****

**KYIV MEDIA WEEK 2017. ИТОГИ ТРЕТЬЕГО ДНЯ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕДИАФОРУМА**

**Украинский Форум программы Креативная Европа, десятая юбилейная конференция «Кинобизнес», Pay TV in Ukraine 2017: Carpe diem! и конечно же второй день международного рынка аудиовизуального контента Content Market. Чем именно запомнился третий день KMW 2017:**

**«Кинобизнес»**

***В этом году на десятой юбилейной конференции «Кинобизнес» были представлены кейсы европейских и украинских фильмов. Спикерами выступили продюсеры и представители европейских продакшн компаний. В частности, Кристиано Бортоне (Cristiano Bortone), продюсер, учредитель Orisa Produzioni, руководитель инициативы Bridging the Dragon, (Италия) представил доклад по Сотрудничеству с Китаем: копродукция, сервис, дистрибуция и кейс-стади фильма «Кофе» (Coffee, Caffe) (Италия, Китай). Бельгийский продюсер Жан-Ив Рубин (Jean-Yves Roubin) рассказал о том, как хоррор «Сырое» (Grave) стал фестивальным хитом, и его неожиданном успехе в мировом прокате. Помимо этого, были рассмотрены кейсы трех украинских фильмов: «Межа», украино-словацкий проект, поставивший рекорд по кассовым сборам в словацком прокате за первый уикенд (этой осенью ожидается выход фильма в украинском прокате); «DZIDZIO Контрабас», украинская комедия, которую с момента премьеры 31 августа посмотрели более 252 тыс. зрителей, а также Комедия итальянско-украинского производства «Izi». Представляем вашему вниманию обзор некоторых из вышеперечисленных кейсов:***

**КОММЕРЧЕСКИЙ УСПЕХ УКРАИНСКОЙ КОМЕДИИ «DZIDZIO КОНТРАБАС»: ЛЕНТА УЖЕ СОБРАЛА 18,2 МЛН ГРН**

20 сентября на 10-й юбилейной конференции «[Кинобизнес](https://kyivmediaweek.com/ru/events/fbu/2017)», проходившей в рамках международного форума KYIV MEDIA WEEK 2017 был представлен кейс новой успешной украинской комедии «DZIDZIO Контрабас». Проект презентовали продюсер фильма и совладелец телеканала «Солнце» Сергей Лавренюк, а также промопродюсер картины Валерий Козлитинов.

Спикеры рассказали об истории создания ленты, которая возникла из совместной идеи Любомира Левицкого и Михаила Хомы по съемке музыкального клипа и расширилась до полноценной полнометражной картины, а также об особенностях продакшна и промокампании, которые были выполнены в условиях очень сжатых сроков в связи с фиксированной датой релиза.

На сегодняшний день комедия «DZIDZIO Контрабас» не только покрыла затраты на производство и промобюджет, но и вышла в плюс. Фильм уже посмотрели более 252 тысяч зрителей, а с момента премьеры 31 августа, по состоянию на 19 сентября, бокс-офис ленты превысил 18,2 млн грн. Примечательной особенностью проката картины стало распределение зрительского интереса по областям – в большинстве случаев более половины выручки кинотеатры собирают именно в Киевской области, также «DZIDZIO Контрабас» стал наиболее популярным во Львове и окрестностях. Так, показатель по Киеву составил 22,3%, во Львовской области он превысил 25,16%, а на третьем месте – Ивано-Франковск с показателем 6,52%.

Несмотря на то что комедия определенно обладает в первую очередь локальным потенциалом в связи со своими жанровыми особенностями, докладчики объявили о своем намерении представить фильм в этом году на American Film Market.

**«IZI» СОБРАЛ СВЫШЕ 700 ТЫС. ГРН. В ПЕРВЫЙ УИКЕНД**

Комедия итальянско-украинского производства «Izi» (Easy) собрала в украинских кинотеатрах за первую неделю проката свыше 700 тыс. грн. Об этом на конференции «[Кинобизнес](https://kyivmediaweek.com/ru/events/fbu/2017)», проходящей 20 сентября в рамках международного медиафорума KYIV MEDIA WEEK, сообщил украинский сопродюсер фильма Олег Щербина (руководитель [Fresh Production Group](http://freshproduction.com/)). Ранее проект стартовал в итальянских кинотеатрах (в ограниченном прокате) и собрал за две недели проката около 130 тыс. евро. При этом лента показала очень хорошую «наработку на копию» (по данному показателю Easy в Италии вошел в Топ-5 наиболее успешных картин в прокате в 2017 году).

