

ПРОГРАММНЫЙ ДОКУМЕНТ: ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПРАВА КИНОТЕАТРОВ НА ПРОКАТ ФИЛЬМОВ

Для кинопрокатчиков исключительные права имеют жизненно важное значение

Во всем мире кинопрокатчики считают, что срок действия исключительных прав на демонстрацию фильма (окно между началом проката фильма в кинотеатрах и его премьерой на телевидении или других платформах) жизненно важен для нормальной работы кинематографа и киноиндустрии в целом.

Прокатчики во всем мире потратили миллиарды на преобразование основной технологии демонстрации фильма, используемой в кининдустрии, создание новых кинотеатров и повышение качества зрительских кресел, звука и изображения, внедрение новых концепций еды и напитков для кинотеатров, и этот процесс еще не завершен.

Демонстрация фильма в кинотеатре определяет отдачу от всех последующих способов его распространения. Согласно договорным соглашениям, доходы от всех последующих этапов распространения кинопродукции будут зависеть от того, какой доход принесет прокат фильма в кинотеатрах.

Создатели фильма работают над своим произведением, держа в уме возможности его проката.

Следующие друг за другом этапы кинопроката (более выгодный формат идет первым в этой цепочке и приносит дополнительную прибыль) хорошо понятны потребителю и работают на киноиндустрию. Свертывание сроков проката лишает потребителя четкого представления о ценностном предложении, размывает различия между кинотеатральным показом и просмотром видеоконтента «напрямую» и подрывает один из важнейших коммерческих аргументов проката фильма в кинотеатре – своевременность этого исключительного по значимости мероприятия.

Цена каждого билета, продаваемого в период проката фильма в кинотеатрах, может быть оценена адекватно, чего нельзя сказать о других, вспомогательных, периодах распространения фильмов.

Новые цифровые технологии упрощают организацию одновременных или укороченных периодов проката, но не обязательно меняют ценностное предложение, на которое распространяются исключительные права кинопроката.

Дистрибьюторы фильмов заметили резкое падение доходов от розничной продажи копий фильмов для домашнего просмотра в связи с расширением доступа к цифровому контенту. Только на американском рынке доходы от розничной продажи копий фильмов для домашнего просмотра сократились с 24,9 млрд. долларов США (пиковое значение, которое пришлось на 2004 год) до 12,05 млрд. долларов США в 2016 году. Доходы от подписки на потоковое видео в США не компенсировали потери розничных доходов – в 2016 году они составили примерно 6 млрд. долларов США; большая их часть приходится на телевизионный эпизодический контент.

Между тем, доходы кинотеатров в США и Канаде выросли с 9,29 млрд. долларов в 2004 году до 11,37 млрд. долларов в 2016 году. На международном уровне доходы кинотеатров резко поднялись с 15,7 млрд. долларов США в 2004 году до 27,2 млрд. долларов США в 2016 году.

Кинопрокатчики понимают, что кинодистрибьюторы должны решать свои проблемы, связанные с получением дохода, на внутреннем рынке, но при этом они опасаются принятия таких решений, которые могли бы угрожать растущему международному кинотеатральному рынку.

На национальных рынках применяются разные варианты решения этой экономической проблемы. При этом в 2010 году попытки компании Уолт Дисней сократить срок проката «Алисы в Стране Чудес» на территории Соединенного Королевства спровоцировали конфликт и завершились принятием согласованного соглашения относительно сроков проката фильма с некоторыми исключениями, основанными на официальных датах выхода фильма. В 2011 году в США попытки в одностороннем порядке сократить срок проката «премиального видео по запросу» привели к тому, что в отрасли разгорелся серьезный конфликт, и 15 фильмов, снятые на четырех студиях, вышли в свет примерно через 60 дней после их «премьеры» в формате видео для домашнего просмотра по 29,99 долларов за копию. В ходе эксперимента выяснилось, что спрос на фильмы для домашнего просмотра был весьма невелик. Попытка в конце того же года выпустить фильм на DVD-дисках по 59,99 долларов за копию всего лишь через 6 недель после его премьеры в кинотеатре провалилась прежде, чем студия успела заключить соглашение с экспонентом, как только известие об этом просочилось в СМИ.

В 2013 году две крупные студии в Южной Корее запустили прокат премиального видео до выхода фильма. У нас имеется мало информации о том, как это повлияло на кассовый сбор. Третья студия в той же стране провела эксперимент, решив отказаться от проката фильмов в кинотеатре в отношении определенных картин.

В 2015 году в ходе еще одного эксперимента на американо-канадском рынке было заключено соглашение с двумя крупными кинопрокатчиками на выпуск двух картин для домашнего просмотра, причем количество и стоимость выпущенных копий

определялись исходя из прогнозируемых потерь кинотеатров, доходы которых в связи с этим могли упасть ниже определенного порога. Кинопрокатчики должны были получить свою долю прибыли от опережающего кинопрокат выпуска фильма для домашнего просмотра, равную той доли их прибыли, которую они могли получить от кассовых сборов. Объявление о проведении этого эксперимента прежде, чем в нем согласились участвовать и другие кинопрокатчики, спровоцировало обратную реакцию и привлекло в кинотеатры ограниченное количество зрителей.

