**Бизнес-план по производству игрового полнометражного фильма**

**«Николь»**

****

# РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование проекта**: | Производство полнометражного игрового фильма  **«Николь»** |
| **Инициаторы проекта:** | Для реализации проекта будет создана новая компания |
| **Суть проекта:** | Производство по уникальному сценарию за умеренный бюджет высококачественной полнометражной экшн-драмы с участием звёзд российского кино, крутыми спецэффектами и великолепной музыкой.  Картина рассчитана на массовую аудиторию фокус +12 и будет переведена на 5 языков.  Планируется выход с фильмом на широкий международный и российский кино-, теле- и видеорынок с кассовыми сборами на уровне 1,1 млрд. руб. |

**Основные характеристики проекта**

|  |  |
| --- | --- |
| **Расчётный период, лет**  **Этапы реализации проекта:**  подготовительный период (7 мес.)  съёмочный период (2 мес.)  монтаж (5 мес.)  прокат | **2-3**  **10.21 – 05.22 г.**  **06.22 – 07.22 г.**  **08.22 – 12.22 г.**  **2023 г.** |
| **Бюджет фильма, млн. руб.**, в т.ч.: | **200** |
| сметная стоимость  рекламная кампания | 130  70 |
| **Объём финансирования (средства Инвестора), млн. руб.**  **Участие Инвестора в прибыли компании**  до возврата вложенных средств, %  после возврата вложенных средств, % | **200**  **90%**  **50%** |
| **Доходы проекта за расчётный период, млн. руб.** |  |
| Кассовые сборы | **1 150** |
| Чистая прибыль | **456** |
| **Эффективность проекта за расчетный период** |  |
| Чистый денежный поток (FCF), млн. руб. | **200** |
| Простой срок окупаемости, мес. | **30** |
| Ставка дисконтирования, % | **20%** |
| Чистый дисконтированный доход (NPV), млн. руб. | **133** |
| Дисконтированный срок окупаемости, мес. | **30** |
| IRR, %  **Эффективность для Инвестора**  Сумма полученных дивидендов, млн. руб.  Чистый денежный поток (FCF), млн. руб.  IRR, % | **48%**  **259**  **26**  **13%** |

# СУТЬ ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОЕКТА

## Цель проекта

Производство по уникальному сценарию за умеренный бюджет высококачественной полнометражной экшн-драмы с участием звёзд российского кино, крутыми спецэффектами, великолепной музыкой и последующим успешным прокатом картины по всему миру с кассовыми сборами на уровне 1,1 млрд. руб.

## Инициаторы проекта

Для реализации проекта его инициаторами, в состав которых входит и автор сценария будет создана новая компания.

## Текущее состояние проекта

На прединвестиционном этапе проекта:

1. Подобрана команда профессионалов высокого класса для создания фильма.
2. Полностью написаны сценарии для первой и второй частей фильма, в стадии разработки находится финальная часть. Литературный сценарий фильма является оригинальным и не имеет аналогов в России.
3. Получено предварительное согласие на участие в съёмках ведущих российских актёров А. Михайлов ("Любовь и голуби"), Л. Аксёнова ("Салют-7", " Мажор"), С. Бурунов ( "Полицейский с Рублевки", "Духлесс-2 "), А. Батырев ("8 первых свиданий")...
4. Сформирован задел дальнейшего развития проекта: в разработке находятся сценарии двух детских картин, одного экшна, одной исторической картины и трёх телефильмов.
5. Отобраны кинокомпании для съёмки фильма, это:
   * Компания «РодАрс Фильм», генеральный директор Кравченко Александра Валерьевна.

«РодАрс Фильм» - команда профессионалов, способных решать задачи по осуществлению съёмочного процесса любой сложности. Компания имеет большой опыт сотрудничества и разносторонние связи с зарубежными кинокомпаниями и студиями, а также с крупными российскими и иностранными структурами, осуществляющими кинотеатральный прокат.

* + Компания «ARSPRO»- генеральный директор Артемьев Антон Александрович.

Компания работает на рынке постпродакшн 17 лет.

Компания «ARSPRO»первая внедрила в цикл постпродакшн фильмов и сериалов самую передовую технологию цветопередачи — новый стандарт hi-end картинки HDR.

## Нормативно-правовая база

**Кинематографические произведения**, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим, независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации, **являются аудиовизуальными произведениями,относятся к результатами интеллектуальной деятельности (РИД), а именно к произведениям науки, литературы, искусства** (пп. 1 п. 1 ст. 1225, п. 1 ст. 1226, п. 1 ст. 1263 ГК РФ). На РИД признаются интеллектуальные права, являющиеся авторскими правами (ст. 1226, п. 1 ст. 1255 ГК РФ).

Исключительные права на аудиовизуальные произведения **относятся к нематериальных активам (НМА)**(пп.7 п. 3 ст. 257 НК РФ).

В налоговом учете стоимость нематериальных активов определяется по п. 3 ст. 257 НК РФ, в силу которого **первоначальной стоимостью амортизируемых нематериальных активов признается сумма расходов на их приобретение (создание) и доведение их до состояния, в котором они пригодны для использования, за исключением налога на добавленную стоимость**. При этом стоимость нематериальных активов, созданных самой организацией, определяется как сумма фактических расходов на их создание, изготовление (в том числе материальных расходов, расходов на оплату труда, расходов на услуги сторонних организаций, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств), за исключением сумм налогов, учитываемых в составе расходов.

В соответствии с п.10 ПБУ 14/2007**не включаются в расходы на приобретение, создание нематериального актива:**

* + - **возмещаемые суммы налогов**, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации;
    - **общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением и созданием активов**;

**Расходы по полученным займам и кредитам** не являются расходами на приобретение, создание нематериальных активов, **за исключением случаев, когда актив, фактическая (первоначальная) стоимость которого формируется, относится к инвестиционным**.

В том случае, когда в процессе создания объекта НМА организация не получает доходов от иных видов деятельности, общехозяйственные расходы будут ей понесены только в связи с деятельностью по созданию НМА.

**То есть общехозяйственные расходы в этом случае могут быть учтены в стоимости НМА.**

Согласно п. 7 ПБУ 15/2008 "Учет расходов по займам и кредитам" под **инвестиционным активом** понимается объект имущества, подготовка которого к предполагаемому использованию требует длительного времени и существенных расходов на приобретение, сооружение и (или) изготовление. К инвестиционным активам относятся в том числе объекты незавершенного производства и незавершенного строительства, которые впоследствии **будут приняты к бухгалтерскому учету в качестве нематериальных активов.**

Поскольку объект незавершенного строительства впоследствии будет принят к учёту в составе НМА, то расходы по полученным займам и кредитам организация вправе отнести **к расходам на создание НМА**.

Таким образом, в случае, когда единственным видом деятельности компании является производство кинопродукции, все затраты на создание фильма кроме НДС, уплаченного в составе затрат, капитализируются в виде амортизируемого НМА.

Расходы на создание или приобретение НМА списываются путем начисления амортизации.

Согласно п.2 ст. 258 НК РФ по нематериальным активам, по которым невозможно определить срок полезного использования, нормы амортизации устанавливаются в расчете на срок полезного использования (СПИ), равный 10 годам (но не более срока деятельности налогоплательщика).

Основные кассовые сборы фильмов приходятся на первый месяц проката, однако квалификация объекта в качестве НМА зависит не от фактических финансовых результатов его использования, а от периода возможности использовать объект для извлечения дохода. Поскольку срок использования прав на создаваемый фильм не ограничен, срок его полезного использования в целях начисления амортизации следует устанавливать в 10 лет.

Постановка НМА на бухгалтерский учёт и начало его амортизации определяется началом срока его полезного использования, т.е. в случае с созданием фильма – месяцем начала его проката.

**НДС**

В соответствии с пп. 21 п. 2 ст. 149 НК РФ освобождаются от налогообложения только работы (услуги) по производству кинопродукции, **выполняемые (оказываемые) организациями кинематографии**, и реализация прав на использование (включая прокат и показ) **кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма**.

Согласно ОКВЭД деятельность, связанная с производством, прокатом и показом фильмов, имеет код 92.1.

Работы (услуги) по производству кинопродукции **не освобождаются от обложения НДС при их выполнении иными организациями** (которые не относятся к организациям кинематографии) и индивидуальными предпринимателями (Письма УФНС по г. Москве от 23.01.2009 N 19-11/4811, от 11.08.2008 N 19-11/75204, от 12.05.2008 N 19-11/45240).

В соответствии с пп. 1 п. 1 ст. 146 НК РФ объектом налогообложения налогом на добавленную стоимость признаются **операции по реализации товаров (работ, услуг) на территории Российской Федерации**.

Порядок определения места реализации работ (услуг) в целях применения налога на добавленную стоимость установлен "статьей 148" Кодекса.

Согласно пп. 4 п. 1 и пп. 4 п. 1.1 статьи 148 Кодекса **место реализации услуг по передаче,** предоставлению патентов, лицензий, торговых марок, **авторских прав или иных аналогичных прав определяется по месту деятельности покупателя услуг**.

Из этого следует, что доходы с проката российского фильма за рубежом НДС не облагаются.

Поскольку инициаторы проекта планируют **получить удостоверение национального фильма, не будет облагаться НДС и выручка от отечественного проката**.

## Характеристика продукции проекта

1. В рамках реализации настоящего кинопроекта планируется создание высокохудожественной экшн-драмы с участием звёзд российского кино, таких как А. Михайлов ( "Любовь и голуби"), Л. Аксёнова ("Салют- 7", " Мажор" ), С. Бурунов ( "Полицейский с Рублевки", "Духлесс-2 "), А. Батырев ("8 первых свиданий")...

Кассовый успех картины будет обеспечен, благодаря:

* + - ориентации на актуальные потребности массовой аудитории;
    - уникальному сценарию с захватывающим сюжетом, колоритными и фактурными персонажами, красивыми диалогами;
    - яркому актёрскому составу;
    - великолепной музыке;
    - высококвалифицированной режиссёрской и операторской работе;
    - привлечению к реализации проекта высокопрофессиональных кинокомпаний "РодАрс Фильм" и "ARSPRO";
    - крутым спецэфектам;
    - солидному рекламному бюджету (70 млн. руб.) и мощной комплексной стратегии подготовки фильма к массовому прокату в России, Китае, странах СНГ, Индии, Европы и Азии.

Картина представляет собой полнометражный фильм в стиле экшн с элементами драмы и комедии и будет снята в предельно реалистичной форме.

История происходит в настоящее время и рассказывает о борьбе сотрудников ФСБ с преступным синдикатом, занимающимся продажей оружия и наркотиков. На фоне этой борьбы раскрываются характеры героев...

Эта история несёт добрый, позитивный посыл, показывая победу добра над злом, раскрывая на этом фоне внутренний мир героев, отличающихся чистотой души и благородством поступков, а также показывает настоящую мужскую дружбу, искренние отношения и семейные ценности, т.е. всё то, по чему так соскучился российский зритель.

Картина рассчитана на массовую аудиторию фокус +12, будет переведена на 5 языков и имеет все шансы завоевать любовь миллионов зрителей, а также стать успешным прибыльным коммерческим проектом.

Для картины будут выбраны такие цвета, которые соответствуют настроению, которое присутствует в фильме.

Цветовое решение не может быть слишком сложным, но оно должно быть не менее выразительным, броским, рассчитанным на мгновенное прочтение.

Именно смена тональностей создаёт магический мир, притягивающий внимание зрителя к экрану, так и изменение и развитие цветового строя от кадра к кадру, от эпизода к эпизоду четко, через подсознание влияет на эмоциональность восприятия всего содержания в целом.

Также огромное внимание будет уделено музыке, так как именно от музыки зависит 50% успеха зрительского восприятия событий, происходящих на экране, заставляя людей острее чувствовать сюжет фильма. Именно музыка, предельно эмоциональная, а не страшная сцена, заставляет зрителя заплакать.

