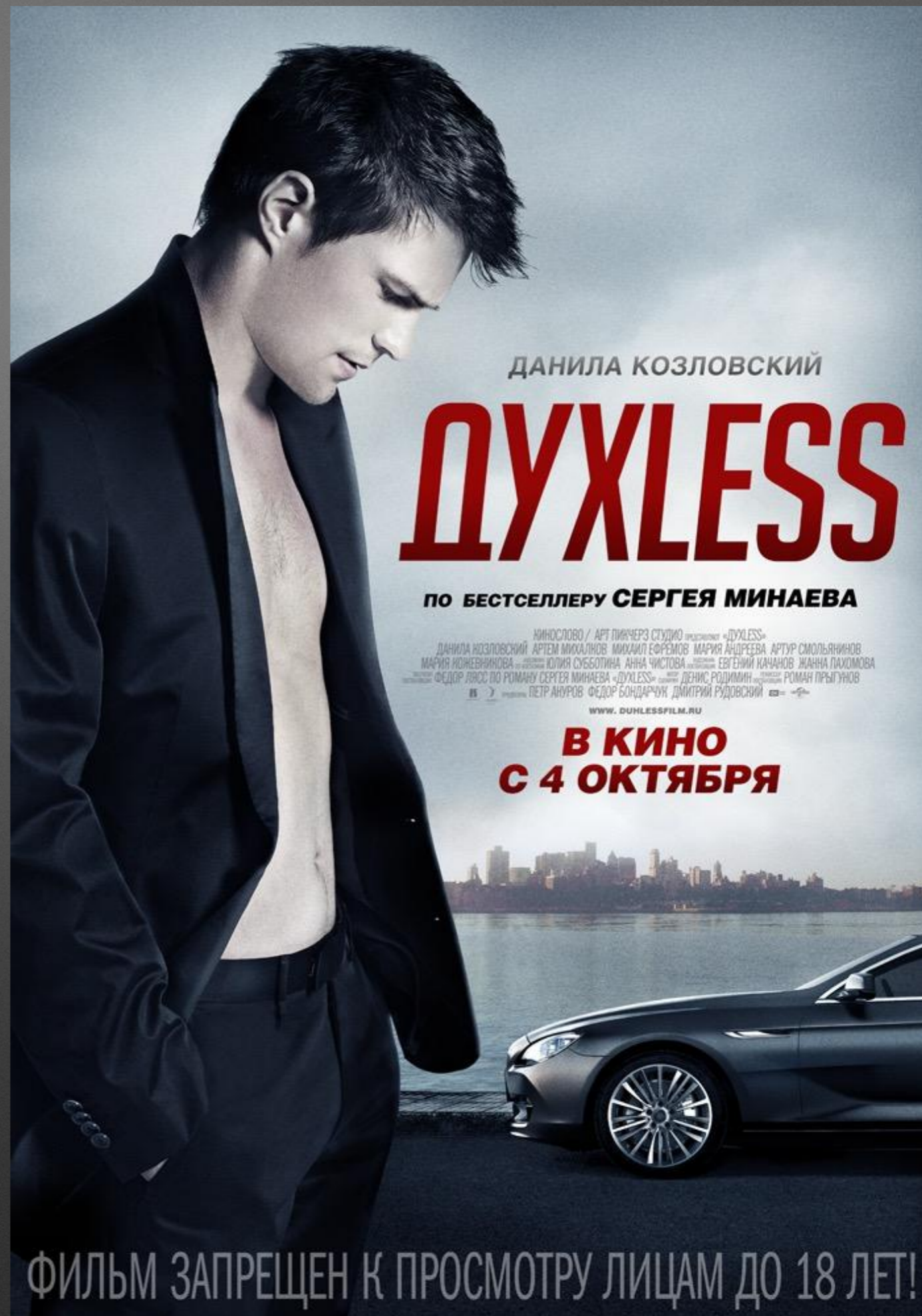


Духless

Название фильма:	«Духless»
Год выхода в прокат:	4 октября 2012
Страна производитель:	Россия
Бюджет фильма:	2 800 000 \$
Сборы:	
Кассовые сборы в России	13 283 000 \$
В других странах:	1 317 000 \$
Общие сборы:	\$ 14 600 000



Сюжет

Главный герой фильма — 29-летний топ-менеджер крупного международного банка по имени Макс. Он уверен, что жизнь удалась, ведь у него есть то, о чём многие не могут даже и мечтать: дорогая машина, пентхаус и вечеринки. Свою жизнь Максим тратит на зарабатывание денег, а деньги — на ночные клубы, шикарных девушек, кокаин и прочие атрибуты гламурной жизни. Но в какой-то момент к герою приходит осознание того, что с его жизнью что-то не так. И его мир рушится подобно карточному домику.

