

170. Вызывающая зависть Flame Films

Приближался сентябрь, и лето подходило к концу. Учащиеся начинали возвращаться к учёбе. Пляжи Санта-Моники заметно опустели. В этом приятном приморском городе размещались штаб-квартиры многих кинокомпаний. Среди них была и находившаяся в последнее время в центре всеобщего внимания Flame Films.

В многоэтажном здании офиса Flame Films каждый сотрудник работал под радостные голоса и смех, всю компанию переполнял восторг. Люди были очень довольны своей работой благодаря щедрым зарплатам и прекрасным перспективам компании. К тому же в этом году наблюдался резкий рост доходов их организации, что непременно означало немалую премию в конце года.

Так или иначе, вне зависимости от того, сможет ли «Район №9» получить номинацию на «Оскар» или выиграть какую-то награду, Flame Films сейчас и так уже добилась колоссального успеха. На производство фильма ушло 100 миллионов, точнее 97,83 миллиона, а расходы на рекламу по всему миру, создание копий плёнки, транспортировку и другие мелкие затраты составили примерно 60 миллионов, то есть в общей сложности ушло 160 миллионов, что было немаленькой суммой. Однако, учитывая, что за три недели в мировом прокате было заработано 606 миллионов, бояться было нечего.

Самый кассовый фильм с рейтингом R! Председатель правления снова содрал денег! Какую же прибыль в конечном счёте принесёт «Район №9» Flame Films? Если в мире будет собрано 700 миллионов, Flame Films достанется как минимум 300 миллионов. Можно заранее предположить, что DVD будут пользоваться высоким спросом, поскольку были положительные отзывы и высокие кассовые сборы. Тем более это был культовый фильм, а поклонники культового кино любят коллекционировать DVD. Кроме того, CD с саундтреком, права на показ по телевидению... Получался соблазнительный склад с золотом.

Одно лишь было обидно: это склад с золотом, а не золотой рудник, из которого можно было бы долго извлекать огромную выгоду. Все сотрудники Flame Films узнали от своего председателя правления, что он не собирается снимать продолжение «Района №9», по крайней мере, пока не собирается, а лет через десять, может, и задумается над продолжением. Никто этому не удивился. Это было в стиле председателя правления, он всегда предпочитал новое старому. Прежде все считали, что трилогия «Классный мюзикл» заключит его в рамки статуса “волшебный детский режиссёр”, а в результате он стал развиваться в разных направлениях.

“Волшебный ребёнок” превратился в “мистера Волшебного”. Еженедельник «Time» слоганом на обложке как бы выразил своё мнение: «Волшебный юноша, добро пожаловать в клуб великих режиссёров!»

Кто такой великий режиссёр? Если смотреть с точки зрения полномочий, то это полный контроль над производством фильма, включая подбор актёров, внесение корректировок в сценарий, определение приёмов съёмки... И что более важно, контроль над монтажом. Какой будет театральная версия фильма, показанная в кинотеатрах, обычно решают продюсеры, ножницы находятся у них, у монтажёра и даже у знаменитой кинозвезды, исполнившей главную роль.

Занимающийся вместе с ним монтажом режиссёр зачастую может лишь в беспомощном гневе закричать: «Приятель, послушай меня, моя смонтированная версия лучше!» А потом продюсер ему скажет: «Хорошо! Отлично! Поместим её на DVD». Лучше ли режиссёрская версия? Не факт. Бывает так, что театральную версию жёстко критикуют, а режиссёрская становится классикой; а бывает и так, что театральную горячо хвалят, а от режиссёрской плюются.

Как бы там ни было, у великого режиссёра есть право самостоятельно распоряжаться монтажом, им лично определяются театральная и режиссёрская версии. Таких людей немного: Стивен Спилберг, Джеймс Кэмерон, братья Коэны, Квентин Тарантино, Тим Бёртон... А режиссёров, у которых в каждом фильме было право распоряжаться монтажом, во всём Голливуде можно по пальцам пересчитать.

Разумеется, ситуация с Ван Яном была специфическая. Он являлся и единоличным инвестором, и продюсером, и режиссёром. Можно сказать, что каждый его фильм, вне зависимости от бюджета, являлся “независимым кино”, поэтому он всегда мог наслаждаться правами великого режиссёра.

