



Академия

Н. С. Михалкова

*кинематографического
и театрального
искусства*

Академия кинематографического и театрального искусства
Никиты Сергеевича Михалкова

Продюсерская мастерская
Леонида Эмильевича Верещагина

Продюсерский проект создания и реализации
полнометражного игрового фильма
под рабочим названием

«СТРЕЛЯТЬ НАДО В ГОЛОВУ»

Чалов Юрий Иванович
г. Москва, 2017



Цель **ПРОЕКТА**



Создание проекта фильма, идеально подходящего для продюсерского дебюта: простого в производстве, с небольшим производственным бюджетом и высоким коммерческим потенциалом. Фильма, ориентированного на отечественного зрителя, с четкой жанровой принадлежностью, способного полностью вернуть средства затраченные на разработку, производство и маркетинг.

Выбор ТЕМЫ



Выбор сценария, помимо жанровой привлекательности (практически полное отсутствие отечественных фильмов в жанре абсурдной, черной комедии), небольшого бюджета, постановочной простоты и коммерческого потенциала истории, обусловлен отсутствием фильмов о переходном периоде «нулевых годов» в обществе. В нашем случае, начиная от криминального мира «лихих 90-х», до мира, представленного в картине «ДухLess» – современного и легального бизнеса, но полного предательства и обмана.

ЛОГЛАЙН



Команда аферистов решает избавиться от своего босса, однако ему удаётся выжить. Не долго думая, он решает устроить расправу над предателями. В качестве мести, все шестеро должны сыграть в русскую рулетку, находясь под прицелом снайперов в соседнем здании. И лишь одному из них удаётся выжить и дать отпор боссу.

Двое братьев, снайперы-неудачники, должны исполнить заказное убийство, в ходе которого им предстоит пройти через череду личных конфликтов. Однако по итогу они решают завязать с ремеслом убийц, но в последний день работы попадают под горячую руку босса, пришедшего с расправой в офис аферистов.

СИНОПСИС



21 июня, 2008 год, Москва. Сегодня должен состояться футбольный матч «Россия – Голландия». Шестеро аферистов, чей промысел состоит в захвате рейдерского бизнеса, собрались в конференц-зале офиса, чтобы объявить своему Боссу мирный импичмент и поделить его деньги. Но выясняется, что один из них, «Борзый», решил заказать убийство Босса, и прошедшей ночью тот был убит киллерами.

В это время, расположившись на мягких диванах у ресепшена, двое неизвестных беседуют о важности материальных благ. Мол, какая разница, сколько у тебя денег, когда жить осталось не долго? Внезапно, недалеко от ресепшена, открываются двери лифта, из выходит Босс и не колеблясь расстреливает ту парочку.

Неожиданно для всех, он заходит в конференц-зал и убивает «Борзого». Оказалось, Босс выжил потому, что на самом деле покушение вовсе не состоялось. Пуля, выпущенная киллером, прошла в сантиметре от его головы, разбив бутылку вина. Узнав, кто за этим всем стоит, он решается отомстить своей «команде».

СИНОПСИС



В качестве мести, он предлагает всем присутствующим в зале сыграть по очереди в русскую рулетку. В его руке револьвер, заряженный пятью патронами из шести возможных. Один из аферистов, «Нулевой», будучи бывшим сутенёром, предлагает «закончить начатое» прямо здесь и убить Босса, не принимая участия в его играх. Но позже они узнают, что в здании напротив дежурят снайперы, и все предатели вынуждены подчиниться. В противном случае, их ждёт верная смерть.

В параллельной сюжетной линии двое братьев-снайперов пришли исполнить свой заказ. Они следят за окнами, выжидая команды от руководителя. Интересно, что они абсолютно не имеют никаких сходных черт. Старший брат высокий и накаченный, младший же низкий и щуплый. Первый – бывший участник Чеченской военной кампании и недавно вышел из тюрьмы, в то время как второй – новичок в этом деле и это его первое задание.

В ходе его выполнения, их отношения пройдут проверку на прочность самыми разными ситуациями и межличностными конфликтами. Однако, кто знает, возможно, даже такие отпетые негодяи смогут исправиться и бросить ремесло убийц, цепляясь за самое главное в их мировоззрении - самим по итогу остаться в живых...

