



REUTERS

САМЫЕ ДОРОГИЕ КОНКУРСЫ «ЕВРОВИДЕНИЯ» В ИСТОРИИ

2012 — Азербайджан (Баку) — €160 млн

€60 млн было потрачено на создание шоу. Еще более €100 млн было выделено на строительство концертного зала для конкурса.

2014 — Дания (Копенгаген) — €45 млн

Если быть точным, то, по расчетам датского Национального аудиторского бюро, общая стоимость песенного конкурса «Еurovision-2014» в Копенгагене составила €44,8 млн. Копенгаген утроил расходы по сравнению с конкурсом, проведенным в Мальмё годом ранее, который стоил всего €16,7 млн. Общественный вещатель Danmarks Radio потратил €26,4 млн на производство, превысив свой изначальный бюджет на €1 млн. Однако 90% бюджета пришлось на реконструкцию бывшего судостроительного комплекса B&W Halleme, в котором проводился конкурс. Строительство арены и благоустройство района вокруг нее обошлось властям Копенгагена в €18,4 млн вместо заранее оговоренных в смете €4,6 млн.

2009 — Россия (Москва) — €33 млн

Основной статьей расходов организаторов стали аренда и переоборудование спорткомплекса «Олимпийский». В частности, в нем была построена крупнейшая в истории «Еurovision» сцена размером 10 тыс. кв. м. По некоторым данным, стоимость проекта составила €20 млн.

В мае 2019 года Тель-Авив готовился принять около 18 тыс. туристов, которые должны прибыть специально на музыкальный конкурс. Местные отели загодя начали поднимать цены на проживание. В среднем шесть ночей на двоих туристам обходится в \$5,5 тыс., что на порядок дороже расценок в остальных городах страны.

В страну—хозяйку мероприятия приезжают не только поклонники музыки, но и работники средств массовой информации.

На конкурс в Тель-Авив зарегистрировались 1,5 тыс. журналистов, что превысило количество представителей прессы, сопровождавших Барака Обаму во время его визита в Израиль в 2013 году и папу римского, который приехал в страну через год. Правительство страны разработало программу для СМИ под названием «Израиль за пределами конфликта», а Тель-Авив заложил в городской бюджет свободный вход в музеи и другие бесплатные развлечения для иностранных гостей.

Важнейший же источник заработка организаторов конкурса — продажа билетов и рекламы во время прямой трансляции шоу. «Говоря о „Еurovision“ стоит рассматривать не одно шоу, а шесть: два полуфинала и репетиции к ним, а также генеральный прогон финала и сам финал. На одном шоу невозможно поднять такой доход, на который целятся организаторы конкурса», — отмечает Сергей Балдин.

Стоимость билетов на финал «Еurovision-2019» варьируется от £280 до £490, а на репетиции и полуфиналы составляет около £73. Цены на билеты в этой категории были снижены, так как вначале поклонники

музыкального конкурса раскритиковали организаторов за дороговизну.

Высокая стоимость обусловлена вместимостью зала Exro Tel Aviv: он рассчитан на 7,3 тыс. человек, из которых 3 тыс. зарезервированы для EBU, делегаций и других официальных лиц и только 4,3 тыс. мест отданы широкой публике.

Однако если билеты купить не удалось, по мнению экспертов, переживать не стоит. «„Еurovision“ заточено на показ по телевизору. Все номера смотрятся намного выгоднее на экране, чем вживую. Это достигается за счет того, что на репетициях последовательно рассчитывается каждое движение артистов, каждый план и ракурс операторы тщательно выверяют с ними и согласуют, чтобы в финале вести съемку в полуавтоматическом режиме. Таким образом, если конкурсант самопроизвольно сдвигается вправо или влево во время прямого эфира, он может выпасть из нескольких планов. На „Еurovision“ нет места экспромтам. Они могут стоять очень и очень дорого», — пояснил Евгений Тимашук.

«Мольер говорил, что гениальное никогда не будет популярным. Слишком жесткие правила, исходящие от формата телевидения. Шаг вправо, шаг влево. Расстрел. Эксперты сами прокляли конкурс еще в 1974-м, а критиков вспоминают два раза в год: когда умер какой-нибудь музыкант или во время „Еurovision“». Второй ABBA больше не будет. „Еurovision“ — это шоу, причем дорогостоящее. А за качественной музыкой стоит ехать на международные музыкальные фестивали типа „Гластонбери“. „Еurovision“ все-таки немного про другое», — считает Александр Кушнир.

С ним согласен продюсер Сергей Смолин. По его мнению, «Еurovision» — хороший телепродукт в плане как цифр, так и спроса со стороны рекламодателей.

Как правило, данные о стоимости рекламы во время трансляций конкурса не раскрываются, однако национальный вещатель Ирландии RTE в 2015 году заявил, что 30-секундное рекламное место в двух полуфиналах и финале, а также во время их документального фильма «60 лет „Еurovision“» стоили £25 тыс. Высокая цена объяснялась тем, что финал позволял провести только две рекламные паузы длительностью всего 90 секунд.

Прямое размещение рекламы вызывает больший интерес. Так, по оценке агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций Aгena, в 2015 году совокупные затраты всех рекламодателей в России, которые вложились в этот вид продвижения в рамках «Еurovision», составили более £700 тыс.

При этом само «Еurovision-2009», проходившее в Москве, установило своеобразный антирекорд — по почти полному отсутствию рекламы во время трансляции финала. «Видео Интернешнл» продавало рекламу примерно на 25% выше стандартных расценок на прайм-тайм «Первого канала». Желающих заплатить такую цену за еврозрителей нашлось немного — то есть практически никого. Помимо роликов спонсоров — Райффайзенбанка, «Ростелекома» и Mary Kay — во время финала можно было увидеть только рекламу шедших на тот момент в кинотеатрах фильмов «Ночь в музее-2» и «Ледниковый период: эра динозавров».

Еще одна сторона, зарабатывающая на «Еurovision», — это мобильные

операторы, которые всегда приветствуют голосование посредством сотовых телефонов. В 2018 году стоимость СМС или звонка составляла в Испании €1,09, в Исландии — €1,04, в Португалии — €0,74, во Франции — €0,75 за СМС и €0,99 за звонок. Голосовать с одного телефона можно несколько раз.

Есть шанс подзаработать и у зрителей. Букмекерские конторы ежегодно включают «Еurovision» в свои котировки и уже за два месяца вплоть до самого старта конкурса принимают ставки. Пока же остается ждать, сможет ли Сергей Лазарев со второй попытки принести России первое место в конкурсе. По мнению экспертов, по качеству исполнения у артиста есть все шансы пробиться в лидеры. «Лазарев — это, по сути, система популярной музыки, которая работает как часы, отвечая всем параметрам конкурса: голос, танцевальный компонент, солидные спецэффекты и проч. Вопрос лишь в том, сможет ли жюри и публика сконцентрироваться на качестве исполнения или же в очередной раз будет руководствоваться геополитическим и этническим подходом», — считает Александр Кушнир ●