Музыкальное решение картины будет включать в себя не только оригинальную музыку (саундтрек), написанную специально для картины, но и звуковое решение всех синхронов, диалогов и фоновых шумов.

Особое внимание будет уделено операторской работе. Ощущения в картине будут напрямую зависеть от плана, ракурса, света и движения кинокамеры. Все это будет тщательно разрабатываться оператором-постановщиком.

Таким образом, общее художественное решение будет достигнуто методом тщательных разработок всех департаментов на всех этапах производства картины. И именно от этого зависят качество фильма, эффективность его производства, производительность труда съёмочного коллектива и затраты на постановку.

**АНАЛИЗ РЫНКА**

## Обзор рынка киноиндустрии

На настоящий момент в мире активно развивается индустрия развлечений, в том числе и такое креативное направление, как кино.

Сегодня крупнейшей в мире (по числу выпускаемых картин и объему кассовых сборов) является киноиндустрия США. Все самые кассовые фильмы в мире за последние 20 лет – это киноленты американских кинокомпаний (см. таблицу ). Однако, по прогнозам экспертов, в скором времени ее сможет обогнать Китай по объему кассовых сборов (в том числе за счет активного развертывания кинотеатральной сети). Перспективной является и киноотрасль Индии, сделавшая ставку на кино с национальным колоритом. Однако на мировом рынке продолжит господствовать голливудский контент.

Таблица .

**ТОП10 самых кассовых фильмов в мире**



Крупнейшие кинокомпании мира также находятся в США: Warner Bros., 20th Century Fox,Paramount Pictures, Sony Pictures, Walt Disney Company, Columbia Pictures и Universal Pictures.Главные преимущества США заключаются в накопленном опыте в экспертизе, в отборе фильмов, развитой кинопроизводственной и дистрибутивной инфраструктуре.

Что касается интегральных показателей сектора в глобальном масштабе, то темпы их роста постепенно замедляются. В 2016 г., по данным Ассоциации американского кино, мировой объем кассовых сборов вырос всего на 1% к уровню 2015 г., до 38,6 млрд. долл. При этом драйвером роста остаются страны Азии (Япония, Индия, Китай), в отношении кинопоказа лидером по росту количества киноэкранов – также Азиатско-Тихоокеанский регион (+18% по сравнению с 2015 г.).

Необходимо отметить, что здесь наблюдается именно количественное развитие, в то время как в развитых странах преобладают качественные изменения (внедрение новых технологий в кинозалы, расширение спектра предоставляемых услуг и др.).

В РФ происходит постепенное возрождение отрасли, которая оказалась в стагнации после распада СССР. В течение последних лет заметно выросли объемы кинопроката.

*Источник:* [*http://www.kinometro.ru/analytics/show/name/10\_summary\_ru\_boxoffice\_9884*](http://www.kinometro.ru/analytics/show/name/10_summary_ru_boxoffice_9884)

Прошлый год показал некоторое сокращение кассовых сборов, что возможно связано с проведением в России чемпионата мира по футболу, перетянувшим внимание значительной части потенциальной зрительской аудитории. Однако, причиной могут служить и другие факторы, отмечаемые экспертами в области дистрибьюции и кинопоказа: снижение покупательной способности населения, взросление аудитории, а также конкуренция с другими способами просмотра контента и проведения досуга.

## Развитие отечественного кинопроизводства

Наиболее кассовыми фильмами в российском прокате по прежнему остаются преимущественно голливудские ленты.

Тем не менее, в последние годы отчётливо прослеживается и возрождение российского кинопоризводства. Российская кинопроизводственная инфраструктура в стране постепенно развивается и совершенствуется, становясь конкурентоспособной и на зарубежных рынках.

Уже к 2013 году многие отечественные фильмы имели удачную прокатную судьбу и при бюджете в 2 – 6 млн. $ обеспечивали кассовые сборы на уровне 16 – 32 млн. долл. (см. таблицу ).

Например, фильм “**Холоп**” 2019 г. При бюджете 200милл. руб. Собрал в прокате около 4 миллиардов рублей...

Таблица .

**Топ 25 российских фильмов по сборам 2004-2013 гг.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название фильма | Сборы в России | | Бюджет | | Сборы/ бюджет | Год выхода в прокат | Жанр |
| Общий | Марк-г |
| млн. руб. | млн. $ | млн. $ | млн. $ |
| 1 | Сталинград | 1 669,0 | 51,8 | 30,0 | \* | 1,7 | 2013 | военная драма |
| 2 | Ирония судьбы. Продолжение | 1 222,0 | 49,9 | 9,5 | 4,5 | 5,3 | 2008 | мелодрама, комедия |
| 3 | Адмирал | 869,0 | 34,0 | 20,0 | \* | 1,7 | 2008 | военная драма |
| 4 | Дневной дозор | 909,6 | 32,0 | 4,2 | \* | 7,6 | 2006 | фантастика |
| 5 | Три богатыря на дальних берегах | 950,0 | 31,5 | 3,5 | \* | 9,0 | 2013 | семейная анимация |
| 6 | Легенда №17 | 923,0 | 29,5 | 13,0 | \* | 2,3 | 2013 | спортивная драма |
| 7 | Самый лучший фильм | 673,0 | 27,6 | 9,5 | 5,0 | 2,9 | 2008 | комедия |
| 8 | Высоцкий. Спасибо, что живой | 867,0 | 27,5 | 12,0 | \* | 2,3 | 2012 | драма |
| 9 | Ёлки 2 | 837,0 | 26,2 | 5,8 | \* | 4,5 | 2012 | новогодняя комедия |
| 10 | 9 Рота | 723,2 | 25,6 | 6,7 | \* | 3,8 | 2005 | боевик |
| 11 | Горько! | 809,5 | 25,5 | 1,5 | \* | 17,0 | 2013 | комедия |
| 12 | Иван Царевич и Серый Волк | 788,0 | 24,8 | 3,0 | \* | 8,3 | 2012 | семейная анимация |
| 13 | Ёлки | 699,6 | 22,7 | 5,5 | \* | 4,1 | 2011 | новогодняя комедия |
| 14 | Наша Russia: Яйца судьбы | 661,0 | 22,2 | 2,0 | \* | 11,1 | 2010 | комедия |
| 15 | Обитаемый остров | 641,2 | 21,8 | 36,5 | \* | 0,6 | 2009 | фантастика |
| 16 | Волкодав из рода Серых Псов | 526,0 | 20,2 | 10,0 | \* | 2,0 | 2007 | фантастика |
| 17 | Черная молния | 594,5 | 19,7 | 15,0 | 7,0 | 1,3 | 2010 | фантастика, приключения |
| 18 | Три богатыря и Шамаханская царица | 573,5 | 19,0 | 3,0 | 3,0 | 6,3 | 2011 | семейная анимация |
| 19 | Турецкий гамбит | 518,0 | 18,5 | 4,0 | \* | 4,6 | 2005 | боевик |
| 20 | Любовь-морковь 2 | 512,0 | 17,9 | 3,0 | \* | 6,0 | 2009 | комедия |
| 21 | О чем еще говорят мужчины | 565,0 | 17,8 | 3,5 | \* | 5,1 | 2012 | комедия |
| 22 | Каникулы строгого режима | 547,1 | 17,6 | 5,0 | \* | 3,5 | 2009 | комедия |
| 23 | Тарас Бульба | 567,5 | 17,0 | 16,1 | \* | 1,1 | 2009 | боевик, драма |
| 24 | Стиляги | 479,4 | 16,8 | 15,0 | \* | 1,1 | 2009 | мюзикл |
| 25 | Ночной дозор | 472,6 | 16,2 | 4,2 | \* | 3,9 | 2004 | фантастика |
| \* Примечание — маркетинговый бюджет неизвестен | | | | | |  |  |  |  |

*Источник:*[*http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=153052*](http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=153052)

Количество российских фильмов в прокате, начиная с 2016 г. заметно выросло (см. рисунок), причём в 2017 году российское кино установило абсолютный рекорд, прибавив относительно 2016 года сразу 48,9% в России и 45,9% с учетом СНГ.

Показательно, что даже в условиях экономического кризиса, кино осталось относительно доступным видом досуга для населения.Заметно увеличилась и доля российских фильмов в общем прокате, чему способствует и заметное наращивание рекламных расходов российских кинопроизводителей. По данным на 16 декабря 2018 г., в России доля отечественных фильмов составила 26,7% по сборам и 28,1% по посещаемости, что на 2,5 и 2,6 процентных пункта выше, чем было по итогам 2017-го. При этом в начале года на волне ДВИЖЕНИЯ ВВЕРХ казалось, что показатель будет еще внушительнее. Вплоть до конца марта **доля сборов отечественных картин превышала рекордные 50%.** Но затем, вместе со спадом рынка, началось и ее планомерное снижение.

Следует отметить, чтопо мнению министра культуры Владимира Мединского, при существующем объеме господдержки максимальным потолком для доли отечественного кино на российском рынке является уровень 30%.

Для сравнения, **доля российских фильмов в прокате, по данным Фонда кино, составила в 2016 г. 18% совокупных кассовых сборов** (8,6 млрд. руб.; +19% по сравнению с показателем 2015 г.) и 18% совокупной посещаемости российских кинотеатров (35 млн. чел.; +13% к уровню 2015 г**.). Уже тогда это были рекордные показатели за всю историю существования российского кинематографа.**

Пока существенную роль в российской киноиндустрии играет господдержка. Так, по оценкам экспертов, начиная с 2009 г. объем госфинансирования кинопрома составляет более 50% от суммарных производственных бюджетов всех фильмов, произведенных за год в стране.

В то же время государственную поддержку получает все меньшее число лент, вышедших в прокат: если в 2015–2016 годах их было больше 70, то в 2017-м – лишь 52. С другой стороны, в 2017-м вдвое больше картин, чем обычно (20 против 10), было снято при участии телеканалов – это весьма заметный источник инвестиций для продюсеров.

Наметилась явная тенденция в том, что **государственная финансовая поддержка кинопроизводства концентрируется на сокращающемся числе крупнобюджетных фильмов, которые производятся лидирующими студиями**, что ведет к повышению зависимости доли рынка отечественного кино в прокате от малого числа игроков и проектов.

Ещё одной тенденцией становится **всё более заметное участие в продюсировании фильмов российских телеканалов.** В 2017 году количество вышедших в прокат фильмов, сопродюсерами которых стали телеканалы, резко увеличилось до 20, что могло стать одной из причин увеличения доли посещений российского кино в прокате до 24%.

Принимая участие в производстве фильма, телеканалы используют передачи, новости, развлекательные ток-шоу для дополнительного продвижения картины при выходе в прокат (они также могут достаточно быстро выпускать фильм в эфир: к примеру, лидер 2017 года «Последний богатырь», вышедший в кинотеатрах 26.10.2017, уже 01.01.2018 был показан на канале «Россия 1»). Такая маркетинговая поддержка, оказывает существенное влияние на интерес зрителей к фильму. Самым активным телеканалом, который в последние годы участвует в кинопроизводстве, является холдинг ВГТРК («Россия 1»); на втором месте – СТС; на третьем – «Первый канал».

*Источник:* [*http://www.kinometro.ru/analytics/show/name/10\_summary\_ru\_boxoffice\_9884*](http://www.kinometro.ru/analytics/show/name/10_summary_ru_boxoffice_9884)

Практика кинопроката демонстрирует, что **для кассового успеха картины не достаточно снять талантливый качественный фильм, необходима и его мощная рекламная поддержка**. Достоинства нового фильма требуется убедительно донести до потенциальной массовой аудитории.