АТМОФСЕРА

«Лихие 90-е» минули, и теперь бандитский мир выглядит совершенно по-новому: это солидные гангстеры, легализовавшие свой доход.

Теперь они ездят на дорогих машинах, носят не кожанки, а дорогие брендовые костюмы, работают в шикарных офисах. В одном из таких и происходит развитие основной сюжетной линии.



Концепт- постер и
ТЕГЛАЙН



«Фильм, в котором все умрут,
но кто-нибудь да выживет.»

ФИЛЬМ, В КОТОРОМ ВСЕ УМРУТ
— НО КТО-НИБУДЬ ДА ВЫЖИВЕТ —

СТРЕЛЯТЬ
НАДО

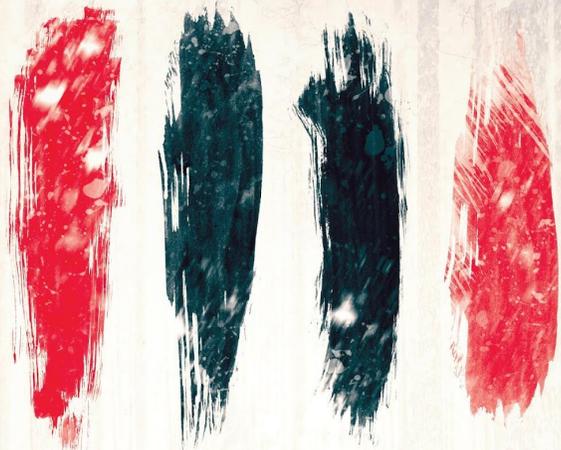


★ В ГОЛОВУ ★

ЛЕТОМ 2018 ГОДА

WWW.VGOLOVU.RU

какая разница, сколько у тебя денег
если тебе осталось мало жить



ВЛАДИМИР ЕПИФАНЦЕВ
"СТАРШИЙ"



ВИКТОР ВЕРЖБИЦКИЙ
"БОСС"



СТРЕЛЯТЬ НАДО
В ГОЛОВУ

ЛЕТО 2018

Концепт-постер ТЕГЛАЙН

«Какая разница, сколько у тебя денег,
когда жить осталось не долго?»

ЦСА

ЭСКИЗ
СПЕКТАКЛЯ
ПО ПЬЕСЕ
ВАЛЕРИЯ
ШЕРГИНА / 18+

СТРЕЛЯТЬ
НАДО
В ГОЛОВУ

РЕЖИССЕР
АЛЕКСАНДР ВАХОВ

ЦЕНТР СОВРЕМЕННОЙ
ДРАМАТУРГИИ
+7(343)289-09-08

ТУРГЕНЕВА 20
URALCSD.RU

Литературный ИСТОЧНИК

Популярная пьеса современного автора Валерия Шергина «Стрелять надо в голову»

Автор пьесы **ВАЛЕРИЙ ШЕРГИН**

Драматург, актер.
Ученик Николая Коляды.
Победитель множества конкурсов драматургии.

Преподаватель Удмуртской школы драматургии в Ижевске.

Автор пьес: «Концлагеристы» (поставлена в Варшаве и Познани), «Колбаса/Фрагменты», «Чудо, а не дети», «Шлюхи - не огонь»



Предполагаемые **РЕЖИССЁРЫ**

Илья Найшуллер – режиссёр фильма от первого лица «Хардкор», клипов «Weekend – False Alarm» и «Ленинград – Кольщик».

Жора Крыжовников – признанный мастер комедий: «Горько!» «Нечаянно», «Самый лучший день».