Но звание великого режиссёра ещё требует одобрения со стороны СМИ и общественности. Всё просто, необходимо ослепительное для истории кинематографа классическое произведение. «Паранормальное явление» и «Классный мюзикл» попали в историю кинематографа и стали одними из символов 98-го и 99-го годов, но все равно не дотягивали до нужной планки. «В погоне за счастьем» и «Джуно» не могли считаться единственными и неповторимыми, к тому же не имели неконтролируемой “масштабности”. Зато «Район №9» стёр все барьеры.

Горячая похвала в среде критиков, попадание в десятку лучших фильмов по версии IMDb с оценкой 8,8, 600 миллионов долларов в мировом прокате, научно-фантастическая классика, которая, по всеобщему мнению, не наблюдалась много лет... А ещё личный суммарный бокс-офис в размере 2,1 миллиарда, то есть в среднем 420 миллионов на каждый фильм. Сейчас Ван Ян, несмотря на юный возраст, уже стал великим режиссёром для киноманов, но вместе с тем он был самым зелёным, самым неубедительным человеком, которого проще всего было выбить из ряда великих режиссёров.

Не хватает второго классического произведения? Не хватает различных режиссёрских наград? Слишком юн, из-за чего, скорее всего, успех вскружит ему голову, приведёт к поражению и он станет “режиссёром одного фильма”? Как Роберт Дауни-младший, затеряется на жизненном пути, резко очнётся лишь с наступлением средних лет и вновь начнёт карабкаться к вершине успеха? Этих причин было предостаточно. По мнению СМИ и общественности, ему придётся пройти ещё длинный путь, прежде чем за ним прочно закрепится статус великого режиссёра и звание мистера Волшебного.

А «Классный мюзикл», благодаря которому он стал “волшебным ребёнком”, был завершён Сарой Шугарман. Первый фильм заработал в мире 411 миллионов, второй – 221 миллион, третий – 257 миллионов. Трилогия в общей сложности заработала 889 миллионов в прокате, также был значительный доход от мерча. «Классный мюзикл» в течение последних нескольких лет являлся стабильным золотым рудником.

Но по завершении трилогии этот золотой рудник, похоже, был весь ископан. Киносерия, приносящая в течение долгого времени прибыль, чрезвычайно важна для кинокомпании, а для многих независимых кинокомпаний это “пища на всю жизнь”. На такую киносерию можно неизменно опираться десять лет, пока она никому не надоест или пока её окончательно не испортят.

Если говорить про крупные студии, то Warner Bros. развивала серию по «Гарри Поттеру», Sony недавно испортила «Людей в чёрном», зато получила «Человека-паука», 20th Century Fox располагала приквелами «Звёздных войн» и «Людьми Икс»... У независимых кинокомпаний тоже имелись свои козыри: у New Line Cinema были «Властелин колец» и «Час пик», у Dimension Films – «Очень страшное кино» и «Крик», также они собирались намертво вцепиться в «Детей шпионов»...

Но Flame Films на сегодняшний день не хватало такой продолжительной и мощной киносери. Разумеется, мультфильм «Ледниковый фильм» был не в счёт. Но «Похмелье» вполне могло стать новым золотым рудником Flame Films. Пусть даже фильм выйдет только на Рождество, вся компания была уверена в нём и в своём председателе правления, даже уже обсуждала продолжение, однако председатель правления по-прежнему не будет режиссировать сиквел.

Несмотря на отсутствие киносерий, Flame Films за счёт «Лапочки», «Ледникового периода» и «Района №9» уже добилась в этом году шокирующих результатов. И дочерняя компания Flame Map тоже неплохо себя проявила, выпустив на большие экраны много низкобюджетных фильмов, принёсших довольно немалую прибыль. Она поражала выбором картин, авторские права которых ею приобретались. Самым главным сюрпризом стал приобретённый в 2001 году на фестивале «Сандэнс» «Донни Дарко».