После перехода на цифровые технологии кинопоказа, выход на этот рынок стал существенно проще, благодаря удешевлению стоимости кинопроизводства, а также упрощению всех логистических процессов. В результате появилось много новых компаний, дистрибьюторов, которых привлекли снизившиеся расходы на прокат фильмов в цифровом формате. Однако, не имея средств на рекламную поддержку, выходящие на широкий экран картины тонули в увеличившемся объеме предложений без внимания аудитории и не получали ожидаемых кассовых сборов.

По оценкам самих кинопроизводителей и отраслевых экспертов, **основным источником генерации доходов в киноиндустрии на данный момент является кинотеатральный прокат, в том числе и на внешних рынках (70–80% всех доходов).** Остальные 20–30% прибыли приносят демонстрация фильмов на ТВ, международные продажи кинопродукции, а также реализация Интернет-прав на видеоконтент.

Российская киноиндустрия постепенно **усиливает свои позиции и на зарубежных рынках.** Так,по данным Роскино, сборы отечественных фильмов (ТОП20) в международном прокате в 2016 г.составили 35 млн. долл., что почти **в два раза больше уровня 2015 г. и максимальный показатель за последние пять лет**. В ТОП3 вошли такие игровые фильмы, как «Хардкор», «Он – Дракон» и «Экипаж».

**Стоит подчеркнуть, что почти 50% от совокупного объема сборов поступило из Китая** (24,5 млн. долл.).

К 2013 году насчитывалось уже 50 российских фильмов, собравших в зарубежном прокате более 1 млн. $, в т.ч. 19 фильмов, собравших более 3 млн. $.

Таблица .

**Российские фильмы, собравшие в иностранном прокате более 3 млн.$**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название | Год выпуска | Заявл. бюджет | Мировые сборы (без России) | Международные права |
|  |  |  | млн. $ | млн. $ |  |
| 1 | «Монгол. Фильм первый» | 2007 | 20,00 | 20,02 | Beta |
| 2 | «Ночной дозор» | 2004 | 4,20 | 17,87 | Bazelevs |
| 3 | «Сталинград» | 2013 | 41,00 | 16,71 | ArtPicturesStudio |
| 4 | «Последнее воскресение» | 2009 | 18,00 | 13,55 | LittleFilmCo. |
| 5 | «Мачете убивает» | 2013 | 15,00 | 12,45 | AldamisaIntl. |
| 6 | «Сибирский цирюльник» | 1999 | 35,00 | 7,53 | Intermedia |
| 7 | «Дневной Дозор» | 2006 | 4,20 | 6,89 | Bazelevs |
| 8 | «Русский ковчег» | 2002 | 4,50 | 6,72 | TheHermitageBridgeStudio |
| 9 | «Восток-Запад» | 1999 | 12,00 | 5,61 | UGC |
| 10 | «Ирония судьбы. Продолжение» | 2008 | 5,00 | 5,60 | Bazelevs |
| 11 | «Возвращение» | 2003 | 0,40 | 5,54 | RenFilm |
| 12 | «Адмиралъ» | 2008 | 22,00 | 4,62 | Rezo |
| 13 | «Снежная королева» | 2012 | 7,00 | 4,52 | RedSeaMedia |
| 14 | «Утомленные солнцем» | 1994 | 2,80 | 4,04 | StudioTrite |
| 15 | «Чебурашка» | 2009 | 6,70 | 3,85 | Toho |
| 16 | «Метро» | 2012 | 13,00 | 3,69 | Profit |
| 17 | «Август Восьмого» | 2013 | 19,00 | 3,68 | Glavkino |
| 18 | «Высоцкий. Спасибо, что живой» | 2011 | 12,00 | 3,04 | DIP ORT |
| 19 | «Мы из будущего» | 2008 | 5,00 | 3,00 | A-1 KinoVideo |

*Источник:* [*http://www.filmz.ru/pub/72/28497\_1.htm*](http://www.filmz.ru/pub/72/28497_1.htm)

Основную кассу «Сталинград» освоил **в Китае, где стал самой кассовой российской картиной (12 млн.$) за всю историю**. «Ночной дозор» лучше всего смотрели в Германии (4.38 млн. $). А «Монгол» пользовался огромным успехом в США (5.71 млн.$) и во Франции ($2.42 млн.$).

Яркий пример успешного кинопроекта - лента Тимура Бекмамбетова «Ночной дозор». **При бюджете в 4,2 млн. $ фильм собрал 16 млн. $ в России, 18 млн. долл. за рубежом** и десять лет удерживает звание самой кассовой картины только российского (без других стран) производства в зарубежном прокате.

В стране появился ряд продюсеров и режиссеров, работы которых достойно конкурируют с зарубежными фильмами. Также в РФ сформировался собственный цех специалистов по компьютерной графике, чьи решения конкурентоспособны на мировом рынке.

В результате, на конец 2018 года в российском прокате насчитывается уже **67 фильмов, кассовые сборы которых превысили 0,4 млрд. руб**. (см. таблицу ).

В 2017 году отечественные картины собрали рекордное число зрителей (более 50 млн.) и сумму кассовых сборов (12 млрд. руб.), получив 24% рынка по количеству проданных билетов и 23% по доле кассы.

Отечественная спортивная драма **«Движение вверх» - преодолела трехмиллиардную отметку и заняла второе после «Аватара» место в списке самых кассовых лент российского кинопроката**. Фильм **держался в первой десятке 9 недель, что для российского кинопроката является фантастическим результатом**.

По прогнозам в ближайшей перспективе российская киноотрасль продолжит демонстрировать позитивную динамику, в том числе благодаря сохраняющейся системе господдержки. Однако темпы роста интегральных показателей, в том числе кассовых сборов будут умеренными. Согласно прогнозу Института «Центр развития» НИУ ВШЭ, ежегодный **прирост кассовых сборов составит 5–6% в год в период до 2020 г**. Ожидается усиление позиций РФ и в мировом кинопрокате.

Таблица .

**Самые кассовые российские фильмы**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ФИЛЬМ** | **ДИСТРИБЬЮТОР** | **СБОРЫ, руб.** | **ГОД** |
| 1 | [Движение вверх](https://www.kinobusiness.com/movies/dvizhenie-vverkh/) | Централ Партнершип | **3 043 672 440** | 2017 |
| 2 | [Последний богатырь](https://www.kinobusiness.com/movies/posledniy-bogatyr/) | WDSSPR | **1 732 482 480** | 2017 |
| 3 | [Сталинград](https://www.kinobusiness.com/movies/stalingrad-/) | WDSSPR | **1 669 275 210** | 2013 |
| 4 | [Викинг](https://www.kinobusiness.com/movies/viking/) | Централ Партнершип | **1 534 423 389** | 2016 |
| 5 | [Экипаж](https://www.kinobusiness.com/movies/ekipazh/) | Централ Партнершип | **1 505 006 653** | 2016 |
| 6 | [Лед](https://www.kinobusiness.com/movies/led2016/) | WDSSPR | **1 501 928 912** | 2018 |
| 7 | [Елки-3](https://www.kinobusiness.com/movies/yelki-3/) | Bazelevs | **1 245 417 807** | 2014 |
| 8 | [Ирония судьбы. Продолжение](https://www.kinobusiness.com/movies/276261/) | Двадцатый Век Фокс СНГ | **1 235 363 184** | 2008 |
| 9 | [Вий](https://www.kinobusiness.com/movies/viy-3d/) | UPI | **1 200 263 812** | 2014 |
| 10 | [Притяжение](https://www.kinobusiness.com/movies/prityazhenie2017/) | WDSSPR | **1 073 475 055** | 2017 |
| 11 | [Три богатыря: Ход конем](https://www.kinobusiness.com/movies/tri-bogatyrya-khod-konem/) | Наше кино | **963 013 296** | 2015 |
| 12 | [Три богатыря на дальних берегах](https://www.kinobusiness.com/movies/592210/) | Наше Кино | **949 671 359** | 2013 |
| 13 | [Легенда №17](https://www.kinobusiness.com/movies/legenda-17/) | Централ Партнершип | **922 990 371** | 2013 |
| 14 | [Дневной дозор](https://www.kinobusiness.com/movies/79925/) | Гемини | **911 004 980** | 2006 |
| 15 | [Елки новые](https://www.kinobusiness.com/movies/novye-elki/) | Bazelevs | **910 368 390** | 2017 |
| 16 | [Адмиралъ](https://www.kinobusiness.com/movies/280938/) | Двадцатый Век Фокс СНГ | **876 149 251** | 2008 |
| 17 | [Высоцкий. Спасибо, что живой](https://www.kinobusiness.com/movies/522036/) | WDSSPR | **867 307 013** | 2011 |
| 18 | [Тренер](https://www.kinobusiness.com/movies/trener-2018/) | Централ Партнершип | **864 638 527** | 2018 |
| 19 | [Елки-2](https://www.kinobusiness.com/movies/573817/) | Bazelevs | **815 427 463** | 2011 |
| 20 | [Три богатыря и принцесса Египта](https://www.kinobusiness.com/movies/tri-bogatyrya/) | Наше кино | **811 634 371** | 2017 |
| 21 | [Горько!](https://www.kinobusiness.com/movies/gorko/) | Bazelevs | **810 600 012** | 2013 |
| 22 | [Три богатыря и Морской царь](https://www.kinobusiness.com/movies/tri-bogatyrya-i-morskoy-tsar/) | Наше кино | **802 402 714** | 2017 |
| 23 | [Иван Царевич и Серый Волк](https://www.kinobusiness.com/movies/406175/) | Наше Кино | **787 764 614** | 2012 |
| 24 | [Салют-7](https://www.kinobusiness.com/movies/salyut-7-istoriya-odnogo-podviga/) | Наше кино | **783 169 039** | 2017 |
| 25 | [Елки-5](https://www.kinobusiness.com/movies/yelki-mezhdunarodnye/) | Bazelevs/Двадцатый Век Фокс СНГ | **778 182 594** | 2017 |
| 26 | [Иван Царевич и Серый Волк-3](https://www.kinobusiness.com/movies/ivan-tsarevich-i-seryy-volk-3/) | Наше кино | **749 816 763** | 2016 |
| 27 | [Самый лучший день](https://www.kinobusiness.com/movies/samyy-luchshiy-den/) | Bazelevs/Двадцатый Век Фокс СНГ | **726 346 440** | 2016 |
| 28 | [Елки 1914](https://www.kinobusiness.com/movies/elki-1914/) | Bazelevs | **703 910 827** | 2015 |
| 29 | [Елки](https://www.kinobusiness.com/movies/493768/) | Bazelevs | **701 020 225** | 2010 |
| 30 | [Самый лучший фильм](https://www.kinobusiness.com/movies/277385/) | Каропрокат | **675 894 608** | 2008 |
| 31 | [9 рота](https://www.kinobusiness.com/movies/84674/) | Гемини | **672 885 000** | 2005 |
| 32 | [Я худею](https://www.kinobusiness.com/movies/ya-khudeyu/) | UPI | **671 846 869** | 2018 |
| 33 | [Наша Russia. Яйца судьбы](https://www.kinobusiness.com/movies/416090/) | Централ Партнершип | **660 845 302** | 2010 |
| 34 | [Обитаемый остров. Фильм первый](https://www.kinobusiness.com/movies/257774/) | Каропрокат | **644 224 216** | 2009 |
| 35 | [Иван Царевич и Серый Волк-2](https://www.kinobusiness.com/movies/ivan-tsarevich-i-seryy-volk-2/) | Наше кино | **630 289 138** | 2014 |
| 36 | [Легенда о Коловрате](https://www.kinobusiness.com/movies/kolovrat/) | Централ Партнершип | **606 649 238** | 2017 |
| 37 | [Черная молния](https://www.kinobusiness.com/movies/439906/) | UPI | **595 321 464** | 2010 |
| 38 | [Тарас Бульба](https://www.kinobusiness.com/movies/161104/) | Централ Партнершип | **575 127 106** | 2009 |
| 39 | [Три богатыря и Шамаханская царица](https://www.kinobusiness.com/movies/432650/) | Наше Кино | **575 070 210** | 2011 |
| 40 | [О чем еще говорят мужчины](https://www.kinobusiness.com/movies/502733/) | Централ Партнершип | **565 050 153** | 2012 |
| 41 | [Время первых](https://www.kinobusiness.com/movies/vremya-pervykh/) | Bazelevs | **562 953 442** | 2017 |
| 42 | [Каникулы строгого режима](https://www.kinobusiness.com/movies/417840/) | Двадцатый век Фокс СНГ | **553 330 251** | 2009 |
| 43 | [Горько!-2](https://www.kinobusiness.com/movies/gorko-2/) | Bazelevs/Двадцатый Век Фокс СНГ | **550 035 686** | 2014 |
| 44 | [Матильда](https://www.kinobusiness.com/movies/matilda/) | Каропрокат | **537 067 210** | 2017 |
| 45 | [Волкодав из рода серых псов](https://www.kinobusiness.com/movies/81371/) | Централ Партнершип | **525 395 798** | 2007 |
| 46 | [Любовь в большом городе-3](https://www.kinobusiness.com/movies/lyubov-v-bolshom-gorode-3-/) | Централ Партнершип | **519 986 596** | 2014 |
| 47 | [Турецкий гамбит](https://www.kinobusiness.com/movies/40775/) | Гемини | **518 622 216** | 2005 |
| 48 | [Любовь-Морковь-2](https://www.kinobusiness.com/movies/405610/) | Каропрокат | **517 670 619** | 2009 |
| 49 | [Кухня в Париже](https://www.kinobusiness.com/movies/kukhnya-v-parizhe/) | Централ Партнершип | **501 811 660** | 2014 |
| 50 | [Духless-2](https://www.kinobusiness.com/movies/dukhless-2/) | UPI | **490 223 875** | 2015 |
| 51 | [Стиляги](https://www.kinobusiness.com/movies/395690/) | Централ Партнершип | **487 501 094** | 2009 |
| 52 | [Жених](https://www.kinobusiness.com/movies/mayskie/) | Каропрокат | **482 320 238** | 2016 |
| 53 | [Батальонъ](https://www.kinobusiness.com/movies/batalon/) | WDSSPR | **481 186 511** | 2015 |
| 54 | [Гоголь. Страшная месть](https://www.kinobusiness.com/movies/gogol-strashnaya-mest/) | Каропрокат | **468 167 124** | 2018 |
| 55 | [Ночной дозор](https://www.kinobusiness.com/movies/79850/) | Гемини | **464 870 000** | 2004 |
| 56 | [Гоголь. Вий](https://www.kinobusiness.com/movies/gogol-viy/) | Каропрокат | **462 672 250** | 2018 |
| 57 | [Гоголь. Начало](https://www.kinobusiness.com/movies/gogol-serial/) | Каропрокат | **455 020 100** | 2017 |
| 58 | [Кандагар](https://www.kinobusiness.com/movies/321845/) | Централ Партнершип | **449 745 305** | 2010 |
| 59 | [Битва за Севастополь](https://www.kinobusiness.com/movies/bitva-za-sevastopol/) | Двадцатый Век Фокс СНГ | **435 521 392** | 2015 |
| 60 | [Фиксики: Большой секрет](https://www.kinobusiness.com/movies/fiksiki-bolshoy-sekret/) | Каропрокат | **427 324 883** | 2017 |
| 61 | [Самый лучший фильм-2](https://www.kinobusiness.com/movies/416089/) | BVSPR | **420 703 829** | 2009 |
| 62 | [Бой с тенью-3: Последний раунд](https://www.kinobusiness.com/movies/541055/) | Централ Партнершип | **419 600 848** | 2011 |
| 63 | [8 новых свиданий](https://www.kinobusiness.com/movies/8-novykh-svidaniy/) | Централ Партнершип | **419 438 725** | 2015 |
| 64 | [Духless](https://www.kinobusiness.com/movies/395372/) | UPI | **414 296 787** | 2012 |
| 65 | [Жара](https://www.kinobusiness.com/movies/271732/) | Гемини | **412 387 500** | 2007 |
| 66 | [О чем говорят мужчины. Продолжение](https://www.kinobusiness.com/movies/o-chem-govoryat-muzhchiny-prodolzhenie/) | Наше кино | **407 956 178** | 2018 |
| 67 | [Непрощенный](https://www.kinobusiness.com/movies/neproshchennyy-2018/) | Каропрокат | **400 429 686** | 2018 |