Производственный бюджет «Izi» составляет 1,2 млн евро, 58% из которых выделила украинская сторона. Фильм итальянского режиссера Андреа Маньяни был финансово поддержан Министерством культуры Италии и кинофондом региона Фриули – Венеция-Джулия, а также Государственным агентством Украины по вопросам кинематографии. Производством занимались итальянские Bartlebyfilm и Pilgrim Film, украинская Fresh Production Group. Международный сейлз-агент проекта – французская компания Premium Films. Права на ленту, по информации сейлз-агента, уже проданы в Китай и Турцию.

«*Izi» – это комедия, рассказывающая о приключениях депрессивного 40-летнего итальянца Исидоро (Изи) — бывшего красавца и успешного пилота-автогонщика, который опустился на самое дно отчаяния и, будучи даже не в состоянии покончить с собой, вынужден подчиняться старшему брату – единственному, кто еще поддерживает в нем искру жизни. И вот Изи должен выполнить задание своего брата – привезти из Италии в высокогорное карпатское село гроб с телом погибшего на строительстве украинского работника.*

**УКРАИНА ГОТОВА К ПОЛНОПРАВНОМУ ЧЛЕНСТВУ В ПРОГРАММЕ CREATIVE EUROPE**

20 сентября в рамках KYIV MEDIA WEEK 2017 состоялся Украинский форум программы «[Креативная Европа](https://kyivmediaweek.com/ru/kmw/2017/CreativeEurope)», организованный совместно с [Украинской Киноассоциацией](https://www.facebook.com/mpa.org.ua/) при поддержке [Государственного агентства Украины по вопросам кино](http://dergkino.gov.ua/), при участии [Национального совета Украины по вопросам телевидения и радиовещания](https://www.nrada.gov.ua/) и [Национального бюро программы ЕС «Креативная Европа](http://creativeeurope.in.ua/)».

Форум был посвящен процессу интеграции Украины в европейский медиарынок, развитию партнерства между Украиной и странами Европейского Союза в сфере креативных индустрий, и организован с целью презентовать участникам украинского медиарынка возможности, которые предоставляет программа «Креативная Европа», а также наладить диалог между государственными органами и представителями креативного сообщества для разработки алгоритма действий, необходимых для полноценного участия Украины в программе.

Мероприятие открыл специальный доклад координатора сектора культуры программы Creative Europe Татьяны Шульги, рассказавшей об общей структуре программы и о том, что необходимо сделать Украине, чтобы программа стала доступной на ее территории. Как известно, в рамках «Креативной Европы» функционируют две подпрограммы – «Медиа» и «Культура», общий бюджет которых составляет около €1,4 млрд. Украина на сегодняшний день является частичным членом программы, а это значит, что ей доступны четыре направления подпрограммы «Культура», тогда как финансирование инициатив, связанных с телевидением и кинематографом, осуществляется в рамках программы MEDIA.

Далее выступила представительница организации Motovila, занимающаяся промоушном и кооперацией в культурном и креативном секторе и координирующая Creative Europe Desk Slovenia, координатор программы MEDIA в Словении Сабина Бришки Карлич (Sabina Briški Karlić).Она представила результаты функционирования подпрограммы, в рамках которой Словенией в период с 2007 по 2015 год было получено €4,4 млн, и озвучила конкретные примеры проектов, которые получили финансирование. В частности, это документальная картина «Хьюстон, у нас проблема!», фильмы «История любви» (History of love) и «Ночная жизнь» (Nightlife), также поддержку получают Вышеградский анимационный форум, Аниматека Люблянского международного фестиваля анимации, Kinodvor city cinemy.