Этот мистический триллер, как и «Помни», заслужил лестные отзывы, но никого не заинтересовал, потому что его бюджет составлял 6 миллионов. Инвестиционный директор Flame Map Питер Уилкс, придерживаясь концепции “не бойся убытков, будь смел в экспериментах”, набрался решимости и по высокой цене за 8 миллионов приобрёл этот фильм. В ноябре прошлого года, в честь Хэллоуина, состоялся пробный показ в 150 кинотеатрах, но результат был неутешительный, за четыре недели удалось собрать всего лишь 1,2 миллиона.

Поначалу казалось, что это решение принесло убытки, но никто не ожидал, что с поступлением видеокассет и дисков на рынок, объём продаж начнёт из месяца в месяц расти, а к лету спрос оказался необычайно высоким. Это привлекло внимание Flame Map, компания выпустила «Донни Дарко» в зарубежных кинотеатрах, где к настоящему времени было заработано 6,5 миллиона. Учитывая прокат, диски и видеокассеты, фильм принёс Flame Map более 7 миллионов чистой прибыли, причём эта прибыль продолжала расти.

- Вообще-то я и сам не думал, что сборы окажутся настолько хорошими.

В просто, но изящно обставленном кабинете председателя правления за письменным столом сидел Ван Ян в футболке и шортах, крутил в руке ручку и, глядя на одетого в костюм Марка Стрэнга, что сидел на стуле напротив, говорил:

- Я думал, что, если удастся собрать в мире хотя бы 400 миллионов, это уже будет огромный успех, как-никак фильм весьма гнетущий.

Стрэнг с весёлым видом промолвил:

- Эй, мой босс, если бы тебе было 32 года или если бы мы выпустили фильм в мае, тогда было бы 400 миллионов.

Ван Ян, улыбнувшись, кивнул.

Эти два фактора и впрямь были важны, в противном случае «Район №9» получил бы высокие оценки, но не заработал бы нынешней суммы.

Превосходный вирусный маркетинг и популярность бренда “волшебный юноша” сильно повлияли на первую неделю проката, к тому же в августе не было настоящих конкурентов. Если бы пришлось конкурировать с такими блокбастерами, как «Человек-паук» или «Звёздные войны 2», «Район №9» потерял бы многих киноманов. Затем высокие сборы за первую неделю, лестные отзывы и 22-летнее чудо вызвали стадный инстинкт у тех, кто “жаждал печали”.

- Ян, нам сейчас многие компании завидуют, а это не есть хорошо, - голос Стрэнга уже звучал

серьёзно. – Прежде эти ребята ещё могли держать себя в руках, но, понимаешь, успех «Ледникового периода» и «Района №9» слишком уж невыносим для них. Я не говорю, что они способны помешать нам снимать новые картины, но в плане рекламы и дистрибьюторства, мы должны поддерживать хорошие отношения с крупными медиаконгломератами, должны быть союзниками.

Он сделал паузу и, посмотрев на Ван Яна, с неохотой произнёс:

– Нам следует поделить с ними прибыль.

Под так называемым “поделиться прибылью” подразумевалось совместное инвестирование производства фильмов и уступка какого-то права на выпуск, например, права на выпуск фильма в отечественном или зарубежном прокате или на DVD, за счёт чего медиаконгломераты будут получать прибыль. Так устроен бизнес: пока ты молча богатеешь, другие временно не обращают на это внимания, но, когда ты продолжаешь сильно богатеть, то тем самым оказываешь жёсткое психологическое давление, приходится придерживаться определённых правил игры, нельзя вечно забирать всю прибыль только себе.

– Пусть пожуют дерьма! – с пренебрежением усмехнулся Ван Ян. Не все медиа занимаются кино! Вращая в руке ручку, он призадумался и с интересом спросил:

– Кто-нибудь заинтересован в фильмах Энн Флетчер и Сары Шугарман? Как насчёт того, чтобы их кто-то проинвестировал?

Дебютные работы этих двух женщин-режиссёров на больших экранах являлись продукцией Flame Films. Естественно, три стороны находились в близких отношениях. А сейчас компания готовилась снова с ними посотрудничать, снять два новых фильма. Хотя продюсеры и сценарии ещё не были утверждены, Энн Флетчер точно снимет танцевальный фильм, а Сара Шугарман – подростковый фильм, где, возможно, главную роль сыграет Джессика.

