характер». Это был первый неголивудский фильм в репертуаре одного из двух существующих в это время кинотеатров. «Характер» сделал неплохие сборы. Таким образом, стало ясно, что независимое-европейское кино тоже может быть бизнесом. Довольно быстро компания заняла устойчивые позиции и на телевизионном рынке. «Централ Партнершип» купил и показал на ТВ долгоиграющий американский сериал «Даллас» (1978).

В короткие сроки «Централ Партнершип» завладела львиной долей независимого кинопрокатного рынка. В 2000 году она объявила о начале широкомасштабной кинопрокатной деятельности и вышла на европейские кинорынки. Располагая почти неограниченными финансовыми возможностями, «ЦПШ» сформировали пакет первоклассного американского, европейского и азиатского арт-хауса. В него вошли такие фильмы как «Эскорт» Мишеля Блана, «Табу» Нагисы Осимы, «Простая история» Дэвида Линча, «Ватель» Роланда Жоффе, «Генри Фул» Хэла Хартли, «Идиоты» Ларса фон Триера, «Девственницы-самоубийцы» Софии Копполы, «Император и убийца» Чена Кайге, «Колыбель будет качаться» Тима Роббинса, «Кикуджиро» Такеши Китано, «Бал монстров» Марка Форстера, «Просто кровь» и «Человек, которого там не было» братьев Коэн. Вскоре ЦПШ купил «Догвилль» и два следующих фильма американской трилогии фон Триера - «Мандерлей» и «Вашингтон». И во многом именно «благодаря» этой компании цены на арт-хаус выросли в десятки раз. Эпизодические выпуски картин в кинотеатре «МДМ-кино» не принесли компании желаемой прибыли, и «ЦПШ» вступила в альянс с такой же молодой и развивающейся компанией Cosmopol Film Distribution С. Клебанова (тоже осваивающей нишу независимого кино). Третьим партнером «ЦПШ» стал кинотеатр «35 мм», который быстро превратился в излюбленное место почитателей независимого кино. С утра до вечера и без дубляжа в нем демонстрировались хиты международных фестивалей - картины независимого кино Европы, Азии и Америки, приобретенные «ЦПШ» и Cosmopol FD. Через год, когда компания С. Клебанова вышла из объединения, кинотеатр «35 мм» стал эксклюзивной площадкой «ЦПШ». В 2003 году компания Р. Дишдишяна приобрела часть выброшенного на свободный рынок пакета голливудского мейджора Universal. В нем оказались рождественская

мелодрама «Реальная любовь» Ричарда Кертиса, «Нед Келли» Грегора Джордана и «Ван Хельсинг» Стивена Соммерса. Последняя картина вошла в десятку самых кассовых фильмов года в российском прокате, собрав 8 млн долларов. «Конечно, - говорил по этому поводу Р. Дишдишян, голливудские мейджоры - каждый - имеют своего давнего российского представителя. Но периодически какие-то фильмы выходят на открытый рынок, и если они нам интересны, мы участвуем и соревнуемся. Иногда пакеты выбрасываются на продажу из-за проблем в компаниях. Иногда мейджоры вступают в копродукцию с независимыми компаниями и делят территории: у мейджора остается Северная Америка, а у их партнеров - Европа, Азия и Россия. В этом случае мейджорские картины тоже находятся на свободном рынке. В таких ситуациях мы ведем себя очень активно».

К этому времени «Централ Партнершип» создала два прокатных подразделения - независимого арт-хаусного кино и кино коммерческого (голливудского и французского), тем самым обезопасив себя от возможных рисков. Коммерческое отделение, как по и полагается по законам рынка, стало быстро развиваться и приносить основные средства, что позволило компенсировать периодические кассовые провалы арт-хаусных фильмов.

В 2002 году «Централ Партнершип» впервые обратилась к прокату российской картины. Первой ласточкой стал «Антикиллер» К. Кончаловского, собравший более миллиона долларов. «Анти-киллер-2» собрал вдвое больше, заняв в феврале 2004 года второе место после «Ночного дозора» в общем прокатном рейтинге.

Со временем прокатный отдел компании был признан одним из сильнейших на отечественном рынке кинопроката. После того, как «Централ Партнершип» отвоевала себе нишу в кинопрокатном бизнесе, в ее системе появилась компания, которая занялась выпуском видео и DVD.