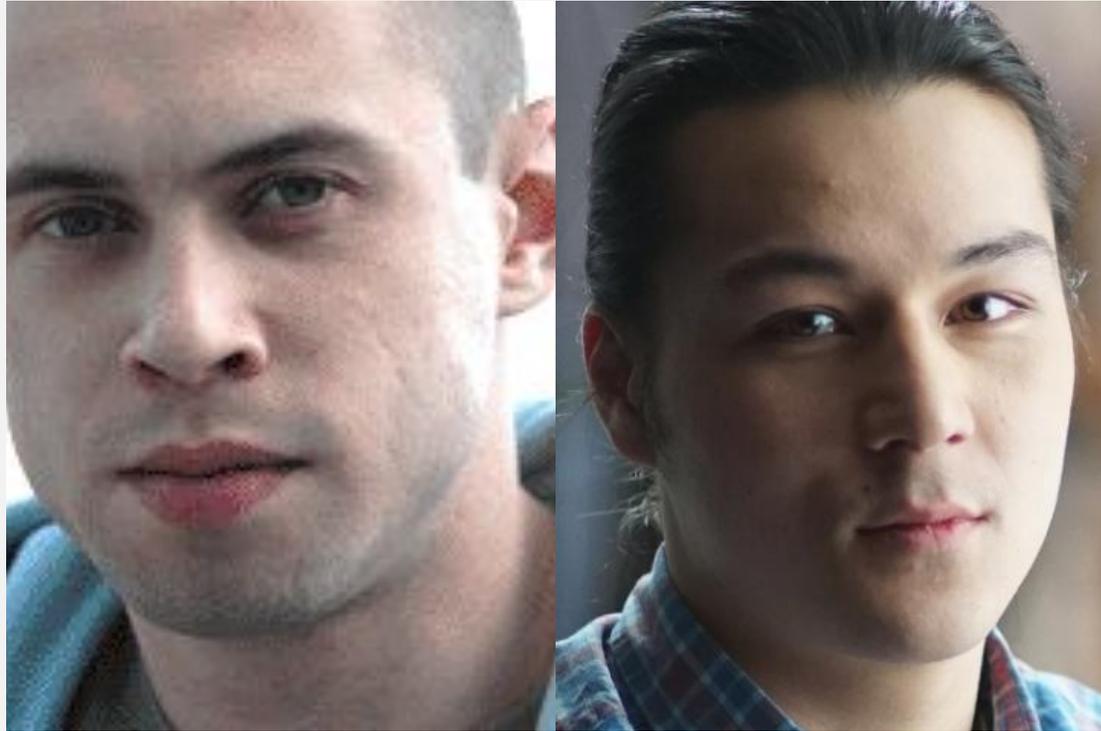


ИЛЬЯ НАЙШУЛЛЕР

33 года

ЖОРА КРЫЖОВНИКОВ

38 лет



ФЁДОР ЛЯСС

38 лет

АРСЕНИЙ КАН

30 лет

Предполагаемые **ОПЕРАТОРЫ**

Фёдор Лясс – оператор фильмов «ДухLess», «Хардкор», «Ледокол».

Арсений Кан – оператор нашумевшего комедийного экшена «Майор Гром».



Музыкальное ОФОРМЛЕНИЕ

Как отражение соприкосновения двух временных эпох, музыкальное оформление состоит из двух частей: забойный инди и поп-рок, аналогичный культовым серии игр FIFA. Он подчеркнёт атмосферу параллельно идущего матча, и соответствующий темпу ускоряющегося действия, усиления напряжения.

Также оно состоит из культовых композиций 90-ых и их непередаваемым колоритом. Группа «Комбинация», Андрей Губин и т.д.



ДРИМ

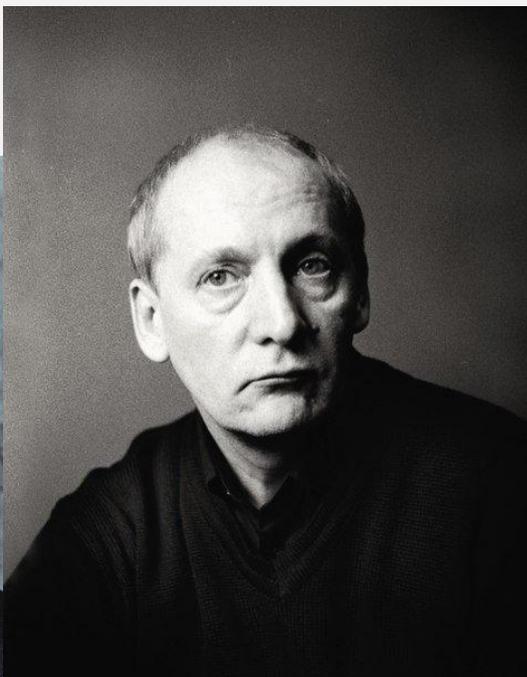
КАСТ



ВЛАДИМИР ЕПИФАНЦЕВ
«Старший»