*Источник:*<https://www.kinobusiness.com/best/cis/russian-films/>

## Динамика кассовых сборов

По статистике основные кассовые сборы приходятся на первый месяц проката фильма. Обычно с каждой последующей неделей проката кассовые сборы сокращаются на 45 – 70%.

*Источник:* [*http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630*](http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630)

Обычно фильм идёт в прокате от 2 до 10 недель. После первых двух недель проката фильм переводится на малые экраны и сокращается число сеансов.

На продолжительность жизни фильмов в российском прокате отрицательно влияет малое количество многозальных кинотеатров. По данным «Невафильм Research» на 1 мая 2017 года, в России мультиплексы (восемь и более залов) составляют всего 9,7% от общего числа кинотеатров.

Отсутствие большого количества залов вынуждает кинотеатры снимать старые релизы в пользу новых, даже если на фильм стабильно приходит аудитория, ведь на новинке кинотеатр в любом случае заработает больше.

Однако, если зрительский интерес к фильму сохраняется, продолжительность проката может и существенным образом возрастать (см. таблицу ).

Таблица .

**Топ-10 по продолжительности проката в 2018 г.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Фильм | Продолжительность проката (недели) |
| 1 | Смешарики. Дежавю | 33 |
| 2 | Каникулы президента | 32 |
| 3 | Движение вверх | 29 |
| 4 | Лето | 27 |
| 5 | Карп отмороженный | 26 |
| 6 | Два хвоста | 25 |
| 7 | Знаешь, мама, где я был? | 24 |
| 8 | Собибор | 23 |
| 9 | Женщины против мужчин: Крымские каникулы | 21 |
| 10 | Решение о ликвидации | 21 |

*Источник:* [*http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630*](http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630)

## Распределение российских фильмов по жанрам, предпочтения зрителей

По данным социологических опросов при выборе фильмов для просмотра российские зрители в первую очередь обращают внимание на жанр фильма, его содержание и актёрский состав.

Среди жанров кино традиционно предпочтение отдаётся драме, комедии и триллеру.

Почти половина фильмов, вышедших в период с 27 декабря 2017 по 28 декабря 2018 году – **драмы**. В этом жанре вышло **52 картины из 107**. Около трети релизов

*Источник:* [*http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630*](http://www.proficinema.ru/questions-problems/articles/detail.php?ID=262630)

## Конкурентные преимущества продукции проекта и стратегия его продвижения на рынке

С учётом описанных тенденций развития отечественной киноиндустрии, в рамках реализации настоящего проекта планируется создать фильм максимально ориентированный на успех у широкой зрительской аудитории.

Как уже было отмечено, **в первую очередь зрители обращают внимание на жанр фильма, его содержание и актёрский состав**.

**По жанру** картина будет представлять собой полнометражный фильм в стиле экшн с элементами драмы и комедии, с захватывающим сюжетом, колоритными и фактурными персонажами, красивыми диалогами. Т.е. для картины выбран жанр наиболее популярный у самой широкой зрительской аудитории с возрастом от 12 лет. При создании фильма будут наиболее гармоничным образом сочетаться художественные приёмы, обеспечивающие эмоциональность восприятия и неослабевающий интерес зрителей к происходящему на экране:

* + - эффектные натурные и интерьерные съёмки;
    - предельно эмоциональные музыкальные решения (оригинальный саундтрек, поддерживающие восприятие происходящих событий звуковые решения всех синхронов, диалогов, фоновых шумов), заставляющие зрителей острее чувствовать сюжет фильма;
    - цветовые решения, тонко и выразительно соответствующие настроению, присутствующему в фильме. Именно смена тональностей создаёт магический Мир, притягивающий внимание зрителя к экрану. Изменение и развитие цветового строя от кадра к кадру, от эпизода к эпизоду четко, через подсознание будет влиять на эмоциональность восприятия всего содержания картины в целом;
    - ювелирная режиссёрская и операторская работа: тщательно продуманные планы, ракурс, свет, движение камеры, захватывающие спецэффекты.

**Сюжет фильма** также ориентирован на массового зрителя. В оригинальном сценарии рассказывается о борьбе агентов ФСБ с преступным синдикатом. На фоне этой борьбы раскрываются характеры героев. Сюжет несёт добрый, позитивный посыл, показывая победу добра над злом, раскрывая на этом фоне внутренний мир героев, отличающихся чистотой души и благородством поступков. В фильме будет показана настоящая мужская дружба, искренние отношения и семейные ценности – то, по чему так соскучился российский зритель.

**К съёмкам фильма планируется привлечь любимых зрителями звёзд российского кино,** таких как А. Михайлов ( "Любовь и голуби"), Л. Аксёнова ("Салют- 7", " Мажор"), С. Бурунов ("Духлесс-2", " Полицейский с Рублевки"). Уже получены предварительные согласия на их участие в кинопроекте, а в бюджете фильма предусмотрен необходимый для этого уровень гонораров.

Отечественные фильмы всё активнее завоёвывают популярность в международном прокате. Для расширения зрительской аудитории планируется перевод фильма на 5 языков и его активный вывод на **зарубежный рынок с организацией проката в Китае,в Индии, странах Европы и Азии.**

Поскольку для кассового успеха картины не достаточно снять талантливый качественный фильм, но необходима и его мощная рекламная поддержка, интенсивное **продвижение фильма на рынке** планируется начать ещё на подготовительном этапе и продолжать до начала его проката.

Для продвижения фильма кроме самого фильма съемочной группой будет подготовлен комплект рекламных материалов, в который входят:

* + - расширенная аннотация;
    - список основного состава творческой группы;
    - киноплакаты;
    - фотографии подготовительного периода, актёрского кастинга, этапов фильмопроизводства, наиболее выразительных кадров фильма во время съемок на натуре и в павильоне;
    - видеоматериалы о ходе съёмок.

Часть фотографий и новости о съёмках фильма будут передаваться в печатные и сетевые СМИ. Кроме этого, для продвижения киностудия подготовит рекламные ролики, которые монтируются из дублей, не вошедших в фильм, или отснятых специально.

В рамках рекламной кампании планируется:

* + - проведение пресс-конференций,
    - пресс-туры на съёмочную площадку, интервью с актёрами и представителями съемочной группы,
    - трансляция рекламных роликов по телевидению и показ в кинотеатрах,
    - публикация в прессе фотографий и интервью;
    - организация громкой премьеры фильма с приглашением звёзд и знаменитостей, обеспечивающих резонанс в СМИ;
    - организация участия картины в престижных международных кинофестивалях, номинациях на кинопремии.

Важным блоком работы по продвижению картины на подготовительном этапе будет донесение до СМИ новостей о запуске нового проекта.

Такое опережающее информирование принесёт немало преимуществ и будет способствовать активизации последующего промоушна кинопроекта по следующим причинам.

* + - упрощение работы со СМИ. Они сами будут проявлять активность;
    - возбуждение интереса к кинопроекту со стороны различных представителей киноиндустрии с предложениями о сотрудничестве;
    - компании, выпускающие компьютерные игры, будут заинтересованы в приобретении прав на использование визуальных и звуковых элементов фильма.
    - компании, рекламирующие свой товар, могут обратиться к создателям кинопроекта с инициативными предложениями.

Активная рекламная кампания обеспечит и получение дополнительных доходов: продажа прав на использование материалов фильма в компьютерных играх, рекламе товаров и пр.

# УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ

Для реализации проекта будет создана новая компания.