Активно работая с киносетями, телеканалами и видеопрокатчиками в России, «ЦПШ» набрала мощный финансовый ресурс, после чего, осознав, что отечественное кино становится все более востребованным у зрителя, начала вкладывать заработанные в прокате средства в съемки кинофильмов и сериалов.

Еще в 1999 году компания выпустила телефильм М. Козакова «Ужин в четыре руки», который имел успех на телевидении и даже получил ТЭФИ. В 2002 году были выпущены «Трио» А. Прошкина, и «Шик» Б. Худойназарова. В 2003 году, объявив о выделении на кинопроизводство 30 миллионов долларов, «ЦПШ» значительно расширила жанровый ассортимент предлагаемой кинопродукции она включила в свою обойму комедии, боевики, фильмы про войну, сериалы. После успеха «Идиота» В. Бортко в 2002-2003 годах «Централ Партнершип» решила сделать ставку на литературную классику и вложила средства в следующие телевизионные проекты: «Доктор Живаго» (реж. А. Прошкин), «Золотой теленок» (реж. У. Шилкина), «Герой нашего времени» (реж. Д. Месхиев), «Братья Карамазовы» (реж. Ю. Мороз), «Мастер и Маргарита» В. Бортко, совместно с каналом «Россия»).

И все-таки самые большие надежды компания связывала с сериалами, а с собственными блокбастерами.

Надежды Р. Дишдишяна действительно оправдались: вскоре их фильмы «Бой с

тенью» А. Сидорова и «Волкодав» Н. Лебедева сумели привлечь к себе внимание широкой аудитории.

Собственным производством «ЦПШ» занимается уже в течение десяти лет. Компания последовательно развивается в этом направлении, стараясь охватить все сегменты рынка.

«В этом мы видим залог успеха нашей компании, - говорит ее президент. - Во-первых, в такой модели бизнеса есть свои преимущества. Деньги, вырученные от проката западных блокбастеров, идут на производство сериалов, а деньги, вырученные от продажи на телевидение, идут на выпуск DVD и так далее по кругу. Эта схема дает возможность быть более застрахованными в бизнесе. Но-вторых, есть и внешние факторы, побудившие нас заняться собственным кинопроизводством, - это и динамично развивающийся рынок кинопроката, и востребованность отечественных фильмов на телевидении».

В январе 2005 года Министерство культуры Франции вручило Р. Дишдишяну Орден литературы и искусств за особый вклад во французскую культуру - к этому моменту коллекция «Централ Партнершип» насчитывала более 200 французских фильмов, побывавших в российском кино-, видео- и телепроката. И все же французское кино не было и не является основным направлением деятельности компании - приоритет «ЦПШ» всегда отдавала американскому репертуару. В 2005 году «Централ Партнершип» работала уже со 150-миллионными голливудскими блокбастерами, уверенно завоевывая все новые и новые позиции.

Как правило, зарубежные фильмы компания отбирает на трех крупнейших мировых кинорынках - Берлинском, Каннском и Лос-Анджелесовском (AFM). Критериями отбора иностранных лент являются, по словам Р. Дишдишяна, «продюсер, режиссер, сценарий, актеры и бюджет. Оценку зарубежных фильмов производит прокатное подразделение компании в зависимости от времени и хода фильма, конкурентом среды, возможного количества копий. На основе этих данных создается бизнес-план фильма, включая рекламные расходы».

Для работы с российскими картинами у «ЦПШ» есть, редакторский отдел, в котором проводится первоначальная селекция синопсисов, приходящих самотеком. После этого сценарии, которые были выбраны, рассматриваются главным редактором, а затем - коллегией продюсеров из четырех человек. Другим источником компании являются сценаристы, которыми «Централ Партнершип» имеет долгосрочные связи.

Либо они приносят готовые сценарии, либо компания сама заказывает им идею.

В 2005 году контрольный пакет акций «ЦПШ» приобрел холдинг «Проф-Медиа». По данным ежегодника World Press Trends - 2004, издаваемого Всемирной газетной ассоциацией (WAM), «Проф-Медиа» возглавляет десятку крупнейших медиакомпаний, работающих на российском рынке печатных СМИ. Компания владеет контрольными пакетами акций в газетах «Комсомольская Правда», «Советский спорт», «Экспрессгазета», «БелГазета»; радиостанциях «Автораддио», «Энергия», «Юмор FM», а также в компании «Сегодня-Пресс» (распространение периодики) и сети кинотеатров «СинемаПарк». В состав холдинга входит компания Business Media Communications, занимающаяся выпуском специализированных B2B-

изданий («Индустрия рекламы», AdMarket, «Вывески», «Финансовый директор»), а также провайдер мобильных услуг компания Media Interactive. «Проф-Медиа» является акционером в полиграфическом комплексе «Проф-Медиа Принт».