Премьерные показы



«Duxless» был официально представлен 4 городам: Москва (18.09.2012), Санкт-Петербург (01.10.2012), Днепропетровск (02.10.2012) и Киев (03.10.2012).



В первый день кинопроката, кассовые сборы составили 29,5 млн руб. А по результатам первого уик-энда его стартовые кассовые сборы по России и СНГ составили 161,2 млн. руб. К тому моменту фильм посмотрела уже 671 тысяча зрителей. Этот результат практически вдвое превзошёл прогнозы продюсеров. Компания Universal Pictures Россия, занимающаяся дистрибуцией «Духless», отметила, что фильм продемонстрировал рекордные показатели стартовых сборов среди российских картин.

По итогам первого уик-энда количество прокатных копий фильма по России было увеличено с 666 до 687. За второй уик-энд фильм заработал 94,5 млн руб., потеряв 41% от стартовых сборов. Результатом этого стало удержание релизом первой строчки бокс-офиса и получение звания самого кассового российского фильма года.

Среди очевидных достоинств киноленты упоминается киноадаптация сюжета, работа оператора и режиссёра, а также актёрский состав, в частности, исполнитель главной роли Данила Козловский. Среди мнений также имело место то, что «Духless» несколько опоздал с выходом на широкий экран. «Духless» хоть и снимался по мотивам одноимённой книги, но, тем не менее, стал самостоятельным произведением. На одном из показов Фёдор Бондарчук заметил, что была проведена тщательная и трудоёмкая работа над адаптацией сюжета книги.

Участие в фестивалях

- Фильм открывал 34-й Московский международный кинофестиваль 21 июня 2012 года, где был впервые представлен на большом экране.
- 14 июля фильм был представлен гостям 3-го Одесского международного кинофестиваля.
- 15—16 сентября 2012 состоялись показы в рамках кинофестиваля «Балтийская жемчужина» (Рига).
- 16 ноября 2012 года фильм был показан в Тель-Авиве на фестивале «Неделя Российского кино в Израиле».

Рекламная компания

Рекламная кампания ДУХLESS началась уже очень давно, еще на стадии съемок. Фанаты романа, выпущенного миллионным тиражом шесть лет назад, с нетерпением принялись ждать экранизации, а после появления в сети первых кадров из фильма и вовсе объявили проект главным российским релизом сначала 2011, а потом и 2012 года. Из-за финансовых трудностей выпуск картины пришлось отложить. Вероятно, что эта задержка даже благоприятно повлияла на настроение целевой аудитории.

Кампания ДУХLESS выглядит очень продуманной. По затратам ее можно сравнить с кампаниями ТРЕТЬЕГО ЛИШНЕГО, последнего АМЕРИКАНСКОГО ПИРОГА и ЭВОЛЮЦИИ БОРНА. Стандартный пакет ТВ+Радио+Интернет дополнен мощным публицити и гениальной работой с аудиторией в соцсетях. Целевая аудитория — преимущественно женская (по словам продюсера Петра Анурова). Создатели фильма приложили максимум усилий, чтобы все материалы по фильму были максимально похожи на западный продукт.

Первые отзывы

Стоит отметить смелость продюсеров фильма, которые не побоялись показать фильм на двух кинофестивалях (Московском — фильм открытия и Одесском — программа «Специальные показы») и получить первые рецензии. Несмотря на появление отрицательных рецензий, по словам Вадима Иванова, генерального директора UPI, волноваться не о чем. Очень часто мнение прессы не совпадает с мнением зрителей. Важно, что проект поддержали трендсеттеры «Сноб» и OpenSpace.

Обложка журнала «Сноб»
с исполнителем главной роли
Данилой Козловским



Положительная
рецензия
сайта
OpenSpace.ru

РЕЦЕНЗИЯ

«Duxless»



Оцените материал

Анжелика Артюх, Денис Соловьев-Фридман · 25/06/2012

Комментариев: 9

Просмотров: 26892

Вставить в блог

АНЖЕЛИКА АРТЮХ и ДЕНИС СОЛОВЬЕВ посмотрели экранизацию романа Сергея Минаева и, к своему удивлению, нашли ее революционной историей становления личности в борьбе

Имена: Роман Прыгунов

UPI



РЕКЛАМА В КИНОТЕАТРАХ И НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



В кинотеатры за два месяца до старта проката были доставлены рекламные материалы: стенды, флаеры, сити-форматы и постеры. Также были брендированы стаканы для попкорна. Наклеек и флажков дистрибьютор размещать не стал. В Москве присутствовало большое количество наружной рекламы: стикеры в метро и билборды. Регионы дистрибьютор охватил с помощью ТВ-размещения с минимумом наружной рекламы.