– Если ты будешь сценаристом или продюсером, разумеется, они заинтересуются, а иначе интерес будет небольшой, какой смысл им вкладываться туда, если они могут проинвестировать собственные работы? – беспомощно пожал плечами Стрэнг.

Он уже знал, о чём думает председатель правления, и спокойно произнёс:

– Им нужен волшебный юноша, нужен ты! И они завидуют именно тебе, мистер Волшебный.

Сложно было не вызвать зависть у других кинокомпаний. Если не учитывать молча развивавшуюся Flame Man, Flame Films с момента своего основания в широких масштабах выпустила трилогию «Классный мюзикл» (1999, 2000, 2001), «В погоне за счастьем», «Помни», «Джуно» (2000), «Лапочку», «Ледниковый период», «Район №9» (2002). Все эти работы оказались прибыльными.

В рейтинге десяти самых прибыльных фильмов Flame Films в североамериканском прокате первое место занимал «Район №9» (253 миллиона), второе место – «Ледниковый период» (215 миллионов), третье место – «Джуно» (212 миллионов), четвёртое место – «В погоне за счастьем» (203 миллиона), пятое место – «Классный мюзикл» (201 миллион)...

А что другие компании? Сперва стоило взглянуть на такую же независимую кинокомпанию, как Flame Films, Lionsgate. У неё на первом месте стояло «Паранормальное явление» (163 миллиона), затем шли не заслуживавшие внимания фильмы, заработавшие меньше 50 миллионов. А у Dimension Films самыми прибыльными картинами являлись «Крик» 1996 года

(103 миллиона), «Крик 2» 1997 года (101 миллион), «Крик 3» 2000 года (89 миллионов), далее шёл «Хэллоуин: 20 лет спустя» 1998 года (55 миллионов)...

Конечно, на фоне таких крупных компаний, как Paramount Pictures, выпустившая «Титаник» (600 миллионов) и «Форреста Гампа» (320 миллионов), 20th Century Fox, выпустившая «Звёздные войны: Эпизод I» (430 миллионов), Universal Pictures, выпустившая «Инопланетянина» (350 миллионов), Sony и Columbia Pictures, выпустившие «Человека-паука» (403 миллиона), Flame Films как будто бы не должна были вызывать зависти, все были почти одного ранга.

Проблема заключалась в том, что остальные являлись крупными компаниями. Чтобы снять один фильм, им требовалось привлекать инвестиции и делиться авторскими правами. Flame Films же была независимой компанией. Несмотря на то, что каждый раз она брала всю ответственность на себя, и все риски лежали на ней, зато она единолично получала все деньги.

«Flame Films прямо-таки картёжник, что делает сумасшедшие ставки. У них всегда мощная вера в свои силы, они ни к кому не обращаются за инвестициями и всякий раз сами всё оплачивают. Необходимо знать, что производством фильма бюджетом 5 миллионов обычно занимаются более трёх компаний», – «Уолл-стрит джорнэл».

Эту тему «Уолл-стрит джорнэл» и другие деловые газеты затрагивали неоднократно, поскольку Flame Films каждый раз удавалось извлекать огромную прибыль. Многие ждали, когда же эта компания споткнётся и ударит в грязь лицом, но вот ожидания длились уже несколько лет, а дела у неё только становились всё лучше. Многие инвесторы и организации ждали, когда можно будет купить акции Flame Films, но компания не соглашалась выходить на рынок.

Поначалу медиаконгломераты тоже не обращали внимания на то, как ведёт дела какая-то мелкая компания. Хочешь раскрутить свой фильм – плати по рыночным ценам, и всё будет в порядке. Но видя, что Flame Films сейчас без конца сверкает своими грандиозными достижениями, они захотели извлечь ещё больше выгоды для себя.

По этой же причине независимым кинокомпаниям тяжело было развиваться. За их спинами не хватало поддержки от медиаконгломератов, которым принадлежали телевизионные сети и пресса, поэтому на рекламу приходилось затрачивать ещё больше сил. Какими бы хорошими ни были их фильмы, они, в плане возможности раскрутиться, всегда находились позади фильмов мейнстримных кинопроизводителей, что были в подчинении у медиаконгломератов.

