



НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент

ИЗМЕНЕНИЕ ПАРАДИГМЫ ГОСПОДДЕРЖКИ В МИРЕ

текст: **Ксения Леонтьева**

Тема господдержки – одна из самых болезненных и всегда актуальных в России. При этом как обыватели, так и профессионалы часто подразумевают под этим ограниченный круг мер, к которым может прибегать государство с целью поддержания отечественных кинематографистов: так, в нашей стране речь чаще всего идет о выделении больших денег (желательно безвозвратных) и о введении «жесткого протекционизма».

Между тем мировая практика господдержки весьма разнообразна и в последние годы подход к ней заметно меняется. Россия не является исключением: в 2016 году в стране наконец заговорили о сис-

темах фискальных стимулов (упорно называемых заморским словом «рибейт»), а с 2017-го они даже начинают внедряться в отдельных регионах. Однако обо всем по порядку.

ВИДЫ ГОСПОДДЕРЖКИ

Поддержка кинематографистов со стороны властей часто носит совсем не денежный характер. Так, одним из важных ее видов является заключение межгосударственных договоров о копродукции, которые облегчают сотрудничество кинематографистов разных стран: в России этот метод активно применяется со времен СССР, и сейчас у нашей страны заключены 5 двусторонних договоров (с Францией, Германией, Италией,

Болгарией, Канадой) и 2 многосторонних (с Европой и странами СНГ).

Другой способ, не требующий финансовых трат, – наложение ограничений на элементы свободного рынка. Самым ярким примером будет квотирование – довольно архаичный, но все же используемый в некоторых странах (например, в Китае или Аргентине) способ расширения рынка сбыта отечественных фильмов путем ограничения конкуренции с зарубежной продукцией (заметим, что во Франции квоты на кинотеатральный прокат были отменены в 1950-м, а дольше всех в Европе продержались они в Великобритании – вплоть до прихода к власти правительства Маргарет Тэтчер в 1983-м).

продолжение на стр. 2

BACK IN БЕЛОРУССИЯ

текст: **Ксения Леонтьева,**
Татьяна Горская

Статьи, освещающие кинорынок Белоруссии, уже публиковались в «Синемаскопе» №50 и №55 – изучением этой территории мы занимаемся давно, однако лишь сейчас Невафильм Research завершила работу над масштабным отчетом, описывающим развитие этого рынка с 2012 года, а также раскрывающим его особенности. Мы предлагаем вашему вниманию фрагменты этого исследования.

ПОДДЕРЖКА КИНЕМАТОГРАФИИ

Республика Беларусь выделяется на постсоветском пространстве во многом благо-

даря сохранившимся со времен СССР приметам. Видны они и в киноиндустрии: здесь главенствует государственный сектор – как в производстве, так и в показе. При этом кинематографу уделяется огромное внимание: в стране имеется отраслевой закон (№292-3 от 14.06.2004), а в 2016 году принят Кодекс о культуре, который упорядочивает сферу кинематографии в соответствии с изменившимися за 12 лет условиями.

Основным методом поддержки кинематографии в Белоруссии является прямое финансирование, которое распространяется на производство, прокат и показ. В первом случае средства госбюджета выделяются национальным фильмам и картинам социально-творческого заказа.

продолжение на стр. 4

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЗРИТЕЛЯ

текст: **Ксения Леонтьева,**
Виктория Иванова

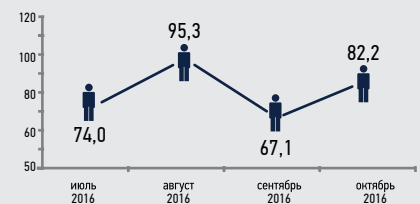
МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Осенью 2016 года стартовал «III Всероссийский опрос киноаудитории» Невафильм Research. Как и первые два (в 2011-м и в 2013-м), это исследование проходит в тесном взаимодействии с отечественными кинопо-

казчиками: на основании выборки, отражающей число жителей в городах с кинозалами, мы отобрали около 50 кинотеатров по всей стране, которые разместили нашу анкету на своих сайтах и в течение месяца вели активную рекламную кампанию опроса среди своих зрителей, а также проводили очное анкетирование.