АЛЕКСАНДР ПЕТРОВ
«Младший»



ВИКТОР ВЕРЖБИЦКИЙ
«Босс»



ВЛАДИМИР ВДОВИЧЕНКОВ
«Последний»



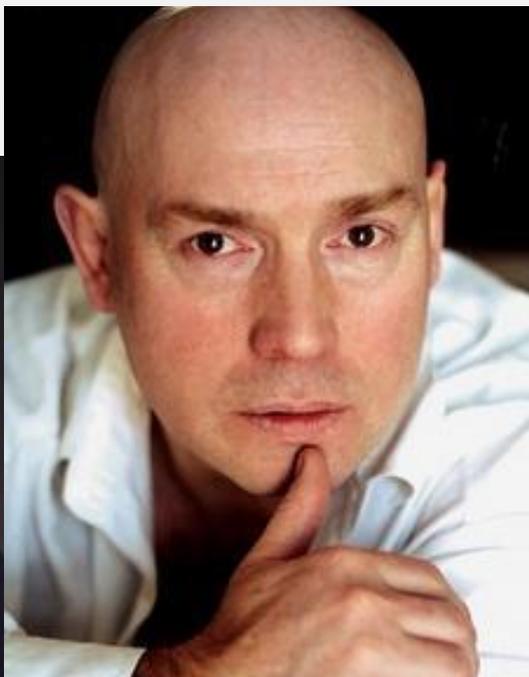
ТИМОФЕЙ ТРИБУНЦЕВ

«Смешной»



АЛЕКСАНДР БАШИРОВ

«Нулевой»



ВИКТОР СУХОРУКОВ

«Старый»



АННА ЧИПОВСКАЯ

«Стрипка»



Производственно-
экономические
ПАРАМЕТРЫ

Жанр: криминальная комедия

Возрастное ограничение: 16+ (1)

Хронометраж: 90 минут (88 страниц)

Объем снимаемого материала: интерьер - 8 минут , натура – 14 минут, павильон – 68 минут

Сценарное время суток: день - 24 минуты, ночь – 66 минут

Персонажи: главные – 3, второго плана – 8, эпизоды – 25, сцен с массовой/групповкой – 5

Киноэкспедиции: нет

Декорации: декорационный модуль: конференц-зал, переоборудуемый выгородками в квартиры.

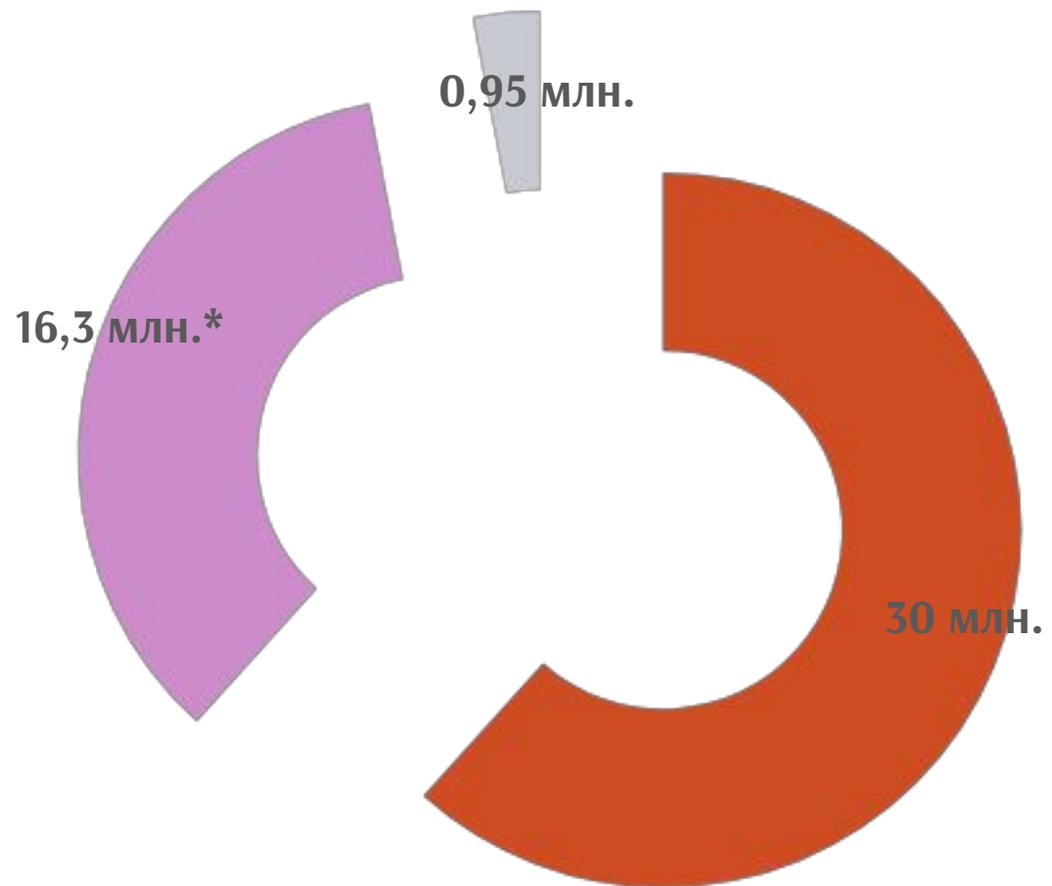
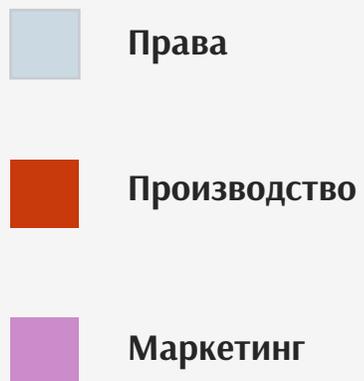
Календарный план производства