Компания будет создана для подготовки и реализации крупных кинопроектов, первым из которых является съёмка полнометражного фильма «Николь». Инициаторы проекта собрали команду профессионалов высокого класса и имеют договорённости на привлечение к съёмкам фильма двух кинокомпаний, успешно работающих на рынке киноиндустрии более 14 лет: "РодАрс Фильм" и "ARSPRO".

Для финансирования проекта компания привлечёт средства Инвестора в форме вклада в уставный капитал. При этом Инвестору предоставляется:

* + - доля в уставном капитале компании (90% на этапе до возврата вложенных средств, и 50% на этапе после компенсации Инвестором всех понесённых затрат), дающая право на получение дивидендов от всех видов коммерческого использования фильма;
    - реклама Инвестора внутри рекламной кампании фильма на стадиях производства и проката;
    - упоминание Инвестора в начальных и финальных титрах фильма;
    - возможность сняться в эпизодических ролях членам семьи Инвестора и его друзьям;
    - возможность продолжить сотрудничество для реализации последующих кинопроектов компании.

# РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТА

## Программа реализации проекта

Основные мероприятия, осуществляемые в рамках реализации настоящего проекта, представлены в таблице .

В этой же таблице отмечены ключевые события – вехи, позволяющие Инвестору контролировать график реализации проекта и принимать решения о продолжении его финансирования.

В целом, процесс кинопроизводства включает в себя 3 основных этапа:

1. Подготовительный/Pre-production/Препродакшн.
2. Съёмочный/Production/Продакшн.
3. Монтаж/Post-production/Постпродакшн.

**На этапе подготовительного периода** после начала финансирования проекта разрабатывается подробный план создания фильма, формируется съёмочная группа и производственные отделы. Художники-иллюстраторы и художники-постановщики создают эскизы для визуального планирования сцен перед съёмкой.

При проектировании сцен учитываются: планируемый бюджет проекта, состав актёров, используемая кинотехника, планируемые спецэффекты, компьютерная графика и пр.

Во время подготовительного периода режиссёр, изучив весь материал по теме фильма, разрабатывает концепцию фильма. Творческая группа, в которую кроме режиссёра входят продюсер, художник и оператор-постановщик, создаёт режиссёрский сценарий и экспликацию (толкование режиссёром будущей картины, его видение фильма).

Режиссёрский сценарий отвечает на главные вопросы: что и как снимать и является, по сути, техническим описанием будущего фильма. На основе литературного сценария производится последовательная запись всех эпизодов фильма с разбивкой их на отдельные съёмочные кадры со зрительными и звуковыми особенностями их выполнения.

К режиссёрскому сценарию прилагается раскадровка — рисунки всех кадров, выполненные художником фильма или режиссёром от руки.

Оператор-постановщик изучает условия съёмки постановочных объектов в павильонном интерьере и на натуре и создаёт операторскую экспликацию, в которой указывает особенности светотонального и колористического решения кадров объектов. Подбираются актёры, проводятся первые репетиции, разрабатываются эскизы декораций и костюмов. В подборе актёров на главные и второстепенные роли, а также на участие в массовках режиссёру и продюсеру помогает актёрский отдел, который есть на каждой киностудии. Здесь имеется обширная картотека, в которой можно найти информацию об артистах кино и театра: это данные о внешности, сыгранных ролях, фотографии. Особое внимание уделяется изобразительному решению фильма.

Художник-постановщик разрабатывает эскизы декораций для павильонных и натурных съёмок, костюмов, грима, комбинированных съёмок, продумывает и подбирает реквизит. Всё это передаёт характерные черты эпохи, среды и быта. Кроме того, эскизы должны дать представление о стилистике фильма, цветовом и пластическом строе. В этот же период режиссёр вместе с художником и оператором выбирают места для натурных съёмок. В итоге создаётся постановочный проект, в который входят: режиссёрский сценарий и экспликация, разработка отдельных эпизодов и сцен, фото- и кинопробы, эскизы, съёмочные карты и операторские экспликации, подробные раскадровки, монтажно-технические разработки, фотоматериалы, экспликации звукового оформления фильма, календарно-постановочный план и генеральная смета.

Немаловажный этап подготовительного периода — создание и монтаж декораций. Созданием декораций занимается цех декоративно-технических сооружений киностудии. Декорации могут возводиться в павильоне или на натуре с использованием стандартизированных фундусных элементов, позволяющих значительно снизить затраты на строительство. Работы по возведению декорационных объектов проводятся под наблюдением и при консультации художника-постановщика.

Целесообразно ещё на этапе подготовительного периода начать финансирование и **проведение рекламной кампании проекта.** Решение о начале финансирования рекламной кампании Инвестор может принять после утверждения плана и сметы создания фильма и утверждения актёров на главные роли.

В этот же период должен быть заключен договор с киностудией «РодАрс Фильм» (генеральный директор Кравченко Александра Валерьевна), участвующей в съёмках фильма и кастинге актёров.

«РодАрс Фильм» - это команда профессионалов, способных решать задачи по осуществлению съёмочного процесса любой сложности. На рынке киноиндустрии с 2002 года.

Компания имеет большой опыт сотрудничества и разносторонние связи с зарубежными кинокомпаниями и студиями, а также с крупными российскими и иностранными структурами, осуществляющими кинотеатральный прокат, среди которых такие как: «Парадиз», «А-Медиа», «RussianWorldStudios», «Твинди», «Даго», «JustProduction», «Bazelevs», «DTV-MA», «Ярче», «A.C. Production», «IWS Production», «ParkProduction», «MetraFilm», «AdrenalinBrothers», «EvolutionFilm» и многие другие.

**На этапе съёмочного периода** полностью укомплектовывается персоналом операторская группа, художники и ассистенты – см. таблицу .

После окончания подготовки к съёмке каждого кадра и по мере готовности всех участников, начинается процесс съёмки.

Актеры репетируют сцены под руководством режиссера. Затем сцены вновь репетируют и согласуют со съемочной группой. Затем снимается сцена с необходимым количеством дублей.

Руководитель по сценарию, операторы изображения и звука в своих отчетных листах отмечают каждый дубль как удачный или неудачный и отмечается вся необходимая информация о дубле.

Когда сцена снята, съемочная группа демонтирует декорации. Режиссер утверждает график съемок на следующий день и составляются отчеты руководителей по сценарию, звуку и изображению. Актеры и съемочная группа информируется о том, где и когда будет проходить следующий съемочный день.

В процессе киносъёмки прикреплённый к съёмочной группе художник-фотограф из фотоцеха снимает кадры фоторекламы, причём съёмка ведётся им в условиях общего съёмочного освещения. Впоследствии из этих фотокадров создаётся комплект рекламных фотографий, передаваемый в прокатные организации и служащий для изготовления рекламы фильма.

Съёмочный период - наиболее дорогостоящий этап кинопроизводства. Благодаря эффективной организации съёмок и тщательной проработке их плана, сводящей к минимуму простои киногруппы, продолжительность съёмочного периода планируется ограничить тремя месяцами, включающими 40 съёмочных дней.

**На завершающем этапе создания фильма выполняется его монтаж и тонировка** (создание фонограммы фильма).

Перед началом монтажного периода будет заключён договор с компанией "ARSPRO" (генеральный директор Артемьев Антон Александрович).

Компания "ARSPRO" уже 17 лет присутствует на рынке, и первая внедрила в цикл постпродакшн фильмов самую передовую технологию цветопередачи — новый стандарт hi-end картинки HDR.

Компания инвестировала в самое передовое оборудование, что позволяет производить продукт сразу для всех форматов, что существенно выгоднее, чем раньше.

"ARSPRO"предлагает комплексный подход к поспродакшену, беря на себя услуги по монтажу, цветокоррекции, адаптированной для четырех форматов, и озвучание. Клиенты компании — крупнейшие представители теле- и киноиндустрии, которые производят здесь свой контент, такие как Россия 1, Россия 24, Россия К, Матч, Домашний, ТНТ, Рен ТВ, Муз ТВ, Пятница и др.

С началом этапа монтажа в съёмочной группе остаются лишь основные творческие работники и прикрепленные специалисты звукорежиссерской группы и группы монтажа - см. таблицу .

Следует отметить, что предварительный монтаж фильма может вестись параллельно со съемками, что сокращает время монтажного периода.

В процессе съемки отснятый материал поступает к монтажёру фильма, который просматривает его, размечает и систематизирует. Режиссёр-постановщик вместе с монтажной группой осуществляет отбор наиболее удачных дублей и дает указания по монтажу. После окончания съёмок эпизода или сцены проводится черновой монтаж.

К началу монтажно-тонировочных работ режиссёр-постановщик, используя черновой монтаж, выполненный во время съёмок, уточняет монтажный ритм фильма, последовательность сцен и тип монтажных переходов между ними, проверяет метраж фильма и дает указания о проведении окончательного монтажа.

В монтажный период режиссёр-постановщик вместе с прикрепленной бригадой монтажного цеха заканчивает монтаж фильма, начатый ещё во время съёмок. На этой стадии в их распоряжении имеется всё отснятое изображение, фонограммы синхронных записей, речевого и шумового озвучения, записанная музыка и надписи. Монтажный цех предоставляет в распоряжение группы звукомонтажные столы и синхронизаторы. В результате проведения монтажных работ кинофильм должен быть подготовлен к озвучанию и перезаписи. Изображение фильма и соответствующие ему фонограммы речи, музыки и шумов должны быть смонтированы в виде роликов длиной от 250 до 300 метров. Каждая часть смонтированного и подготовленного к перезаписи фильма имеет несколько плёнок: кинопленка со смонтированным рабочим позитивом изображения и раздельные фонограммы речи, музыки и шумов. После окончания монтажа размечают шторки, наплывы и затемнения, которые заказывают в цехе комбинированных съёмок.

Важнейшим этапом создания современного звукового фильма и одним из наиболее трудоёмких, после съёмочного периода, является озвучение кинокартины.

Получение качественной синхронной фонограммы не всегда возможно из-за неудовлетворительных акустических условий при натурных съёмках и недостатков дикции актёров. Поэтому, часть сцен озвучивается в студии. Кроме последующего озвучивания применяется предварительное, когда съёмка происходит под фонограмму (чаще всего, музыкальную), заранее записанную в студии.

Музыкальное сопровождение фильма считается одним из самых сильных выразительных средств кинематографа, создающих эмоциональный строй картины. Поэтому музыка специально заказывается кинокомпозитору, создающему оригинальное произведение.

Запись музыки проводится, как правило, после чернового монтажа, когда уже определена длина сцен, от которой зависит время звучания музыки и расстановка её акцентов. Иногда для съёмки «под фонограмму» музыка записывается заранее. На всех этапах производства композитор связан с работой съёмочной группы. До написания музыки композитор просматривает отснятый материал и получает точный метраж сцен, которые будут идти под музыку, точную длину вступительной увертюры и указание музыкальных акцентов. Музыкальным записям предшествует большая и тщательная подготовка, включающая написание партитуры, подбор исполнителей и солистов, состава оркестров и хоров. Музыка может записываться в тон-студии синхронно с изображением на экране, или по секундомеру, когда дирижёр добивается от оркестра, чтобы музыкальная фраза звучала точно заданное время.

В профессиональном кинематографе речевая, музыкальная и шумовая фонограммы записываются на разные плёнки, синхронизированные друг с другом. Такая технология позволяет заменять отдельные компоненты, не затрагивая другие части звукового оформления, а также регулировать соотношение их громкости. Кроме того, это даёт возможность дублировать фильмы на иностранные языки без необходимости записи новой музыки и шумов. Зачастую, каждый из трёх основных компонентов итоговой фонограммы записан на нескольких плёнках, общее число которых может достигать десяти и более.