продолжение на стр. 6

ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



Подробности на стр. 8

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



Подробности на стр. 8

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ



1 января 2016 | 1 ноября 2016

ИЗМЕНЕНИЕ ПАРАДИГМЫ ГОСПОДДЕРЖКИ В МИРЕ

Продолжение. Начало на стр. 1

Ограничения могут налагаться и на выпуск иностранных фильмов в определенные даты или возможен их перенос в случае прямой конкуренции с национальными картинами (снова вспоминается Китай и, с недавних пор, Россия). Актуальным может быть также регулирование сроков между выпуском фильмов в кинотеатрах и на других каналах сбыта (т. н. «система окон») – на законодательном уровне такие ограничения действуют во Франции, что помогает кинопрокату выдерживать конкуренцию с новыми медиа, но вызывает недовольство правообладателей.

Законодательство также может *обязать* всю цепочку игроков рынка, отвечающих за сбыт кинопродукции, *вкладывать в кинопроизводство*: посредством целевого налога, питающего фонд прямого финансирования кинематографии, или же напрямую инвестируя в конкретные фильмы. Иногда у телекомпаний и сервисов видео по запросу есть выбор между этими опциями (например, в Бельгии), а иногда они обязаны делать и то и другое (Франция, Германия, Польша). В то же время они могут получать преференции в случае таких инвестиций – так, во Франции для каналов-сопродюсеров уменьшается «окно» до телетрансляции.

Небольших вложений со стороны бюджета требует такой способ господдержки как *кинокомиссия* – создание специальных отделов при региональных министерствах культуры, ответственных за консультирование съемочных групп (как местных, так и приезжих), по вопросам локаций, инфраструктуры и пр., а также за помощь им при получении разрешений на съемку. Институт кинокомиссий возник в Канаде в 1970-х годах с целью привлечения в провинции страны кинематографистов из США и с тех пор стал очень популярен во всем мире. К сожалению, в России до сих пор нельзя назвать ни одной полноценной кинокомиссии в регионах и тем более на федеральном уровне; при этом в последнее время в связи с широким обсуждением перспектив внедрения «рибейтов» слово «кинокомиссия» фигурирует в киносообществе и в прессе все чаще. На наш взгляд, впрочем, смешение этих понятий некорректно.

«Рибейты» относятся к *фискальным стимулам*, но не являются единственным их вариантом. Стимулы также требуют бюджетных средств, однако они генерируют дополнительный доход для экономики страны или региона и, по сути, являются самокупаемыми (последнее особенно касается пресловутых «рибейтов»). Исследователи выделяют три основных вида фискальных стимулов: «tax shelter», «tax credits» и «rebates» – на русский их можно перевести как «налоговые льготы», «налоговые вычеты» и «прямые денежные возвраты».

- **«Налоговые льготы»** освобождают вложенные в кинопроизводство средства от налога на прибыль или НДС; при этом инвесторы могут в дальнейшем получить прибыль от реализации фильмов (уже облагаемую налогом) – они нацелены на непрофильных инвесторов, прежде всего резидентов.
- **«Tax credits»** на самом деле не совсем аналогичны российскому термину **«налоговые вычеты»**, но и «налоговый кредит» как отсрочка в выплате налога также не подойдет для их определения – под этим видом фискальных стимулов подразумеваются льготы по тем или иным видам налогов, действующим в стране или регионе, которые продюсеры могут получить, вычитая определенную правилами сумму из налогов, причитающихся к выплате в бюджет. На самом деле это уже выплаченные в процессе производства деньги (к примеру, НДС, налог с продаж, налоги на зарплату местной рабочей силы и т. п.), поэтому они возвращаются из бюджета по завершении производства и предоставления продюсером финансовых документов и декларации. Отличие от традиционных налоговых вычетов заключается в том, что они уменьшают не налогооблагаемую базу, а саму сумму налога; часто сумма вычета даже превышает ее.
- **«Прямые денежные возвраты»**, или «рибейты» устроены проще всего – они предполагают получение продюсерами части потраченных в стране/регионе средств на производство.