ТВ, РАДИО И СИМВОЛИКА

На ТВ помимо 10- и 15-секундных роликов в прайм-тайм каналов ТНТ, СТС, «Первого», ТВ-3, «Муз ТВ» и MTV, была выпущена масса программ с актерами и создателями фильма. Гостем первого в новом сезоне «Вечернего Урганта» 17 сентября стал исполнитель главной роли Данила Козловский. Сюжеты о фильме и интервью с создателями вышли на «Первом канале», «Культуре» («Магия кино»), НТВ, «Муз ТВ», «Москва 24», «Дожде» и других. Непосредственно перед выходом фильма на экраны ДУХLESS поддержал автор первоисточника Сергей Минаев в своем шоу Минаев Live.

Официальным информационным партнером фильма выступило «Русское радио». Было около 150 рекламных роликов, передачи с исполнителями главных ролей и розыгрыши билетов на фильм и символики.

Также, продюсеры фильма постарались максимально выйти в офлайн и создать мощный «сарафан» с помощью сопутствующей продукции. К релизу фильма были выпущены майки с цитатами из фильма, бейсболки, чехлы для iPhone и кружки, которые продавались на промо-стойках ДУХLESS в сети кинотеатров «Каро Фильм». Также сувенирную продукцию можно было приобрести в интернет-магазине.

Сувенирные футболки



ПЕЧАТНЫЕ И ОНЛАЙН СМИ

Огромная PR-работа проведена с печатной и онлайн-прессой, практически весь глянец сентября — октября заполнили интервью с исполнителями главных ролей. Данила Козловский появился на страницах Cosmopolitan, Playboy, Marie Claire, Harpers Bazaar, Rolling Stone, Joy, Glamour, «Аэрофлот», а также на обложках «Сноб» и Interview. Интервью Марии Кожевниковой были опубликованы в Hello, Артема Михалкова — в Grazia, Марии Андреевой — в InStyle и Harpers Bazaar, Сергея Минаева — в Антенне. Также во всех многотиражных изданиях («Афиша», «Коммерсантъ» и Time Out) вышли статьи о фильме и интервью с создателями и актерами. Естественно, эти материалы появились и в онлайн-версиях изданий.

ИНТЕРНЕТ

ДУХLESS official	
Бабки, сука, бабки! (с)	
Описание:	Модные клубы, престижные офисы, роскошные автомобили, закрытые вечеринки. В программе меню светских тусовок: шампанское, икра и кокаин... Девушки модельной внешности и мужчины из списка «Forbes» - часть его жизни. Он красив и успешен, он – герой нашего времени. Но неожиданная встреча с девушкой не из его круга может изменить эту сладкую жизнь...
	http://www.kinopoisk.ru/film/395372/
Веб-сайт:	http://www.duhlessfilm.ru
Дата создания:	14 августа 2012

The image shows a movie poster for the film 'Duhless'. On the left, a man in a dark suit is shown from the waist up, looking down. On the right, a dark car is partially visible. The text on the poster includes the name 'ДУХLESS' in large red letters, the actor's name 'ДАНИЛА КОЗЛОВСКИЙ' above it, and the director's name 'ПО СЦЕНАРИЮ СЕРГЕЯ МИНАЕВА' below it. At the bottom right, it says 'В КИНО С 4 ОКТЯБРЯ'.

В интернете помимо стандартного пакета медийной рекламы на «Яндексе», mail.ru, YouTube и «Кинопоиска» велась очень интересная работа с аудиторией в социальных сетях. В Facebook, Twitter и ВКонтакте были созданы аккаунты персонажа Макса Духлесс, где он активно общался с поклонниками. Это очень сильный ход продюсеров и, пожалуй, лучшее присутствие фильма в соцсетях за последнее время. Они не просто создали страницу фильма, как делает большинство, и набирают по 100-200 подписчиков. Они сделали Макса ближе к народу, создав страницу живого человека, пусть и выдуманного. Судя по цифрам, аудитория оценила это.

Распространением информации о фильме активно занимались и участники проекта. Мария Кожевникова имеет в сети ВКонтакте более миллиона читателей, и все они из первых рук узнавали о ДУХLESS. У Сергея Минаева около 100 000 подписчиков в twitter, у Васи Обломова — более 33 000 и более 20 000 подписчиков на YouTube. Некоторые известные блогеры поддерживали фильм. И многие известные друзья участников проекта с огромным числом читателей с удовольствием делились информацией о ДУХLESS, которая совсем не выглядела скучной. Потрясающее вирусное распространение!