Последний этап в производстве фонограммы кинофильма — перезапись, то есть сведение различных элементов звукового оформления с нескольких плёнок на одну микшерным пультом. Все фонограммы синхронизируются со смонтированным рабочим позитивом, проверяется характер и качество звука, расставляются звуковые и музыкальные акценты, после чего смикшированный звук записывается на плёнку. При этом устанавливаются соотношения громкости речи, музыки и шумов, отвечающие художественному замыслу и обеспечивающие разборчивость речи и качество звучания. Когда обе плёнки (смонтированный позитив изображения и общая фонограмма) готовы, фильм сдаётся на двух плёнках приёмной комиссии. Если комиссия одобряет полученный фильм, в цехе обработки плёнки выполняется чистовой монтаж негатива с учётом поправок, внесенных комиссией.

Полученная после перезаписи цифровая фонограмма является основным исходным материалом и хранится наравне с негативом изображения. С цифровой фонограммы изготавливаются негативы цифровых оптических дорожек стандартов DolbyDigital, SDDS, а также аналоговая оптическая фонограмма Dolby SR. Цифровая фонограмма DTS на отдельном компакт-диске также изготавливается с перезаписанной мастер-копии звукового сопровождения.

До начала проката проводится **этап интенсивного продвижения (промоушн) фильма на рынке** (см. раздел ).

**После того как прокат фильма в сети кинотеатров налажен**, начнётся широкое производство видеокассет и оптических дисков. Продажи DVD планируются почти параллельно с началом проката на большом экране. Самая широкая аудитория получит возможность познакомиться с картиной, когда она выйдет на телеэкран.

## Производственная программа проекта (прокат фильма)

Фильм рассчитан на широкий международный и российский кино-, теле- и видео рынок. Прокат фильма будет осуществлён в России, Китае, странах Европы и Азии.

Прокат фильма предполагает многоразовую продажу.

Каналами реализации будут: кинотеатральный прокат, реализация прав посредством выпуска картины на DVD носителях и продажа на телеканалы.

Отчисления продюсеру от кассовых сборов поступают в течение полутора месяцев после завершения проката.

Далее в течение полугода после начала проката фильма в России планируется начало его проката за рубежом.

Через год после начала проката в России осуществляются продажи фильма на ТВ, кабельным каналам, платным платформам VOD и другое.

Следует отметить, что выручка проекта не ограничится расчётным периодом (2-3 года). В течение всего срока авторского права на фильм компания будет получать доход от показа фильма на различных телевизионных и кабельных каналах, а также от реализации любых других вариантов использования прав.

При планировании динамики кассовых сборов учитывается, что по статистике основные кассовые сборы приходятся на первый месяц проката фильма. Обычно с каждой последующей неделей проката кассовые сборы сокращаются на 45 – 70%.

Таблица .

**План продаж (динамика поступлений продюсеру от планируемого кассового сбора за расчётный период)**



## Доходы проекта

Захватывающий и динамичный сюжет, колоритные и фактурные персонажи, участие звёзд российского кино, востребованный зрителями жанра фильма, красивые диалоги и музыка, высокопрофессиональная режиссёрская и операторская работа в сочетании с мощной рекламной кампанией позволяют рассчитывать на кассовые сборы в рамках международного проката на уровне не менее 1,15 млрд. руб. – см. таблицу .

Таблица .

**Планирование доходов проекта**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Доходы проекта** | **Кассовый сбор** | | **Доход продюсера** | | |
| **млн. руб.** | **%** | **%** | **млн. руб.** | **НДС, %** |
| **Кассовые сборы** |  |  |  | **460** |  |
| Россия и СНГ | **600** | 52% | **40%** | 240 | **0%** |
| Китай | **500** | 43% | **40%** | 200 | **0%** |
| Другие страны | **50** | 5% | **40%** | 20 | **0%** |
| **Продажа прав на ТВ** |  |  |  | **20** | **0%** |
| **Продажа прав на DVD** |  |  |  | **6** | **0%** |
| **Всего:** | **1 150** | **100%** |  | **486** |  |

При отчислениях продюсеру фильма на принятом среднем уровне в 40% от кассовых сборов, доход проекта от кинопроката оценивается в **460 млн. руб**.

С учётом продажи прав на показ фильма по телевидению и на DVD суммарный доход проекта за расчётный период оценивается в **486 млн. руб**.

Поскольку инициаторы проекта планируют получить удостоверение национального фильма, реализация прав на использование такой кинопродукции (включая прокат и показ) освобождается от обложения налогом на добавленную стоимость.

При планируемой динамике кассовых сборов, основная выручка придётся на 25 и 30 месяцы проекта

## Затраты проекта

Как отмечалось в разделе , в случае, когда единственным видом деятельности компании является производство кинопродукции, все затраты на создание фильма капитализируются в виде амортизируемого НМА.

Смета затрат на создание полнометражного фильма «Николь» представлена в таблице . Оценка бюджета проекта выполнена его инициатором на базе актуальных рыночных расценок в сфере кинопроизводства.

Таблица .

**Смета затрат на создание полнометражного фильма «Николь»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Статья затрат | Сумма  (руб.) | Примеч. |
| 1. | **Авторские и смежные права** |  |  |
| 1.1. | Приобретение авторских прав на сценарий | 10000000 |  |
| 1.2. | Приобретение прав на музыку | 1000000 |  |
| 2. | **Затраты на оплату труда и начислений на заработную плату, в том числе:** |  |  |
| 2.1. | **Режиссерская группа**  -Режиссер-постановщик  -со-режиссер  -второй режиссер (планирование съемок)  -второй режиссер (работа на съемочной площадке)  -ассистент режиссера по актерам  -кастинг-директор  -помощник режиссера (хлопушка) | 4000000  3000000  600000  450000  600000  600000  180000 |  |
| 2.2. | **Актеры**  гонорары основному актерскому составу, актерам массовых и групповых сцен | 11000000 |  |
| 2.3. | **Операторская группа**  -оператор-постановщик  -второй оператор  -ассистент оператора по фокусу (фокус-пулер – 2чел.)  -оператор стэдикам  -бригадир осветителей  -осветители  -бригадир долли (телега)  -дольщики  -оператор квадрокоптера | 1500000  900000  420000  250000  400000  500000  250000  200000  150000 |  |
| 2.4. | **Художники и ассистенты**  -художник-постановщик  -ассистент художника по реквизиту  -художник по костюмам  -ассистент художника по костюмам  -художник по гриму  -ассистент художника по гриму | 2100000  400000  900000  450000  350000  200000 |  |
| 2.5. | **Звукорежиссерская группа**  -звукорежиссер  -ассистент звукорежиссера | 480000  200000 |  |
| 2.6. | **Группа монтажа**  **-**режиссер монтажа  -монтажер на площадке | 600000  300000 |  |
| 2.7. | **Административная группа**  **-**директор картины  -заместитель директора картины  -локейшен-менеджер  -администраторы на площадке  -фотограф на площадке  -буфет на площадке  -бухгалтер  -pr-менеджер | 1350000  480000  400000  280000  200000  120000  600000  490000 |  |
| 2.8. | **Продюсерская группа**  -Генеральный продюсер  -продюсер  -исполнительный продюсер  -креативный продюсер  -линейный продюсер | 3600000  3000000  1500000  780000  240000 |  |
| 2.9. | **Производственные рабочие**  **-**постановщики на площадке  -водитель (автомобиль на площадке) | 400000  120000 |  |
| 2.10. | **оплата начислений на заработную плату и гонорары** | 7220200 | 55540000 |
|  |  |  |  |
| 2. | **Оплата командировочных расходов** | 2250000 |  |
|  |  |  |  |
| 3. | **Затраты на оплату услуг по:** |  |  |
| 3.1. | Жесткие диски, флэш память, HD кассеты, Bluray | 160000 |  |
| 3.2. | регистрации прав в Российском авторском обществе | ------ |  |
| 3.3. | декорационно-техническому оформлению, изготовлению реквизита, мебели, декораций | 1450000 |  |
| 3.4 | пошиву костюмов | 1300000 |  |
| 3.5 | созданию имиджа (услуг гримеров, парикмахеров, стилистов, постижеров) | ------ |  |
| 3.6 | разрешению на использование материалов из кинофондов и киноархивов | ------ |  |
| 3.7 | индивидуальным предпринимателям | ------ |  |
| 3.8 | актерским агентствам | ------ |  |
| 3.9 | постановке трюков | 2000000 |  |
| 3.10 | медицинских страховок при съемках за рубежом, страхованию, оказанию первой медицинской помощи на съемочной площадке | ------ |  |
| 3.11 | охране общественного порядка на съемочной площадке | 1400000 |  |
| 3.12 | получению разрешения на съемки | 600000 |  |
| 3.13 | использованию сил и средств военно-воздушных сил, сухопутных и других родов войск | 3000000 |  |
| 3.14 | проезду по платным дорогам, стоянкам автотранспорта | 100000 |  |
| 3.15 | предоставлению прогнозов погоды | ------ |  |
| 3.16 | предоставлению коммунальных услуг | ------ |  |
| 3.17 | обеспечению питания на съемочной площадке | 800000 |  |
| 3.18 | оплату услуг связи: почта, телефон, интернет, мобильная и пейджинговая связь и других | 150000 |  |
| 3.19 | изготовлению кукол (конструкции, скульптуры, обтяжка, роспись), использованию техприспособле­ний, лайн-тестированию, сканированию, сборке, раскраске (заливка), мультипликату фазовке, конту­ровке, прорисовке, созданию фонов, компоузингу, обработке изо, анимации, дополнительной анимации, моделированию 3-D персонажей, созданию и привяз­ке текстур персонажей, созданию скелета и кинемати­ческих формул движения, аниматику, в том числе аниматику с 3-D элементами, изготовлению 3D фонов (в единицах), анимации камеры для 3D сцен, анима­ции 3D моделей, черновой фазовке, обработке фаз; | ------ |  |
|  |  |  |  |
| 4. | **Затраты на приобретение:** |  |  |
| 4.1. | прав на использование лицензии Долби | 60000 |  |
| 4.2. | прав на использование материалов из кинофондов и киноархивов | ------ |  |
| 4.3. | расходных материалов, в том числе негативной, позитивной и контратипной пленки, и предметов снабжения | ------ |  |
| 4.4. | реквизита, постановочного реквизита, исходящего реквизита, мебели, кукол | 1609000 |  |
| 4.5. | костюмов | 1500000 |  |
| 4.6. | грима | 500000 |  |
| 4.7. | специальных средств связи | 100000 |  |
| 4.8. | предметов санитарных норм на съемочных площадках | 70000 |  |
| 4.9. | пиротехнических материалов | 4500000 |  |
| 4.10 | ГСМ (горюче-смазочных материалов) | 350000 |  |
|  |  |  |  |
| 5. | **Затраты на оплату аренды:** |  |  |
| 5.1. | автотранспорта (игрового транспорта, спецтехники, транспорта для обеспечения съемочного процесса) | 2800000 |  |
| 5.2. | натурных объектов и интерьеров | 3000000 |  |
| 5.3. | павильонов, помещений для съемок | 2500000 |  |
| 5.4. | бытовых помещений для съемочной группы | 840000 |  |
| 5.5. | мебели | 400000 |  |
| 5.6. | постановочного реквизита | 700000 |  |
| 5.7. | костюмов | 400000 |  |
| 5.8. | животных | 100000 |  |
| 5.9. | предметов санитарных норм на съемочных площадках | ------ |  |
| 5.10 | специальных средств связи | ------ |  |
| 5.11 | программного обеспечения | ------ |  |
| 5.12 | операторской техники | 3000000 |  |
| 5.13 | звукозаписывающей техники | 1100000 |  |
| 5.14 | осветительной техники | 2500000 |  |
| 5.15 | специальных технических приспособлений | ------ |  |
| 5.16 | техники и средств военно-воздушных сил, сухопутных и других родов войск | ------ |  |
|  |  |  |  |
| 6. | **Затраты на оплату таможенных услуг:** |  |  |
| 6.1. | оформление таможенных деклараций | ------ |  |
| 6.2. | платежей и сборов регионов пребывания | ------ |  |
| 6.3. | перевеса съемочной аппаратуры | ------ |  |
| 6.4. | разрешений на съемки в регионах пребывания | ------ |  |
|  |  |  |  |
| 7. | **Post Production** |  |  |
| 7.1 | Обработка пленки | ------ |  |
| 7.2 | Перевод видеоизображения на кинопленку | ------ |  |
| 7.3 | копирование фильма из носителя в носитель | 200000 |  |
| 7.4 | вывод цифровой информации на Digital Betacam | 50000 |  |
| 7.5 | Изготовление мастер-копии DCP | 50000 |  |
| 7.6 | Монтаж фильма (включая аренду студии под черновой и чистовой монтаж, а также оплату монтажера) | 2000000 |  |
| 7.7 | Компьютерная графика и Спецэффекты | 8000000 |  |
| 7.8 | Титры, внутрикадровые надписи | 1500000 |  |
| 7.9 | Речевое и шумовое озвучание | 1400000 |  |
| 7.10 | Перезапись | 1900000 |  |
| 7.11 | Обработка звука и музыкальное оформление | 900000 |  |
|  |  |  |  |
| 8. | **Затраты на оплату налогов и сборов** | 2000800 |  |
|  |  |  |  |
| 9. | **Затраты на оплату общестудийных расходов (не более 10 % от прямых затрат)** | 10000000 |  |
| 10. | **Сметная стоимость производства фильма и покупки авторских прав** | 130000000 |  |
| 11. | **Бюджет P&A (рекламная кампания фильма)** | 70000000 |  |
| 12. | **Общий бюджет** | 200000000 |  |

Таблица .