ЛИМИТ ЗАТРАТ



Общий бюджет проекта составит
47,25 млн. рублей



Основную часть
производственного
бюджета составит фонд
оплаты труда – 17 млн.

Маркетинговый бюджет включает в себя
затраты на выпуск и распространение
копий и полиграфии.
* - Может быть увеличен
дополнительными поступлениями.

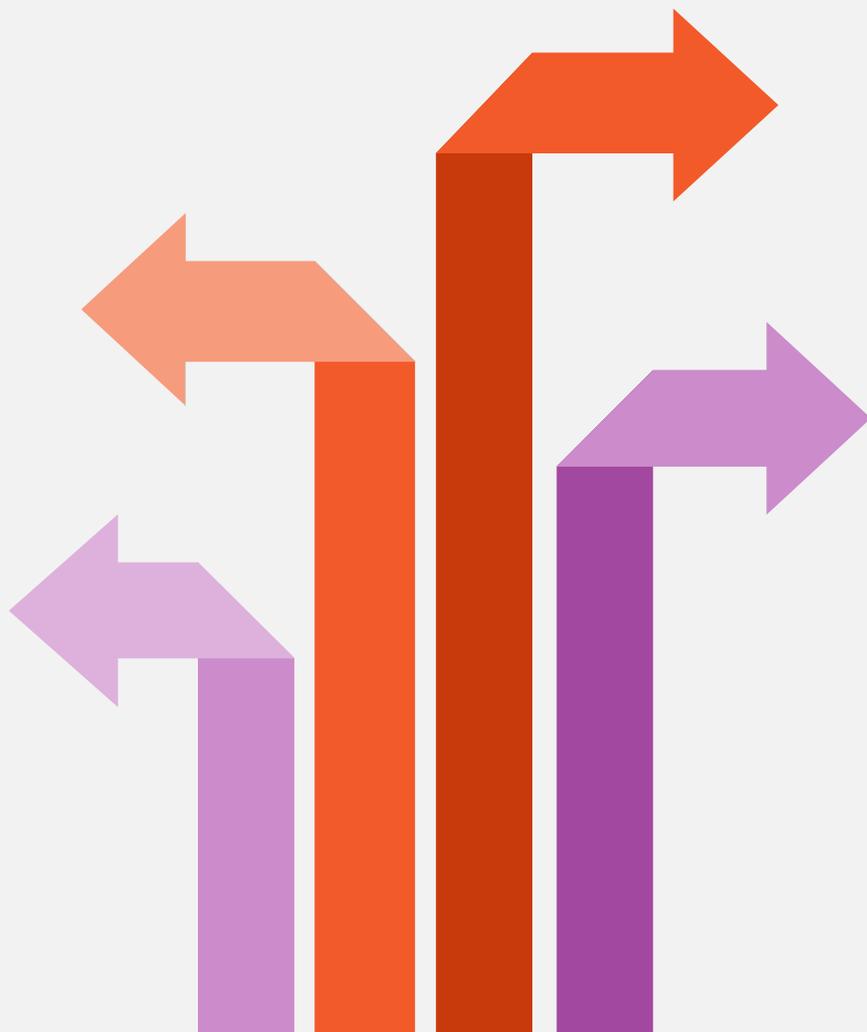
Источники финансирования

Частные инвестиции

1/3 бюджета проекта получена от инвестора.

Личные средства продюсера

Вносимые при подаче проекта в Фонд Кино, как дополнительные средства в маркетинговый бюджет - 1,5 млн.

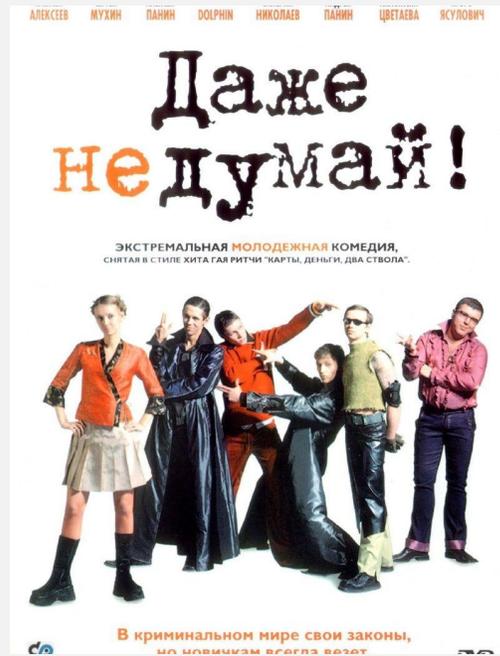
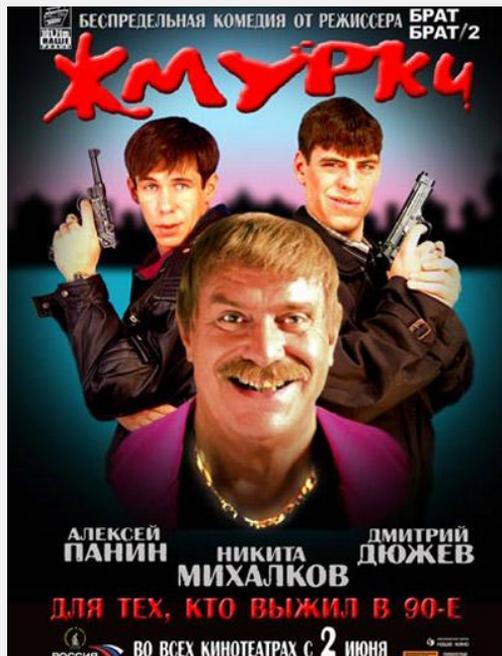


Государственная поддержка

Запрашиваемая сумма в Фонде Кино - 2/3 бюджета проекта

Краудфандинговый сбор

Как дополнительные средства в маркетинговый бюджет – около 1,5 млн.



Российские фильмы РЕФЕРЕНСЫ

«Жмурки» в свое время показали приличный бокс офис – 4,2 млн. долларов

«Мама не горюй» – и по сей день культовый фильм, однако вышедший в эпоху практически полного развала российского проката.

«Даже не думай» – не оправдавшая надежд в прокате, по причине излишнего заимствования сюжета.



Зарубежные фильмы РЕФЕРЕНСЫ

Каждая из этих картин получила прибыль по результатам проката. Наиболее близкие референсы – «Четыре комнаты» и «Бешенные псы» по соответствию жанра, производственных особенностей и бюджету.