Отметим, что в случае применения вычетов или возвратов власти часто устанавливают минимальные суммы, которые необходимо потратить в регионе, требования к найму местных работников и к использованию кинопроизводственной инфраструктуры, а также условия «культурного теста».

Стоит добавить, что специалисты ЕАО в своем недавнем исследовании (см. ниже) сделали оговорку, что к этому виду господдержки может быть отнесена и льготная ставка по НДС для кинокомпаний – такая мера как раз применяется в России или, например, в Белоруссии.

Пожалуй, наименее распространенной мерой поддержки, несмотря на ее невысокую затратность, является *предоставление гарантий* со стороны государства для продюсеров, обращающихся за кредитами в банки: подобные меры доступны во Франции, Испании, Португалии, Польше; на пан-европейском уровне они вводятся в рамках расширения программы «Creative Europe» – «Cultural and Creative Sectors Guarantee Facility». Сходными с этими мерами поддержки можно считать льготное банковское кредитование кинопроизводства (когда разница

между рыночными и льготными процентами компенсируется из бюджета – действует в России в рамках поддержки Фонда кино) или такую экзотическую форму, как «страхование продюсерского риска» (Белоруссия).

Самая же дорогостоящая форма господдержки, до сих пор доминирующая в России и во многих других странах, за исключением, пожалуй, таких кинематографических держав, как США и Индия, – это *прямое финансирование*. Причем в России это финансирование идет из госбюджета, тогда как во многих европейских странах фонд поддержки формируется независимо – из налога на кинобилеты, обязательных взносов других участников аудиовизуального рынка (Франция, Германия, Польша и др.) или из средств национальной лотереи (Великобритания). Прямое финансирование в дальнейшем может предоставляться продюсерам, экспортерам (или идти на продвижение отечественного кино за рубежом), кинотеатрам и другим участникам киноиндустрии. Оно может быть возвратным или невозвратным, выборочным (выдается на основании конкурса) или автоматическим (на базе выполнения условий – например, демонстрации определенной доли отечественных фильмов в кинотеатрах или в виде получения доли кассового сбора от предыдущего проекта продюсера для съемок следующего). В России эта форма используется именно в виде выборочной поддержки, хотя отбор компаний-лидеров на основании их прошлых достижений носит черты автоматической (не реализованной до конца). В 2016-м – в честь Года кино – вся выданная прямая господдержка в России была невозвратной.

ЭВОЛЮЦИЯ ГОСПОДДЕРЖКИ В ЕВРОПЕ В 2010–2014 ГОДАХ



www.obs.coe.int
Цена – 95–130 евро

Исследование Европейской аудиовизуальной обсерватории 2016 года «Государственное финансирование кино- и телепроизводства – Состояние «мягких»¹ денег в Европе»² свидетельствует, что за 2010–2014 годы совокупная господдержка теле- и киноконтента в 35 странах Европы выросла на 13,4% (с 2,13 до 2,41 млрд евро, в среднем за период составил 2,29 млрд евро).

¹ «Мягкими» деньгами называют субсидии, которые не требуют возврата, или же беспроцентные кредиты, предоставляемые государственными органами в виде поддержки.

² Julio Talavera, Gilles Fontaine, Martin Kanzler. Public financing for film and television content – The state of soft money in Europe. – European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2016.

На долю кинопроизводства для театрального проката приходится 41% всех затрачиваемых средств (58,4% – без учета Франции, где структура затрат отличается от средне-европейской); с существенным отставанием от первой статьи затрат следует поддержка телевизионного производства. За исследуемый пятилетний период заметные изменения произошли лишь в двух направлениях господдержки в Европе: почти в полтора раза увеличились суммы, направляемые на производство видеоигр (это происходит преимущественно благодаря Франции), тогда как господдержка цифровизации кинопоказа почти сошла на нет (поскольку этот процесс уже завершился).