К счастью, ранее Flame Films задействовала кое-какие новые способы раскрутки, например, мощное оружие под названием “интернет” или расклеивание рекламных плакатов в туалетах, поэтому ей удавалось так “бесцеремонно” себя вести.

Разумеется, если Flame Films продолжит действовать в своём стиле, ничего ужасного с ней не случится, дистрибьюторский отдел уже сформировал собственную целостную систему. И не будет такого, что медиаконгломераты “бойкотируют” Flame Films, это было невозможно. Однако нельзя будет избежать их холодного отношения. Хочешь купить время для показа трейлера на Супербоуле? Тебя поставят последним в очереди. Хочешь посетить ток-шоу? Тебя поставят последним в очереди...

Похоже, самым оптимальным вариантом было иметь долговременного союзника в лице какого-то крупного медиаконгломерата и вести здоровую конкуренцию с другими компаниями.

– Ты не задумывался о том, чтобы мы были сами по себе? – Ван Ян заинтересованно вскинул брови и улыбнулся. – Почему надо зависеть от других? Это не в стиле Flame Films.

Стрэнг тут же растерялся и недоумевал:

– Что ты имеешь в виду?

Ван Ян, указав ручкой на стаканчик для ручек на столе, произнёс:

– Эти медиаконгломераты такие крутые разве не потому, что у них есть телевизионные сети и пресса?

Стрэнг развёл руками, всем своим видом показывая, что это и так понятно. Затем он изумлённо промолвил:

– Хочешь создать свой медиаконгломерат? Иметь свои телесети, газеты?

– Нет, нам сейчас не по силам заниматься качественным медиаконгломератом, – Ван Ян метнул ручку, та попала прямо в стаканчик, но отскочила и вылетела назад. Он закатил глаза, подобрал ручку и, трясая ею, с улыбкой сказал: – Но мы можем сперва создать платный кабельный телеканал.

После этих слов лицо Стрэнга приняло обалделое выражение. Независимая кинокомпания создаст платный телеканал? Эта идея была ещё более дерзкая, чем покупка Blue Sky Studios и Image Engine.

В создании канала ничего сложного не было. Если учреждать спутниковый канал, тогда достаточно сотрудничать с такими поставщиками услуг спутникового телевидения, как STC, Dish Network, при учреждении кабельного канала можно сотрудничать с такими поставщиками услуг кабельного телевидения, как Comcast, Time Warner Cable. Они отвечали за передачу сигналов на телевизоры пользователей в разных частях мира. А Flame Films отвечала бы за предоставление содержимого этих сигналов. Общественные каналы типа NBC, Fox и платные каналы типа HBO, Showtime работали по этому принципу.

Однако возникал вопрос, насколько масштабным будет этот канал? Если стоит цель увеличить независимость Flame Films в плане рекламы, то канал непременно должен быть масштабным. Сколько клиентов купит подписку на этот новый канал? Чем завлечь их, чтобы они купили подписку? Как извлечь прибыль? Прежде чем извлекать прибыль, хватит ли у Flame Films средств, чтобы продержаться на стартовом этапе учреждения канала?

– Наша ниша – это кино и сериалы. Для начала выпустим несколько хороших сериалов, чтобы привлечь постоянных клиентов. Также в обычное время будем крутить какие-нибудь фильмы и музыку. Когда всё это наскучит – а на это, возможно, уйдёт несколько лет, а то и десять или даже двадцать лет – мы постепенно добавим какие-нибудь реалити-шоу, развлекательные, эстрадные программы. Наша конечная цель – преобразоваться в комплексный телеканал, – в общих чертах высказывал своё представление Ван Ян.

Конечно, на словах всё звучало легко, но реальность была полна тяжёлых задач. Ван Ян улыбнулся и сказал:

– Наша компания не одна будет этим заниматься. Мы можем объединиться с независимыми компаниями наподобие Lionsgate, Dimension Films, Metro-Goldwyn-Mayer. Большая группа людей учредит канал, и их фильмы извлекут выгоду.

