



НАГРАДИЛИ В ЛОС-АНДЖЕЛЕСЕ

Премия US International Film & Video Festival досталась фильму о строительстве «ЗапСибНефтехима».

ПО ТРАДИЦИИ КОНКУРСА ПРИЗ ВРУЧАЕТ ПРЕЗИДЕНТ ФЕСТИВАЛЯ ЛИ ГЛАКМАН, ДЛЯ ЭТОГО ОН ЛИЧНО ПРИЕЗЖАЕТ В СТРАНУ-ПОБЕДИТЕЛЬНИЦУ.

«Пункт назначения Тобольск» посвящен сложной логистике при строительстве «ЗапСибНефтехима». Тринадцатиминутный фильм рассказывает о том, как доставить негабаритное оборудование из семи стран на строительную площадку СИБУРа, если провезти такой груз по автострадам невозможно, поезд с оборудованием не впишется ни в один поворот, а в Индийском океане хозяйничают сомалийские пираты.

Идею и реализацию фильма высоко оценило международное жюри авторитетного конкурса US International Film & Video Festival. Этот ежегодный фестиваль проходит в США с 1968 года. Цель, которую заявляют организаторы, – демонстрация лучших работ, снятых для промышленных, государственных и образовательных организаций и призванных информировать, обучать и мотивировать аудиторию. В конкурсной программе несколько секций: корпоративные, обучающие, развлекательные и документальные фильмы. Кроме того, в отдельную секцию вынесены студенческие работы.

СОЗДАТЕЛИ ФИЛЬМА РАССКАЗЫВАЮТ О КОНКУРСЕ И ТОНКОСТЯХ ПРОИЗВОДСТВА ВИДЕО
([HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=YDX84YP5LF0](https://www.youtube.com/watch?v=YDX84YP5LF0)) В ИНТЕРВЬЮ «КОММЕРСАНТЪ FM» .

Жюри фестиваля состоит из руководителей ведущих видеопродакшен-компаний мира и обладателей «Оскара» и Emmy Awards. В этом году, чтобы выбрать лучших из лучших, они просмотрели более 1000 фильмов, представленных участниками из 30 стран. И обладателем Гран-при фестиваля был назван «Пункт назначения Тобольск».

«Нашей целью было рассказать о строительстве «ЗапСибНефтехима» и о том, что завод принесет пользу не только СИБУРу, но и всей стране, – прокомментировал Артур Борцов, директор по корпоративным коммуникациям СИБУРа. – Еще одной задачей фильма стало привлечение сотрудников на предприятие, для этого мы демонстрировали его на региональных каналах. Чтобы зацепить человека, сегодня уже недостаточно просто сказать: «Мы – крупнейшая компания», нужны драматургия, интересная история. Видеопотребление контента активно растет, поэтому именно такие истории, которые цепляют зрителя, будут набирать обороты, а их авторы – выигрывать».