Кроме того, был представлен кейс анимационной копродукции «Птичий улет» (Richard the Stork) производства Люксембурга, Бельгии, Германии, Норвегии и США. Картина была продана более чем на 150 территорий. Лента получила грант на дистрибуцию от «Креативной Европы».

Ульяна Ким, руководитель литовской компании Studio Uljana Kim, рассказала об одном из своих последних проектов – копродукции с Украиной и работе над фильмом Сергея Лозницы «Нежное создание». Фильм получил грант на производство в размере €50 тыс.

В рамках форума «Креативная Европа» состоялся круглый стол представителей украинских регуляторов и украинского рынка, посвященный определенным мерам, которые должна предпринять Украина для открытия доступа к программе MEDIA. В нем приняли участие директор Индустриального Телевизионного Комитета Украины Игорь Коваль, представитель Национального совета по вопросам телевидения и радиовещания Юрий Крайняк, представитель Института медиаправа Игорь Роскладай, украинский продюсер и руководитель студии LIMELITE Владимир Яценко, руководитель FILM.UA Group Сергей Созановский, представитель Национального совета по вопросам телевидения и радиовещания Владислав Сердюков, заместитель председателя Национального совета Украины по вопросам телевидения и радиовещания Григорий Шверк, заместитель главы Национального совета Украины по вопросам телевидения и радиовещания Уляна Фещук, глава Государственного агентства по вопросам кино Филипп Ильенко.

Филипп Ильенко отметил, что состояние индустрии позволяет продуктивно сотрудничать с европейскими коллегами. И хотя на сегодняшний день Украине недоступны двусторонние копродукции, она активно принимает участие в съемках фильмов как миноритарный партнер. На ситуацию может сильно повлиять открытие подпрограммы MEDIA, для этого нужна политическая воля

Григорий Шверк, в свою очередь, заметил, что было подготовлено уже несколько проектов закона, и европейские коллеги из Совета Европы уже готовы его подписать, вопрос сейчас состоит в том, чтобы составить договор, устраивающий всех участников украинского рынка. Для успешного принятия закона необходимо также внесение €1,5 млн в бюджет. Шверк настоял на том, что закон должен быть принят как можно скорее, с чем согласилось большинство участников форума.

**ПЛАТНОЕ ТВ В УКРАИНЕ: О ЧЕМ ГОВОРИЛИ НА КОНФЕРЕНЦИИ**

20 сентября на 4-й конференции [Pay TV in Ukraine](https://kyivmediaweek.com/ru/events/paytv/2017), проходившей в рамках международного форума KYIV MEDIA WEEK 2017, состоялись две панельные дискуссии, посвященные текущей ситуации на рынке платного ТВ и его будущим перспективам. Было поднято очень много вопросов, поэтому хотим поделиться выводами, к которым пришли (в большинстве) спикеры.

Во-первых, нельзя отрицать успех IPTV и ОТТ, и их необходимо измерять и тоже как-то привязывать рекламу к некой измерительной панели. Во-вторых, телеканалы, которые могут закодировать в будущем, пока не определились, останется ли в контенте реклама - по мнению же Сергея Созановского, соучредителя [FILM.UA Group](https://film.ua/), рекламных врезок быть не должно.

Эксперты сошлись во мнении, что сокращать количество бесплатных каналов для роста телевизионного рекламного рынка Украины - нет смысла. Обе составляющие не связаны между собой напрямую - объем вливаний рекламодателей зависит от покупательной способности потребителей, а не желания каналов размещать больше рекламы и по более высокой стоимости.

Наконец, product placement мог бы компенсировать затраты еще на стадии производства контента, однако в сложившейся обстановке, это крайне сложно. Он может сработать только с инвестициями рекламодателей в проекты с успешной историей, которые уже стали брендами.

**Все фотографии с KMW вы можете найти по ссылке:** <http://bit.ly/Photos_KMW_2017>

**Тексты** [**тут**](https://kyivmediaweek.com/ru/presskit)**. Ознакомиться с дальнейшей программой KMW 2017 можно** [тут](https://kyivmediaweek.com/ru/#program)

**С уважением,**

**Елена Кальная, 067 95-95-016**