Анализ АУДИТОРИИ

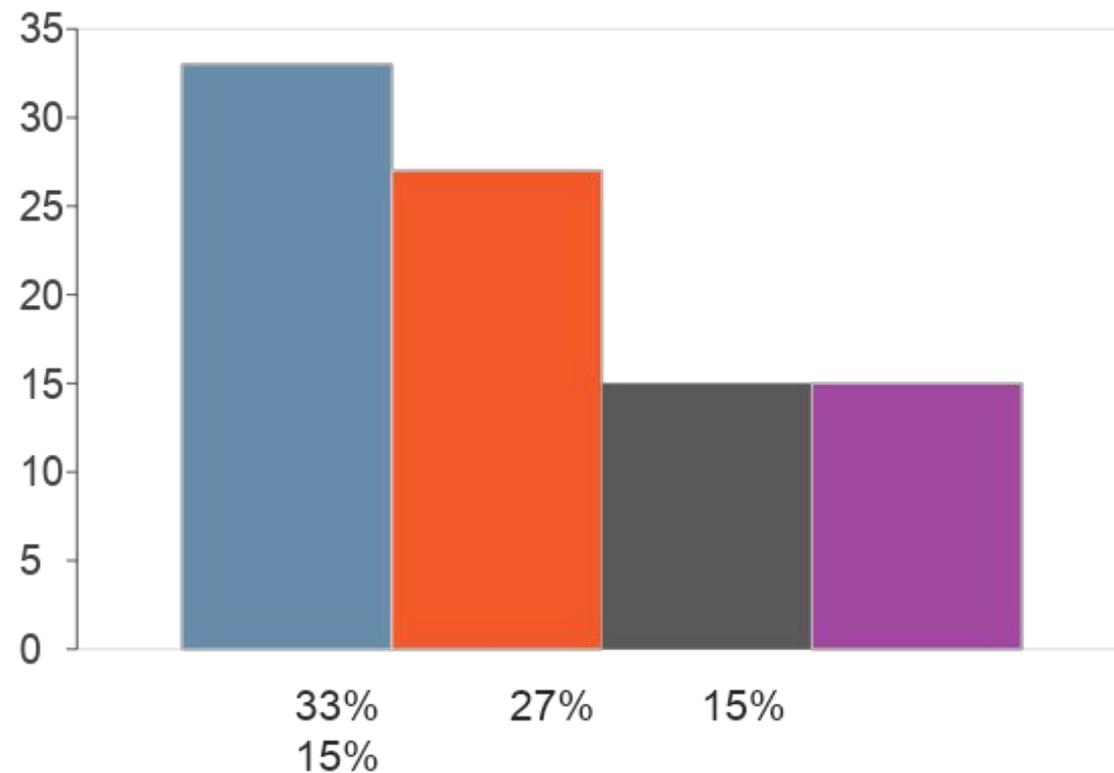
По данным исследования ВЦИОМ и Фонда Кино аудитория посетителей кинотеатров от 18 до 24 составляет - 27%, но именно она составляет так называемое "ядро киноаудитории" - посещает кинотеатры 1-2 раза в месяц и чаще.

от 25 до 34 лет

от 18 до 24 лет

от 14 до 17 лет

от 35 до 44 лет





Роль жанра

Приоритетными факторами для выбора фильма являются его жанр и тематика (33%), сюжет (18%), актерский состав (17%).



Рост доверия к российскому кино

Более половины участников опроса (58%) констатируют, что качество российского кино за последние два года улучшилось.



Выбор в пользу фильма-события

Две трети респондентов (66%) выбирают фильм задолго до посещения кинотеатра (ранее, чем за день).

Анализ АУДИТОРИИ

Опрошены более семи тысяч респондентов (7034 человек) в кинотеатрах Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода, Казани, Омска, Ростова-на-Дону, Краснодара и Уфы с декабря 2016 по февраль 2017 года.

Целевые группы

Молодежь 16-25

Как любители зрелищного и жанрового кино

Мужчины 25-40

Поколение 90-ых , идущие в кино за ностальгией



Любители жанра

Фанатская база фильмов культовых режиссеров Гая Ричи, Тарантино и т.д.