До этого «Проф-Медиа» уже имела свою кинотеатральную сеть («Синема-Парк») а также участвовала в финансировании кинопроизводства (фильм «Мой сводный брат Франкенштейн» и сериал «Спасатели»), «Проф-Медиа» (В. Потанин и М. Прохоров) - один из крупнейших российских медиахолдингов. Компании, входящие в холдинг «Проф-Медиа» занимают лидирующие позиции в трех сегментах медиарынка: сегменте печатных СМИ, на рынке радио и в российской системе кинопоказа. Консолидированный оборот «Проф-Медиа» по итогам 2006 года составил 377 млн. долларов. Поэтому неудивительно, что «Централ Партнершип» позиционирует себя им на нашем рынке как «русский мейджор».

«Проф-Медиа», помимо производства, уделяет внимание кинофонду как важному источнику дохода. «Мы играем в долгую игру, рассчитывая не только на быструю отдачу путем получения бокс-офиса, но и на доход от использования кинобиблиотеки, - говорит им (директор «Проф-Медиа» Р. Акопов. - В нашей библиотеке уже более тысячи фильмов, и она нам будет приносить постоянный доход, который не зависит от успеха или неуспеха в прокате очередного нашего проекта. Инвестируя в отдельные проекты, можно потерять деньги просто из-за плохой погоды или нерадивости исполнителей. На рынке немало разочаровывающих примеров. Но нам это на руку: тем очевиднее преимущества компаний, владеющих и управляющих крупными библиотеками». Надо сказать, что система накопления кино- и телепродукции собственного производства сегодня применяется практически всеми компаниями.

С момента вливания в холдинг «ЦПШ» несколько переориентировала направление своей деятельности: стала больше внимания уделять развлекательному сектору бизнеса, начала снимать сериалы. Кроме того, компания занялась дистрибуцией западных фильмов в Польше и Венгрии, а также продвижением собственных фильмов за рубежом.

В последнее время она сокращает число покупаемых картин, приобретая теперь в основном большие гарантированные проекты. «ЦПШ», как и многие другие дистрибьюторские компании, все больше ориентируется на отечественное кино. «Централ Партнершип» проводит сбалансированную политику проката своих фильмов и фильмов производства других компаний, с которыми у нее установлено тесное сотрудничество (телеканал «Россия», производственная компания «Рекун-ТВ», MB-Production) и последовательно реализует стратегию увеличения доли отечественных фильмов, в том числе собственного производства, в репертуаре. Поскольку провалы некоторых фильмов в прокате неизбежны, компания расширяет спектр жанров и сюжетов, предоставляя потребителю выбор и тем самым заставляя его следить за развитием новых проектов, чтобы в этом выборе не ошибиться. Основу репертуарного плана «ЦПШ» составляют качественные коммерческие жанровые фильмы, ориентированные на широкую аудиторию, типа «Жести» и «Параграфа 78», «Глянца».

Важным козырем «Централ Партнершип» является то, что она запускает фильмы в производство пакетно, как это делают все известные западные киностудии. То есть поочередно или одно временно ведется работа над несколькими фильмами, диверсифицируя риски, поскольку некоторые проекты могут и не оправдать надежд. Это почти единственный пример в российском кинобизнесе. Кроме «ЦПШ», пакетно работает, пожалуй, только уральская дистрибьюторская компания «Екатеринбург-Арт».

В ближайшем будущем «ЦПШ» планирует расширить дистрибьюторскую сеть в странах Восточной Европы, а в дальнейшем Италии и Германии, а также продолжать активно работать над продвижением фильмов собственного производства на международный рынок.