**Структура стоимости нематериального актива**

|  |  |
| --- | --- |
| **Статья затрат** | **млн. руб.** |
| Авторские и смежные права | **11,00** |
| Оплата труда | **55,54** |
| Начисления на заработную плату и гонорары | **9,22** |
| Командировочные расходы | **2,25** |
| Оплата услуг | **8,96** |
| Приобретение прав, реквизита и материалов | **3,69** |
| Аренда транспорта, павильонов, реквизита, техники и пр. | **13,34** |
| PostProduction | **16,00** |
| Общестудийные расходы | **10,00** |
| **Сметная стоимость производства фильма и покупки авторских прав** | **130,00** |
| Бюджет P&A (рекламная кампания фильма) | **70,00** |
| **Общий бюджет (стоимость НМА)** | **200,00** |

## Налоговое окружение

Ниже представлено принятое в расчетах налоговое окружение проекта:

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Ставка** |
| Налог на прибыль | **20%** |
| Поступления во внебюджетные фонды в т.ч. | **30,2%** |
| Пенсионный фонд | 22% |
| Соц. Страх | 2,9% |
| Отчисления на мед.страхование | 5,1% |
| Страховой взнос по травматизму | 0,2% |

Начисления на зарплату рассчитываются в соответствии с действующей регрессивной шкалой.

Реализация прав на использование кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма (включая прокат и показ), освобождается от обложения налогом на добавленную стоимость – см. раздел .

# ФИНАНСЫ

Расчеты финансовой состоятельности проекта и эффективности инвестиций произведены с учетом требований международной методики UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), которыми руководствуются большинство иностранных и российских инвесторов, при следующих допущениях и приближениях:

* расчетный период – 2-3года;
* шаг расчета – 1 мес.;
* ставка дисконтирования – 20%;
* расчеты проведены в российской валюте (руб.) без учета инфляции.

Основная задача, решаемая при определении финансовой состоятельности проекта – оценка его ликвидности, т. е. **способности проекта своевременно и в полном объеме отвечать по имеющимся финансовым обязательствам.**

Для обеспечения ликвидности проекта при разработке схемы его финансирования необходимый объем привлекаемых средств рассчитывается таким образом, чтобы на любом из интервалов планирования проекта накопленная сумма денежных средств оставалась положительной, т.е. чтобы проект всегда оставался обеспеченным требуемыми финансовыми ресурсами.

Оценка финансовой состоятельности проекта основывается на двух основных международных базовых формах финансовой отчетности:

* отчет о прибылях и убытках;
* отчет о движении денежных средств.

**Отчет о прибыли** оценивает эффективность текущей деятельности предприятия, дает представление о соотношении доходов и связанных с их достижением затрат, позволяет оценить резервы увеличения собственного капитала проекта (нераспределенной прибыли).

**Отчет о движении денежных средств**, демонстрирующий формирование источников финансирования проекта и направления использования финансовых ресурсов, является важнейшей формой оценки инвестиционных проектов.

В отличие от отчета о прибыли, в отчете о движении денежных средств рассматривается не только хозяйственная (операционная) деятельность компании, но и две других: инвестиционная и финансовая, что позволяет определить реальные денежные потоки проекта.

Отчет о движении денежных средств включает денежные потоки, разделенные по трем основным видам деятельности - операционной, инвестиционной и финансовой.

Затраты на осуществление проекта (**Кэш фло от инвестиционной деятельности)** включают в себя потребность компании во внеоборотных активах и изменение потребности в чистом оборотном капитале.

**Кэш фло от операционной деятельности** демонстрирует возможности осуществления компанией инвестиционных затрат за счет доходов от ее хозяйственной деятельности и включает в себя:

* чистую прибыль;
* амортизационные отчисления.

Сумму потоков денежных средств от операционной и инвестиционной деятельности называют **потоком реальных денег**. Его отрицательное значение свидетельствует о недостатке доходов от операционной деятельности для реализации проекта и, соответственно, о необходимости привлечения дополнительного финансирования.

**Кэш фло от финансовой деятельности** включает в себя изменения уставного капитала, отвлеченные средства и изменение задолженности по кредитам. Как отмечалось, схема финансирования рассчитывается таким образом, чтобы накопленная сумма всех трех потоков денежных средств (сальдо накопленных реальных денег) оставалась положительной на протяжении всего проекта.

CashFlow от финансовой деятельности демонстрирует потребность во внешнем финансировании на реализацию инвестиционной программы и осуществление текущей деятельности создаваемой организации.

В проекте Отчет о движении денежных средств представлен также в наиболее информативном варианте, когда денежные потоки разделены на две составляющие:

* приток денежных средств;
* отток денежных средств.

## Отчет о прибылях и убытках

Отчёт о прибылях и убытках представлен в таблице , а динамика чистой прибыли по месяцам – на рисунке .

Таблица .

**Отчёт о прибылях и убытках**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отчёт о прибылях и убытках, тыс. руб.** | 2021 | 2022 | 2023 | **Всего:** |
| 1 год | 2 год | 3 год |
| **Выручка от реализации** | 0 | 0 | 486000 | **486000** |
| Прямые затраты | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Прочие операционные расходы | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Налог на имущество | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **EBITDA** | 0 | 0 | 486 000 | **486 000** |
| EBITDA маржа,% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | **100,0%** |
| Амортизация | 0 | -4 167 | -25 000 | **-29 167** |
| **EBIT** | 0 | -4 167 | 461000 | **456 833** |
| EBIT маржа,% | 0,0% | 0,0% | 95,9% | **95,2%** |
| Проценты | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **EBT** | 0 | -4 167 | 461 000 | **456 833** |
| Налог на прибыль | 0 | 0 | -97200 | **-97200** |
| **Чистая прибыль** | 0 | -4 167 | 363800 | **359633** |
| рентабельность продаж | 0,0% | 0,0% | 76,9% | **76,2%** |
| Выплата дивидендов | 0 | 0 | 363800 | **359633** |
| в т.ч. доля инвестора | 0 | 0 | 261900 | **259817** |
| в т.ч. доля продюсера | 0 | 0 | 101900 | **99816** |

Поскольку все расходы на создание фильма не относятся на текущие затраты, а капитализируются (см. раздел ), в период создания фильма убытки не формируются. С началом проката картины стоимость созданного НМА начинает учитываться в отчёте о прибыли в размере амортизационных отчислений.

Основной объём чистой прибыли, так же, как и выручки (см. рисунок) формируется на 25 и 30 месяцы проекта. За расчётный период объём накопленной чистой прибыли оценивается в **359,6 млн. руб**.

Чистая прибыль выплачивается в виде дивидендов акционерам компании. В условиях принятого порядка распределения прибыли (доля Инвестора составляет 90% на этапе до возврата вложенных средств, и 50% на этапе после компенсации Инвестором всех понесённых затрат), сумма выплачиваемых Инвестору дивидендов оценивается в **259,8 млн. руб**.

## Отчет о движении денежных средств, потребность в финансировании

Реализация проекта (см.таблицу ) обеспечивает объем CashFlow от операционной деятельности за расчетный период на уровне **456 млн. руб**.

После полной компенсации инвестиционных затрат проекта (CashFlow от инвестиционной деятельности составляет **200 млн. руб**.- стоимость сформированного НМА), поток реальных денег (CashFlow проекта) составляет **256 млн. руб**.

Максимальный дефицит денежных средств, требующий привлечения внешних источников финансирования приходится на последний предпрокатный месяц проекта и составляет **200 млн. руб.**(соответствует бюджету создания фильма) – см. рисунок .

Таблица .

**Отчёт о движении денежных средств**

1. **Косвенный способ (по видам деятельности)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отчёт о движении денежных средств\_1, тыс. руб.** | 2021 | 2022 | 2023 | **Всего:** |
| 1 год | 2 год | 3 год |
| Чистая прибыль | 0 | -4 167 | 461000 | **456833** |
| Амортизация | 0 | 4 167 | 25 000 | **29 167** |
| **Денежный поток от операционной деятельности** | 0 | 0 | 486000 | **486000** |
| Прирост внеоборотных активов | -140000 | -60000 | 0 | **-200 000** |
| **Денежный поток от инвестиционной деятельности** | -140000 | -60000 | 0 | **-200 000** |
| нарастающий итог | -140000 | -600000 | 0 | **-200 000** |
| **CASH FLOW (сумма денежных потоков от операционной и инвестиционной деятельности)** | -140000 | -60000 | 486000 | **286000** |
| нарастающий итог | -140000 | -200000 | 286000 | **286000** |
| Изменение уставного капитала | 200 000 | 0 | 0 | **200 000** |
| Привлечение заёмных средств | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Погашение задолженности | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Денежный поток от финансовой деятельности** | 200 000 | 0 | 0 | **200 000** |
| **Поток денежных средств (текущее сальдо реальных денег)** | 43 798 | -43 798 | 486000 | **486000** |
| нарастающий итог | 43 798 | 0 | 486000 | **486000** |

1. **Прямой способ (приток/отток)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отчёт о движении денежных средств\_2, тыс. руб.** | 2021 | 2022 | 2023 | **Всего:** |
| 1 год | 2 год | 3 год |
| Выручка от реализации (вкл.НДС) | 0 | 0 | 486000 | **486000** |
| Привлечение заёмных средств | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **ПРИТОК** | 200 000 | 0 | 486000 | **686 000** |
| Прирост внеоборотных активов | -140000 | -60000 | 0 | **-200 000** |
| Операционные затраты (вкл.НДС) | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Проценты | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Налоги | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Налог на прибыль | 0 | 0 | -97200 | **-97200** |
| Налог на имущество | 0 | 0 | 0 | **0** |
| НДС | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Погашение задолженности | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **ОТТОК** | -140000 | -60000 | -97200 | **-297200** |
| **Поток денежных средств (текущее сальдо реальных денег)** | 43 798 | -43 798 | 486000 | **486000** |
| нарастающий итог | 43 798 | 0 | 486000 | **486000** |

Доходы от кассовых сборов обеспечивают полное покрытие инвестиционных затрат на **30 месяц проекта**.