Маркетинговый БЮДЖЕТ



Наружная



PR



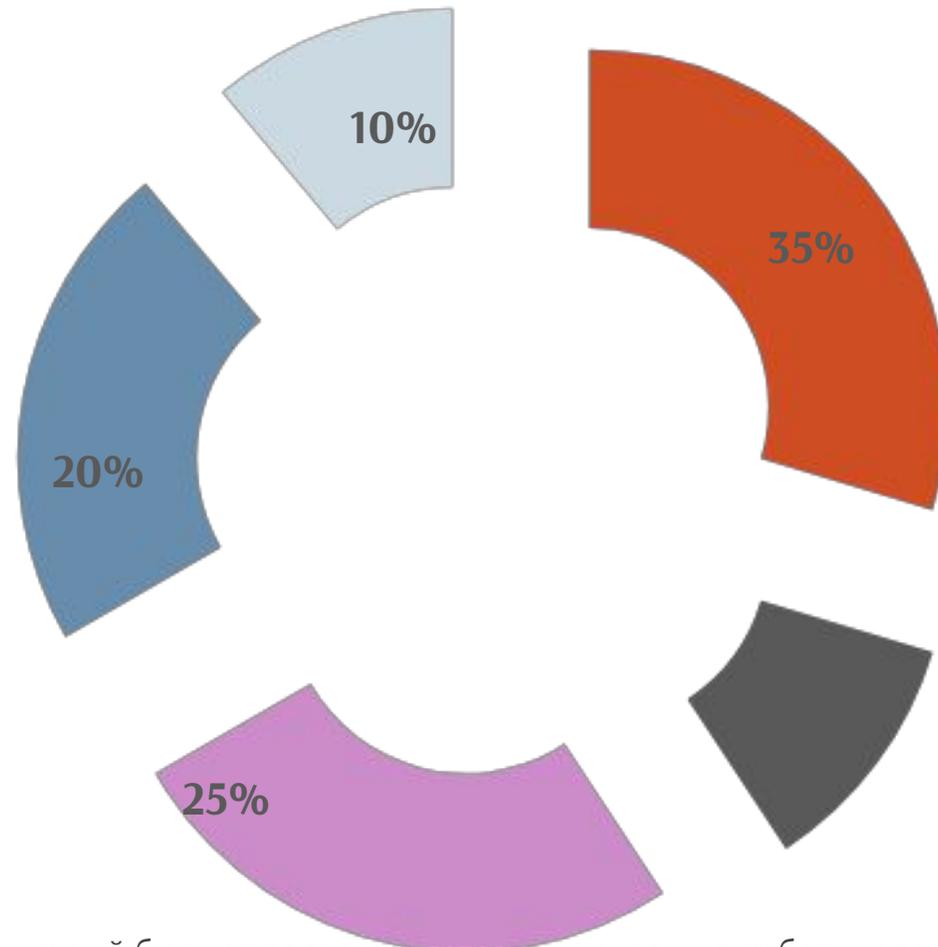
ТВ



Трейлеринг



Интернет



Маркетинговый бюджет распределяется с акцентом на работу через интернет. Для выбранной целевой аудитории наружная реклама и радио теряют свою актуальность. При этом остаются значимыми телевизионные ролики.

Дополнительные СТРАТЕГИИ

Жанровые особенности и сюжет фильма открывают дополнительные возможности.



Диверсификация маркетинга

Продвижение фильма как комедии, как сурового триллера с максимальным охватом предпочитателей жанра.



Чемпионат Мира по футболу 2018

Придание событийности фильму, за счёт волны информационных поводов на фоне Чемпионата Мира по футболу в России.



Свобода в подаче рекламы и PR

Жанр и стилистика фильма позволяет использовать провокационные и недопустимые в других жанрах подходы.



Потенциальный ПРОКАТЧИК

Среди ТОП-10 самых кассовых картин прокатчика есть российский проект «Сволочи» получивший 2,3 миллиона зрителей при 405 залах на пике проката и 273 миллиона рублей бокс-офиса.



Потенциальный КАНАЛ-ПАРТНЕР

ТНТ - наиболее рейтинговый развлекательный телеканал с наибольшей концентрацией целевой аудитории фильма-комедии. Входит в ТОП-5 самых популярных каналов России.

400+

копий

450+

тыс. зрителей

120-160

млн. бокс офис

300+

тыс. наработка
на копию

Ожидаемые СБОРЫ



Выход на окупаемость произойдет при достижении бокс офиса в 104 миллиона рублей.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!