Между тем, дистрибьюторы спокойно ввели новую платформу «видео по запросу» - Electronic Sell Through (EST), предоставляющую платный доступ к видео, практически не ограниченный ни количеством, ни временем просмотров, обойдя тем самым традиционную платформу проката DVD-/цифрового контента. На американско-канадском рынке эта платформа достигла уровня чуть менее 74 дней предоставления доступа к почти трети продукции крупных киностудий.

Позиция Глобальной Федерации кинотеатров

Поскольку во всем мире антимонопольное законодательство и практика работы киностудий варьируются в зависимости от региона, во всех отношениях, и в юридическом в том числе, сложно создать такую отраслевую ассоциацию, которая занимала бы согласованную позицию по вопросам, представляющим существенный конкурентный интерес, в частности, по вопросу о длительности срока действия исключительных прав на прокат фильмов. В некоторых регионах этот период устанавливается на основе общеотраслевых соглашений. В других, например, во Франции, сроки проката фильмов в кинотеатрах устанавливаются законодательным путем. В ряде стран эта практика определяется обычаями и текущими проблемами рынка. При этом кинопрокатчики могут, разумеется, защищать интересы своей компании любыми доступными им способами.

При решении проблем исключительных прав на прокат фильмов Глобальная федерация кинотеатров будет руководствоваться следующими принципами:

1. Владельцы кинотеатров уделяют первостепенное внимание продлению срока действия исключительных прав на прокат фильмов.
2. Период проката фильма в кинотеатре является неотъемлемой частью условий коммерческого соглашения между прокатчиками и дистрибьюторами.
3. Неожиданно короткий срок проката фильмов в кинотеатрах будет рассматриваться как несправедливое и неприемлемое деловое поведение.
4. Любые будущие переговоры относительно сроков проката должны проходить с участием прокатчиков; при этом необходимо учитывать то,

как результат этих переговоров скажется на доходах и посещаемости кинотеатров.

Сбор информации

Кинопрокатчики различных стран могут обмениваться имеющимися у них данными.

Поскольку во всем мире дистрибьюторы предприняли попытки сократить срок действия исключительных прав в ответ на рыночные условия, абсолютно необходимо, чтобы прокатчики всех стран мира четко понимали, как обстоит дело со сроками проката фильмов на рынках в глобальном масштабе.

Имеются всеобъемлющие данные относительно сроков проката фильмов на рынке США/Канады, начиная с 2000 года (<http://www.natoonline.org/data/windows/>); эти данные также включают в себя информацию о деятельности платформ EST начиная с 2012 года. НАТО предоставит всем членам ГФК электронные таблицы, содержащие формулы для отслеживания данных о выходе фильмов.

Данные о доходах от распространения фильмов для домашнего просмотра по регионам также не всегда доступны заинтересованным сторонам. Эти данные в сочетании с информацией о сроках проката фильмов во всем мире будут неоценимы для кинопрокатчиков, пытающихся понять характер современного рынка.

Для начала было бы полезно ознакомиться с Приложением 1 «20 ведущих рынков кинопроката», в котором приводятся данные относительно их валовой выручки. Кинопрокатчикам во всех регионах предлагается делиться любыми имеющимися у них данными относительно выхода фильмов, а также использовать электронные таблицы НАТО там, где это возможно. Они также могут порекомендовать своим национальным/региональным торговым ассоциациям собирать необходимую информацию и делиться любыми имеющимися у них данными.

Приложение 1

20 ведущих рынков кинопроката
(Все фильмы, миллиарды долларов США)

1. Китай	6,6
2. Япония	2,0
3. Индия	1,9
4. Соединенное Королевство	1,7
5. Франция	1,6
6. Южная Корея	1,5
7. Германия	1,1
8. Австралия	0,9
9. Мексика	0,8
10. Бразилия	0,7
11. Италия	0,7
12. Россия	0,7
13. Испания	0,7
14. Нидерланды	0,3
15. Индонезия	0,3
16. Тайвань	0,3
17. Аргентина	0,3
18. Гонконг	0,3
19. Польша	0,2
20. Турция	0,2

Приложение 2

Доходы от развлекательных услуг в Европе по категориям

- Доходы от домашних развлечений в Европе (включая платформы, распространяющие цифровой контент по подписке: Digital Retail, Digital Rental, VHS Retail, VCD Retail, DVD Retail, BD Retail, VHS Rental, VCD Rental, DVD Rental, BD Rental, TV TVoD, TV EST)
 - 16,60 млрд. евро в 2004 году
 - 12,26 млрд. евро в 2016 году
- Доходы платформ, предоставляющих подписку на услуги «видео по запросу», за 2016 год в Европе
 - 2,97 млрд. евро (телевизионная продукция и кинопродукция)
 - 1,37 млрд. евро (только фильмы)
- Кассовые сборы в Европе
 - 6,37 млрд. евро в 2004 году
 - 8,35 млрд. евро в 2016 году