**Схема финансирования**

Для компенсации формируемого при реализации проекта дефицита денежных средств (**200 млн. руб.)** планируется привлечение средств инвестора в форме вклада в уставный капитал компаниина следующих условиях:

**Объём средств Инвестора:** **200 млн. руб.** с выплатой тремя траншами:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Финансирование проекта** | **Сумма** | | **месяц** | |
| **млн. руб.** |  |
| 1 транш | **60** |  |  | Сентябрь 2021 |
| 2 транш | **80** |  |  | Февраль 2022 |
| 3 транш | **60** |  |  | Июнь 2022 |
|  |  |  |  |  |
| **Всего:** | **200** |  |  |  |

Возврат инвестированных в реализацию проекта средств осуществляется через выплату Инвестору дивидендов.

Распределение прибыли производится на следующих условиях.

Доля Инвестора составляет:

* 90% на этапе до возврата вложенных в реализацию проекта средств;
* 50% на этапе после возврата средств.

Доля в уставном капитале компании даёт Инвестору право на получение дивидендов от всех видов коммерческого использования фильма на весь период действия авторских прав.

Расчёты демонстрируют, что сумма причитающихся Инвестору дивидендов превышает объём вложенных в реализацию проекта средств **на 30 месяц проекта** – см. рисунок ).

## Оценка эффективности инвестиций

Эффективность инвестиций определяется, прежде всего, соотношением результатов осуществления проекта (в виде поступлений от реализации продукции и услуг) и затрат, необходимых для их достижения.

Для оценки эффективности инвестиционных затрат используют чистый поток денежных средств (ЧПДС) или FreeCashFlow (FCF). В отличие от CashFlow, рассчитываемого в отчёте о движении денежных средств, FreeCashFlowочищен от процентов схемы финансирования. Поскольку для одного и того же проекта могут быть использованы весьма разные схемы финансирования, более однозначной характеристикой проекта являются финансовые потоки до учёта процентов в отчёте о прибылях и убытках.

Чтобы адекватно оценить проект с точки зрения эффективности использования инвестированных средств, нужно все потоки будущих поступлений и платежей привести в сопоставимый вид **с учетом влияния фактора времени.** Пересчет указанных величин на один – «сегодняшний» – момент времени, каковым является момент начала осуществления проекта, производится с помощью **коэффициентов приведения**, или **дисконтирования (DiscountFactor, фактор дисконтирования).** Значения этих коэффициентов для каждого интервала планирования проекта рассчитываются при заданной величине ставки дисконтирования.

Ставка дисконтирования включает в себя безрисковую ставку доходности и «премию за риски», в числе которых учитывают страновой риск, риск ненадёжности участников проекта, риск не достижения планируемого уровня доходов и **оценивается на уровне 20%**.

Сумма значений чистых потоков денежных средств (ЧПДС или FCF) проекта, умноженных на соответствующие коэффициенты, представляет собой показатель **чистой текущей (приведенной) стоимости (NetPresentValue).NPV** - это чистая настоящая ценность проекта.

Положительное значение NPV считается подтверждением целесообразности инвестирования денежных средств в проект, а отрицательное, напротив свидетельствует о неэффективности их использования.

Наиболее информативными критериями, характеризующими эффективность осуществляемых инвестиций, помимоFCFиNPV проекта, являются: **срок окупаемости** и **внутренняя норма доходности.**

**Сроком окупаемости** проекта называется период, в который поступления от реализации проекта становятся равны общим затратам на его осуществление (чистый доход проекта перестает быть отрицательным).

**Дисконтированный срок окупаемости** рассчитывается с использованием дисконтированных денежных потоков.

**Внутренняя норма (ставка) доходности** представляет собой ставку дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход на конец прогнозного периода (NPV) равняется нулю. Дисконтированный период окупаемости проекта становится при этом равным прогнозному периоду проекта.

Расчеты демонстрируют (см. таблицу и рисунок ), что реализация проекта обеспечивает высокую эффективность инвестированных в него средств:

ЧПДС (FCF): **286 млн. руб.**

Простой срок окупаемости: **2,5года**

IRR за расчетный период: **48%**

NPV (ставка 20%): **86 млн. руб.**

Дисконтированный срок окупаемости: **2,5 года**

**Оценка эффективности проекта для Инвестора** оценивается по соотношению вкладываемых Инвестором в проект денежных средств и получаемым от проекта доходам.

Расходами Инвестора в данном проекте являются вклады в уставный капитал компании.

Доходами Инвестора являются полученные дивиденды.

Расчеты демонстрируют (см. таблицу и рисунок), что реализация проекта обеспечивает Инвестору:

ЧПДС (FCF): **26 млн. руб.**

Простой срок окупаемости: **2,5года**

IRR за расчетный период: **12%**

Таблица .

**Анализ эффективности проекта**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Анализ эффективности, тыс. руб.** |  | 2021 | 2022 | 2023 | **Всего:** |
|  | 1 год | 2 год | 3 год |
| Чистая прибыль (до уплаты процентов) |  | 0 | -4 167 | 461000 | **456833** |
| Амортизация |  | 0 | 4 167 | 25 000 | **29 167** |
| Изменение чистого оборотного капитала (вкл. незачтенный НДС) |  | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Прирост внеоборотных активов (без НДС) |  | -140000 | -60000 | 0 | **-200 000** |
| **FCF (Чистый поток денежных средств)** | **286000** | -140000 | -60000 | 486000 | **286000** |
| нарастающий итог |  | -140000 | -200000 | 286000 | **286000** |
| **Минимальный накопленный FCF** | **-200 000** | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Мес. мин. накопл-го FCF** | **21** | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **PBP (Простой срок окупаемости), лет** | **2,5** | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Ставка дисконтирования** | **20%** | 0,820 | 0,673 | 0,552 | **0,552** |
| **Дисконтированный FCF** |  | -118747 | -49698 | 301509 | **133064** |
| нарастающий итог |  | -118747 | -168445 | 133064 | **133064** |
| **NPV (Чистая приведенная стоимость)** | **133064** |  |  |  |  |
| **DPBP (Дисконт-й срок окупаемости)** | **2,5** |  |  |  |  |
| **IRR (Внутренняя норма доходности)** | **48%** |  |  |  |  |

Таблица .

**Анализ эффективности проекта для Инвестора**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Анализ эффективности для Инвестора, тыс. руб.** |  | 2021 | 2022 | 2023 | **Всего:** |
|  | 1 год | 2 год | 3 год |
| Дивиденды |  | 0 | 0 | 259817 | **259817** |
| Возврат займа |  | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Уплата процентов по займу |  | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **ПРИТОК** |  | **0** | **0** | **259817** | **259817** |
| Налог на дивиденды | **13%** | 0 | 0 | 33776 | **33776** |
| Предоставление займа |  | 0 | 0 | 0 | **0** |
| Вклад в уставный капитал |  | 200 000 | 0 | 0 | **200 000** |
| **ОТТОК** |  | 200 000 | 0 | 33776 | **233776** |
| **FCF (Чистый поток денежных средств)** | **26041** | -200 000 | 0 | 226041 | **226041** |
| нарастающий итог |  | -200 000 | -200 000 | 26041 | **26041** |
| Минимальный накопленный FCF | **-200 000** | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **PBP (Простой срок окупаемости), лет** | **2,5** | 0 | 0 | 0 | **0** |
| **Ставка дисконтирования** | **20%** | 0,820 | 0,673 | 0,552 | **0,552** |
| **Дисконтированный FCF** |  | -181886 | 0 | 147199 | **-31687** |
| нарастающий итог |  | -181886 | -181886 | -31687 | **-31687** |
| **NPV (Чистая приведенная стоимость)** | **-31687** |  |  |  |  |
| **DPBP (Дисконт-й срок окупаемости)** | **нет** |  |  |  |  |
| **IRR (Внутренняя норма доходности)** | **13%** |  |  |  |  |

В целях минимизации рассмотренных рисков проекта предлагается:

1. Принятие решений по каждому траншу финансирования принимать по результатам выполнения отмеченных в разделе «Программа реализации проекта» ключевых событий или вех проекта (см. таблицу ). В частности:
   * основанием для получения второго транша инвестиций должен быть подробный план создания фильма с обоснованным на его основе и согласованным с Инвестором бюджетом картины;
   * основанием для финансирования съёмочного процесса должен быть подписанный договор с киностудией и подтверждённый контрактами список актёров.
2. В команду реализаторов проекта на ключевые должности осуществить набор высококвалифицированного персонала с успешным опытом работы в аналогичных проектах.
3. Успешно реализовать планируемое сочетание захватывающего сюжета, колоритных и фактурных персонажей, красивых диалогов и музыки, яркого актёрского состава, крутых спецэффектов, высококлассной режиссёрской и операторской работы и создать фильм интересный для самой широкой зрительской аудитории.
4. В рамках рекламной кампании убедительно донести до потенциальных зрителей достоинства создаваемого фильма, используя наиболее эффективные приёмы и способы:
   * + проведение пресс-конференций;
     + пресс-туры на съёмочную площадку, интервью с актёрами и представителями съемочной группы;
     + показ видеоматериалов о ходе съёмок, трансляция рекламных роликов по телевидению и в кинотеатрах;
     + публикация в прессе фотографий подготовительного периода, актёрского кастинга, этапов фильмопроизводства, наиболее выразительных кадров фильма во время съемок на натуре и в павильоне;
     + организация громкой премьеры фильма с приглашением звёзд и знаменитостей, обеспечивающих резонанс в СМИ;
     + организация участия картины в престижных международных кинофестивалях, номинациях на кинопремии и пр.
5. В предпрокатный период оценивать потенциальный успех у зрителей выходящих на экраны фильмов и выбрать для первой недели проката период с минимальным количеством конкурентов зрительского интереса: раскрученных мировых премьер.

# ВЫВОДЫ

1. Потенциальным инвесторам предлагается участие в реализации крупного кинопроекта с высоким коммерческим потенциалом:
   * + бюджет картины: 200 млн. руб.
     + потенциальные кассовые сборы: 1 150 млн. руб.
     + потенциальная выручка продюсера: 486 млн. руб.
     + чистая прибыль: 456 млн. руб.
     + FCF (Чистый поток денежных средств) 286 млн. руб.
     + PBP (Простой срок окупаемости) 2,5года
     + IRR (Внутренняя норма доходности) 48%
2. Инвесторам предлагаются привлекательные условия сотрудничества:
   * + форма инвестирования: вклад в УК компании
     + доля в уставном капитале компании:
     + до возврата вложенных средств 90%
     + после возврата вложенных средств 50%
     + дополнительно: возможность сняться в эпизодических ролях членам семьи и друзьям; возможность продолжить сотрудничество для реализации последующих кинопроектов компании.
3. Результат реализации проекта для Инвестора:
   * + сумма полученных дивидендов: 259 млн. руб.
     + FCF (Чистый поток денежных средств) 26 млн. руб.
     + IRR (Внутренняя норма доходности) 13%
4. Проект характеризуется высокой устойчивостью к таким основным факторам риска, как снижение уровня доходов и увеличение уровня затрат на создание фильма. Возврат инвестированных в проект средств сохраняется как при двукратном снижении планируемого уровня доходов, так и в случае двукратного превышении уровня затрат.
5. Проект имеет все необходимые предпосылки для коммерческого успеха, благодаря:
   * + ориентации на актуальные потребности массовой аудитории;
     + уникальному сценарию с захватывающим сюжетом, колоритными и фактурными персонажами, красивыми диалогами;
     + яркому актёрскому составу;
     + великолепной музыке;
     + высококвалифицированной режиссёрской и операторской работе;
     + привлечению к реализации проекта высокопрофессиональных кинокомпаний "РодАрс Фильм" и "ARSPRO";
     + крутым спецэфектам;
     + солидному рекламному бюджету (70 млн. руб.) и мощной комплексной стратегии подготовки фильма к массовому прокату в России, Китае, Индии, странах СНГ, Европы и Азии.