– Деньги! – покачал головой Стрэнг и попытался охладить пыл Ван Яна: – Сколько денег согласятся предоставить эти компании? А мы? – сделав паузу, он пожал плечами и усмехнулся.

- Мой босс, вынужден напомнить тебе, что 95% этих денег – твои. Это крайне рискованное вложение.

- Ой, мне всё равно, – на лице Ван Яна было написано безразличие. В следующем году пополнится счёт Flame Films, компания сможет выделить миллиард долларов, чтобы основать небольшой канал. Но если все эти деньги пойдут на обустройство телеканала, тогда как быть дальше Flame Films, которая до сих пор находилась на начальном этапе развития? Не снимать новые фильмы? К тому же на сколько хватит 1 миллиарда? Как быстро канал начнёт приносить прибыль? Это были основные вопросы.

Ван Ян поразмыслил некоторое время, у него появилось примерное решение. Он сказал:

- У нас сейчас действительно маловато средств, надо отложить эту идею на четыре-пять лет. Сперва займёмся Flame Films, дождёмся, когда дела пойдут в гору и мы каждый год будем стабильно занимать 10% от общего бокс-офиса, – он с улыбкой вертел в руке ручку. – К этому времени у нас будет достаточно денег, плюс мы выйдем на рынок, где привлечём дополнительные средства. А после почему бы нам не выделить 3 миллиарда?

- 3 миллиарда? Ого! – невольно посмеялся Стрэнг и проанализировал: – Даже если с выходом на рынок мы привлечём дополнительно 500 миллионов, а это уже очень высокая планка, то для того, чтобы заполнить оставшиеся 2,5 миллиарда, мы должны каждый год получать по 500 миллионов чистой прибыли. Это почти все твои деньги. А после выхода на рынок, когда ты предложишь потратить такую гигантскую сумму, акционеры взбунтуются.

- Марк, знаешь что? Тогда я потрачу только свои деньги, пусть те привлечённые 500 миллионов останутся у компании, – Ван Ян удобно откинулся на спинку кресла, скрестил руки на груди и скривил рот. – Я сыграю по-крупному с 2 миллиардами, кто мне помешает?

Лицо Стрэнга так и говорило: «Ты псих!» Он с улыбкой вымолвил:

- Должен сказать, что 2 миллиардов тебе хватит надолго, чтобы поиграться.

- Я буду не один играть. Metro-Goldwyn-Mayer, Lionsgate и другие независимые компании заинтересуются.

Ван Ян погрузился в размышления, как вдруг о чём-то подумал, в глазах пробежал блеск, он произнёс:

- О, точно, интернет! Из-за него традиционные медиа утрачивают господство! Мы могли бы постепенно купить перспективные сайты, предоставляющие информацию многочисленной аудитории, например, сайт для женщин iVillage, Джессика его обожает.

Его глаза забегали, он задумчиво бормотал:

- А ещё в будущем в интернете наверняка будут платные видео; фильмы и сериалы можно будет смотреть на сайтах. Джерри Янг – мой хороший друг. Мы могли бы сотрудничать с Yahoo в создании сайта для видео, – он воодушевлённо поднял кулаки. – Ха-ха, кому к этому времени будут важны эти медиаконгломераты? Мы сами такими станем!

Конечно, они с Джерри Янгом не были близкими друзьями, максимум имели “давнюю духовную связь”. (*Джерри Янг – соучредитель компании Yahoo*)

- Мой босс, покупка сайта требует денег, создание телеканала требует денег... – замотал

головой Стрэнг. – 3 миллиарда? Ох! Каждый год по 500 миллионов чистой прибыли? Ох! Ты и впрямь картёжник, ох!

– Сперва последим за развитием компании в течение этих пяти лет. В первую очередь мы выполним цель стать лидером независимого кино, – улыбнулся Ван Ян, выпрямился и показал пальцем на Стрэнга. – Но, Марк, сайты нужно приобретать заранее, иначе упустим удобный момент. В этом году следует купить iVillage в пределах 150 миллионов. Не знаю только, согласятся ли они продаться.