2.6 20 век Фокс/«Гемини фильм»

Компания «Гемини Фильм» - один из лидеров кинопрокатной индустрии. Она появилась на российском рынке в 1993 году как филиал немецкой компании «Скриба фильм холдинг». Открывая в России свой кинопрокатный филиал, компания готовилась к разного рода неожиданностям, а потому, не делая активных шагов, целый год изучала рынок, вкусы зрителя. А потом решила сразу выложить пакет из 16 отборных американских фильмов. Расходы на первый пакет фильмов составили 60 млн. долларов, что уже говорило об их качестве. В пакет вошли ленты «Джон Ф.Кеннеди -- Выстрелы в Далласе» Оливера Стоуна, «Соммерсби» Джона Эмиела, «Беглец» Эндрю Дэйвиса с Харрисоном Фордом, «Непрощенный» Клинта Иствуда и др. «Гемини Фильм» представлял на российском рынке картины своих постоянных партнеров - компании "Двадцатый Век Фокс» и независимых зарубежных и российских студий. На тот момент они, наряду с фирмой «Алькор», были единственными представителями продукции этих компаний в Германии, Восточной Европе и России. Кроме того, «Гемини Фильм» была держателем лицензии на выпуск продукта указанных студий и а видео и DVD на территории России и СНГ.

Несмотря на тщательное изучение нашего рынка, за первые три года работы в России «Гемини Фильм» потеряла около двух с половиной миллионов долларов.

Однако это ее не остановило, и компания продолжила экспансию на наш рынок. Практически сразу «Гемини Фильм» начала прокатывать российские картины.

Однако и в 1990-х годах, и сейчас перед ними стоит одна и та же проблема - нехватка отечественных лент мирового уровня, рассчитанных на широкий, международный прокат. Тем не менее, несмотря на небольшое число выпускаемых в прокат российских картин, по доле в валовом сборе наших фильмов «Гемини Фильм» уверенно занимает лидирующие позиции. Один из самых успешных фильмов, прокатанных компанией за послед нее время, - «9 рота» Ф. Бондарчука.

Успех «9 роты» во много объясняется тем, что его продвижение в прокат, грамотное и всестороннее наступление на зрителя было тщательно продуманно. В рекламных роликах «9 роты» делался акцент не на спецэффекты, взрывы, бои и т.п., а на вполне человеческие моменты, на судьбы мальчиков, брошенных на произвол судьбы. Тем самым дистрибьюторы значительно расширили потенциальную аудиторию своего достаточно «мужского» фильма. Есть еще один момент, который нельзя сбрасывать со

счетов, говоря об успехе «9 роты». В преддверии выхода картины создатели умудрились «договориться» с пиратами, а попытки все-таки выбросить в продажу нелегальные диски с фильмами тут же жестко пресекались милицейскими рейдами. По окончании кинопроката были выпущены лицензионные DVD за приемлемые 199 рублей.

Именно отечественные фильмы сделали возможным для «Гемини фильм» выйти в лидеры кинопрокатных компаний России со значительным преимуществом по сравнению со своими конкурентами. Компанией были выпущены такие кассовые хиты российского производства, как «Ночной дозор», «Дневной дозор», «Турецкий гамбит».

Стратегический альянс с продюсерским центром Первого канала, а также работа с другими продюсерами, продукция которых достаточно конкурентоспособна, позволяет сохранять потенциал для дальнейшего роста компании, в том числе и за счет роста количества отечественных картин в ее репертуаре.

В 2006 году компания «Гемини Фильм» прекратила свое существование и на ее месте появились две независимые компании - «Двадцатый Век Фокс СНГ» и «Гемини Энтертейнмент». В настоящее время Двадцатый Век Фокс СНГ» является региональным самостоятельным офисом студии «Двадцатый Век Фокс» в странах бывшего СССР, а также является держателем лицензии на выпуск продукта указанных студий на видео и DVD на территории России и СНГ.

Компания «Гемини Энтертейнмент» является самостоятельной кинопрокатной компанией и занимается дистрибуцией лент не зависимых зарубежных студий, а также фильмов российских киностудий. К успехам компании можно отнести фильм «Жара», вышедший в 2007 году.

В связи с проводимой в конце 2007 года реорганизацией компаний «Гемини Энтертейнмент» и «Двадцатый Век Фокс СНГ» последняя стала правопреемником «Гемини Энтертейнмент» с правом единоличного участия в АНКО.

2.7 «Парадиз»

«Парадиз» был основан в 1993 году (президент - Г. Нерсиян, вице-президент по дистрибуции - А. Манасарян). Он представляет из себя холдинг кинокомпаний (продюсерская, дистрибуторская, кинотеатральная деятельность) с хорошо сформированной разветвленной структурой, что дает ему возможность развивать параллельно несколько направлений. «Парадиз» - одна из самых известных российских кинокомпаний, активно занимающаяся продвижением на наш рынок отечественных и зарубежных фильмов. За успешный прокат фильмов в активе компании имеется две премии «Золотой орел» и две премии «Блокбастер».