

Пять ошибок, из-за которых сценарии не выходят на международный рынок

Многие сильные сценарии так и остаются непрочитанными не потому, что идея плохая, а потому что проект не подготовлен к профессиональной индустрии.

Международный рынок требует не только хорошей истории, но и понимания того, как представить проект продюсерам, фестивалям и партнёрам.

В этом кратком PDF мы собрали ошибки, которые чаще всего мешают начинающим сценаристам двигаться дальше.

Ошибка 1

Сценарий отправляют слишком рано

Многие сценаристы начинают рассылать проект сразу после завершения первого драфта. Но первый вариант сценария — это только начало работы.

Даже сильной истории часто не хватает профессиональной доработки, точной структуры и внешнего взгляда со стороны. Именно поэтому в международной индустрии так важны script consultants и script doctoring.

Перед отправкой продюсерам, фестивалям или инвесторам сценарий должен пройти несколько этапов развития. Иначе хороший проект рискует остаться незамеченным.

Ошибка 2

Нет понимания, для какого рынка создается фильм

Многие начинающие авторы пытаются одновременно писать «для Канн» и «для Netflix», не понимая, что фестивальное и коммерческое кино работают по разным законам.

Европейский рынок ценит авторский голос, атмосферу, социальную глубину и режиссёрское высказывание. Голливудская система чаще ориентирована на жанр, структуру и коммерческий потенциал.

Поэтому важно с самого начала понимать, для какой аудитории и какого рынка создаётся проект. Именно это определяет стратегию продвижения фильма, фестивальную путь и интерес со стороны продюсеров.

Ошибка 3

Автор думает только о сценарии, а не о проекте

Многие авторы уверены, что для успеха достаточно хорошего сценария. Но на международном рынке продюсеры и фестивали оценивают не только текст, а весь проект целиком.

Важно понимать, как представить историю профессионально: сформулировать сильный logline, подготовить короткий pitch, продумать визуальную атмосферу фильма и собрать базовый producer package.

Даже талантливый сценарий может остаться без внимания, если проект не имеет чёткого позиционирования и понятной стратегии продвижения.

Ошибка 4

Игнорирование фестивальную стратегию

Многие начинающие сценаристы сосредоточены только на написании фильма и почти не думают о фестивальную стратегии. Но именно фестивали, markets и co-production platforms часто становятся точкой входа в международную киноиндустрию.

Сценарные лаборатории, индустриальные платформы и кинорынки помогают не только развивать проект, но и находить продюсеров, партнёров и будущих дистрибьюторов. В европейском кино networking играет огромную роль — иногда один профессиональный контакт может изменить судьбу фильма.

Чем раньше автор начинает понимать, как устроена фестивальная и индустриальная среда, тем больше шансов у проекта выйти за пределы локального рынка.

Ошибка 5

Отсутствие международного позиционирования

Даже интересный сценарий может потеряться на международном рынке, если проект не подготовлен для зарубежной аудитории. Многие начинающие авторы ограничиваются только русскоязычными материалами и не задумываются о международном позиционировании фильма.

Для работы с продюсерами, фестивалями и инвесторами необходимы профессионально подготовленные материалы на английском языке: logline, synopsis, pitch deck и описание проекта. Не менее важно понимать, кому именно адресован фильм и как представить его в международном контексте.

International packaging — это не формальность, а часть стратегии продвижения. Именно от неё часто зависит, заинтересует ли проект фестиваль, копродюсера или зарубежного партнёра.

Если вы хотите подготовить свой проект к фестивалям, международным питчингам или профессиональному продвижению — свяжитесь с Sauban Film Productions.

Мы работаем с начинающими авторами, независимыми продюсерами и международными проектами на этапе разработки и позиционирования.