Количество действующих фондов поддержки в Европе остается достаточно стабильным – порядка 250, хотя за рассматриваемые 5 лет 21 из них был закрыт, однако еще 20 новых были открыты. Среднегодовой суммарный доход 215 фондов, по которым удалось собрать информацию, составил 2,53 млрд евро; при этом по итогам 5 лет он вырос на 2,7%, достигнув пика в 2012 году, далее пойдя на спад. Треть всех фондов работают на федеральном или национальном уровне, имея в своем распоряжении три четверти всех денежных ресурсов. При этом на долю одной лишь Франции приходится 42% «общеевропейского бюджета» всех фондов; остальные большие рынки Европы (Германия, Великобритания, Италия и

Испания) серьезно отстают от лидера. Такого результата CNC добился благодаря обязательным взносам в его фонд со стороны телекомпаний. Вообще же двумя основными источниками средств европейских фондов поддержки кинематографии являются государственный бюджет и взносы телеканалов; при этом нарастающей проблемой становится постепенное сокращение вклада телевидения.

Наконец, ситуация с фискальными стимулами описывается в отчете согласно исследованию 2014 года³, проведенному аналитиками «Olsberg SPI» по заказу EAO: за 2005–2014 годы число таких схем в Европе увеличилось с 12 до 26 – и продолжает расти. При этом исследователи отмечают, что правительства все чаще делают выбор в пользу денежных возвратов (cash rebate) как наиболее простой в использовании и самокупаемой модели.

НАШЕСТВИЕ ФИСКАЛЬНЫХ СТИМУЛОВ

Фискальные стимулы – ключевой тренд в изменении системы господдержки аудиовизуальной сферы не только в Европе, но и во всем мире. Их стремительному распространению способствует то, что появление такой схемы в одной стране ведет к перетеканию объемов кинопроизводства в нее из стран соседних, а значит, их прави-

³ Jonathan Olsberg, Andrew Barnes. *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*. – European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2014.

тельства вынуждены предпринимать аналогичные меры, чтобы остановить утечку.

В мировом масштабе крупнейшими (и старейшими) поставщиками денежных возвратов и налоговых вычетов являются США и Канада – здесь такие меры господдержки существуют практически во всех штатах и провинциях. С середины 2000-х годов подобные, хотя и менее масштабные, программы можно встретить и в Латинской Америке (в Мексике и Бразилии, к примеру, фискальные стимулы рассчитаны на местных непрофильных инвесторов). В 2007–2008 годах денежные возвраты, прежде всего для привлечения иностранных съемочных групп, были введены в Австралии и Новой Зеландии; сейчас они составляют до 30% и 25% соответственно. В последние годы системы фискальных стимулов в мире растут как грибы после дождя. Вот лишь некоторые примеры: с 2011 года до 25% потраченных средств можно вернуть в Южной Корее; с 2012-го денежные возвраты до 30% зарубежным кинематографистам предлагают Объединенные Арабские Эмираты; с 2014-го Южно-Африканская Республика возвращает иностранцам 22,5–25% потраченных на кинопроизводство средств (местные продюсеры могут рассчитывать на 25–35%); в 2015 году подобные схемы запущены в Кении (до 30%) и Марокко (20%); в 2016-м – в Таиланде (15–20%)...⁴

⁴ www.thelocationguide.com/blog/category/incentive-news.

Региональные кинопроизводители встретились в Москве

22 октября в рамках KinoPoisk Film Market по инициативе НЕВАФИЛЬМ RESEARCH прошла конференция, объединившая продюсеров, снимающих фильмы в регионах в условиях почти полного отсутствия государственной помощи и кинопроизводственной инфраструктуры. Продюсеры делились опытом и обсуждали пути выхода в кинотеатральный прокат.

В завершение состоялось их знакомство с представителями кинотеатров в малых городах, которые обязаны демонстрировать 50% сеансов отечественных фильмов: сотрудничество таких площадок с местными кинопроизводителями может оказаться весьма полезным для обеих сторон. Ведь главное желание региональных продюсеров – получить доступ к экранам.

Запись выступлений 22 октября можно посмотреть на официальном канале «Невафильм» на YouTube.

Новые киноплощадки НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

Осенью 2016 года при содействии отдела оборудования компании «Нева-

фильм» были открыты мультиплексы «Ambar Cinema» в Самаре, «Небо» в Нижнем Новгороде и «Столичный» во Владикавказе. Третий из них впервые в России полностью оснащен акустикой и усилителями Christie Vive Audio, имеющими ленточные диффузоры, зона оптимального звукового восприятия которых больше в 4 раза по сравнению с аудиосистемами на компрессионных диффузорах.



