

ДЖЕЙМС БОНД ВЫБИРАЕТ «КРЕДО-АСПЕК»

— Мы знакомы со всей страной, — сказала корреспонденту “Видео-Асс” директор посреднической киноторговой фирмы “Кредо-Аспект” Алла Мак-Маевская. И это не преувеличение. Ведь именно “Кредо-Аспект” закупила и благополучно вывела на наши экраны картину с Джеймсом Бондом “Никогда не говори — никогда”.

Фильм, прямо скажем, не новый для любителей видео. Но не у всех есть возможность смотреть зарубежное кино дома. Даже на черном рынке “Бондиана” в дефиците. Уж очень популярен он, обаятельный, неотразимый шпион, так долго числившийся в черных списках наших кинокритиков и таможенников, а теперь легализовавшийся, и не где-нибудь в полуподвальном пиратском видеосалоне, а на большом экране, поражая масштабом съемок, яркостью красок и почти совсем неизвестным нашему зрителю стереозвук.

“Между тем, “Кредо-Аспект” планирует закупать не только жемчужины из фондов мирового кино, но и новинки. Россия — родина парадоксов. Может быть, у нас именно большое кино сможет поднять видеопиратов? По крайней мере очереди у кинотеатров, где

демонстрировался “Никогда не говори — никогда”, опровергают расхожее мнение о том, что видео станет могильщиком большого экрана. Не похоже. Сегодня одно не мыслимо без другого: видео и кино — две половинки одного целого.

“Кредо-Аспект” существует больше года, реализовано за это время 19 советских картин и 7 зарубежных. Торговля — дело не простое, а рынок есть рынок. Тут закон один — все для клиента. Хорошо усвоив столь простое и вместе с тем обязательное (если хочешь добиться успеха) правило, фирма дает возможность выбора покупателю. Во-первых, цены — они дифференцированные, по договоренности. Во-вторых, можно купить лицензию на показ фильма в конкретном регионе, заказать столько копий, сколько вам необходимо, или просто взять ленту напрокат — кому что по средствам. Более того, в “Кредо-Аспект” не требуют денег вперед, а получив небольшой аванс, позволяют прокатчикам поработать с фильмом 3-4 месяца и только после этого берут причитающуюся часть прибыли. Удобно, правда? Да еще вдобавок к фильму прилагается рекламный пакет: билеты, афиши, плакаты — полный “джентльменский” набор,

необходимый для того, чтобы придать премьере особый блеск.

На восьмом всесоюзном кинорынке успехом пользовались американские фильмы, предложенные “Кредо-Аспект”: “Гадюка”, “Столкновение” и “Похищенная”. Картины динамичные, остросюжетные, кассовые. К таким привык сегодняшний зритель, воспитанный, кстати на видео, где боевики и детективы вполне по-американски держат лидерство.

Тут не сетовать надо, а учиться и как снимать это зрелищное кино, и как делать кинобизнес, и как торговать... Фирма сориентирована не только на коммерцию, что попало здесь не покупают, выбирают лишь “хорошее кино”, несущее, на взгляд экспертов, положительный заряд. Вот почему в каталоге фирмы встре-



ВИЗИТНАЯ
КАРТОЧКА

чаются и некассовые картины — “Лошади в океане”, “Казенный дом”. Надо же противостоять той волне “чернухи”, которая захлестнула наш киноэкран. “Мы считаем эти ленты очень важными для себя, — говорит А. Мак-Маевская, — они об одиночестве, о доброте, о любви...”

Недавно “Кредо-Аспект” приобрело еще один пакет фильмов производства США, Великобритании, Франции.

Зрителя ждет встреча с Луи де Фюнесом, знакомство с эксцентричной пародией на нравы сицилийской мафии и другие киносюпризы, которые пока открывать не будем. ■