Он что-то вспомнил и невольно покачал головой, с улыбкой сказав:

– Взять тот же Blogger. Ты знал, что у Google недавно были планы на этот сайт?

Стрэнг пожал плечами. Ван Ян продолжил:

– Они предложили 200 миллионов за покупку, а мы им ответили: «Извини, Пейдж, можно посотрудничать, но продаваться мы не станем. Видали мы и Вашингтона, и Франклина. (*Ларри Пейдж – соучредитель Google, под Вашингтоном и Франклином подразумеваются купюры, где изображены эти американские президенты*)

Он и Эван Вильямс были абсолютно уверены в будущем сайта Blogger, сейчас количество пользователей ежемесячно стремительно росло, команда разработчиков была достаточно мощной. Blogger становился всё лучше и обогащался новыми услугами.

– И как сейчас быть? Внезапно собрались приобретать iVillage, а как же сотрудничество с остальными? – принял серьёзный вид Стрэнг. – Ян, я предлагаю подыскать ещё одну кинокомпанию для производства «Команды МТИ-21», потому что главный герой – китаец, а история, как ты говоришь, будет не про кунг-фу. Создать новый кинообраз без поддержки медиаконгломерата в рекламе будет очень трудно.

Сейчас все кинопроизводители хотели снимать кино с мистером Волшебным. У агента Ван Яна Пола Эмори накопилась целая стопка приглашений. Paramount предлагала снять фильм с максимальным бюджетом в 150 миллионов, как минимум 20% из которых вложит Flame Films, при этом Ван Ян сам в праве выбирать, что снимать. Warner Bros. тоже проявляла горячий интерес и надеялась, что мистер Волшебный оживит на больших экранах какого-то супергероя, например, снимет «Супермена» или «Бэтмена». Universal также была полна энтузиазма, у неё даже была сумасшедшая идея: пригласить Стивена Спилберга и волшебного юношу в режиссёрское кресло, чтобы старое и новое поколение режиссёров совместно создали научно-фантастический блокбастер...

И все следили за таинственной работой, в которой, как утверждалось, главную женскую роль исполнит Натали Портман. Сильнейший режиссёр поколения 80-х и лучшая актриса поколения 80-х вновь посотрудничают вместе. Естественно, любая студия хотела поучаствовать в этом процессе, поэтому они массово сами связывались с Flame Films и осведомлялись о возможности посотрудничать. Собственно, именно поэтому сейчас и проводилось данное мини-совещание в кабинете.

– Ладно, так или иначе, мы не понесём убытков, – улыбнувшись, кивнул Ван Ян.

При проведении ещё более мощной рекламы хороший фильм будет иметь более высокие сборы, а значит, и компания заработает больше, плюс наладятся хорошие отношения с деловыми партнёрами. Но когда Flame Films отрастит крылья и взлетит вверх, никто не сможет помешать ей свободно парить в небе! Ван Ян, посмотрев на Стрэнга, весело произнёс:

- Пусть с нами поиграют! Кто станет счастливым?

20th Century Fox была плохим выбором, так как у них уже испортились отношения из-за Blue Sky Studios. Warner Bros.? Paramount? Universal?

Как можно было не вызвать зависть у других кинокомпаний? Закончилась прокатная неделя с 23 по 29 августа. Шедший четвёртую неделю «Район №9» заработал ещё 29,86 миллиона в 3650 кинотеатрах, общие сборы в Северной Америке составили 282,8 миллиона, за фильмом четвёртую неделю подряд сохранялось лидерство в североамериканском прокате. А за рубежом на этой неделе было заработано 44,61 миллиона. Прирост в 74,47 миллиона поднял мировые сборы «Района №9» до 682 миллионов. Попадание в клуб фильмов с бокс-офисом в 700 миллионов было лишь вопросом времени.

Всеобщий североамериканский бокс-офис за эту неделю составил 126 миллионов. На втором месте рейтинга разместились «Знаки» с 10,71 миллиона, на третьем месте – «Три икса» с 10,23 миллиона.

Вот-вот должен был настать сентябрь, лето ушло в прошлое, и горячий летний прокатный сезон тоже завершился.

<http://tl.rulate.ru/book/41606/1420607>