Продолжается сотрудничество «Невафильм» и с малыми населенными пунктами, где открываются залы по программе Фонда кино. Всего осенью было открыто более 30 залов; на 1 ноября 2016 года доля залов, оборудованных специалистами НЕВАФИЛЬМ CINEMAS, в России составляет 24%.

Европейские исследователи обсудили актуальные вопросы киноиндустрии

24–25 октября 2016 года в стенах British Film Institute в Лондоне состоялась 14-е заседание сети европейских исследовательских киноагентств (EFARN). Как обычно, в ходе встречи были представлены результаты работы аналитиков при министерствах культуры и кинофондах стран Европы.

В фокусе внимания исследователей уже не в первый раз оказались вопросы отслеживания результатов проката и продаж фильмов на различных платформах; исследований киноаудитории, которая уходит из залов к подписным сервисам видео по запросу; копродукции и ее эффективности; источников господдержки и изменения ее структуры и принципов. Были также представлены отчеты, отражающие такие важные для современного европейского общества аспекты, как равноправие членов съемочных групп и экологичность процесса кинопроизводства.

Россию на встрече традиционно представила ведущий аналитик НЕВАФИЛЬМ RESEARCH Ксения Леонтьева. Компания «Невафильм» как официальный партнер Европейской аудиовизуальной обсерватории в России входит в EFARN с 2010 года.

В Европе к 26 действовавшим на конец 2014 года⁵ системам фискальных стимулов добавились еще три: German Motion Picture Fund (денежные возвраты до 20%) заработал в 2015 году в Германии; в 2016-м возвраты стало можно получить в Сербии (20%), Словении (25%) и Эстонии (20–30%); Португалия же и Румыния выбрали вариант налоговых вычетов. В 2015-м Франция увеличила размер налоговых вычетов в рамках международной программы TRIP до 30%. В 2017-м изменения в свою систему налоговых вычетов должны внести Ирландия и Италия; денежные возвраты заработают в Швейцарии (20–40%), Финляндии (25%), Норвегии (25%), Латвии (20–25%).⁶

Если же присмотреться к ближайшим соседям России, то здесь помимо уже описанных европейских действующих и планирующихся схем также имеются свои: с 2011 года в Белоруссии работает система налоговых льгот для непрофильных инвесторов в сферу культуры (до 10%); с 2016 года запущена программа денежных возвратов в Грузии (20–25%). Инициативные группы работают в Азербайджане (здесь должны принять закон о кино, в котором предусматриваются налоговые льготы), Казахстане (концепция развития кинематографа до 2050 года также предполагает введение налоговых льгот, в том числе для зарубежных съемочных групп) и на Украине (денежные возвраты в размере 10–25%; однако эта льгота не будет распространяться на российских продюсеров). Самым же масштабным является проект

⁵ См.: К. Леонтьева. Государственная поддержка кинопроизводства в Европе // Синемаскоп. № 2(50). 2015.

⁶ По данным 14-го заседания EFARN в Лондоне и www.thelocationguide.com/blog/category/incentive-news.

нашего юго-восточного соседа – Китая: денежные возвраты в размере 40% пойдут в новом кинокластере Циндао в 2018 году.

Таким образом, в ближайшее время наша страна окажется в окружении более привлекательных условий для съемок фильмов не только для иностранных групп, но и для российских продюсеров, которые неизбежно будут выбирать более выгодные территории для кинопроизводства.

ЛУЧШЕ ПОЗДНО, ЧЕМ НИКОГДА

Как же Россия реагирует на эти вызовы современного мира? С облегчением можем сказать, что в Год российского кино у нас появились хорошие новости: парадигма государственной поддержки в Российской Федерации проявила признаки изменений. С конца 2015-го Министерство культуры выступало с заявлениями о намерении открыть кинокомиссии в ряде регионов страны. В начале 2016-го идея внедрения системы фискальных стимулов была провозглашена исполнительным директором Фонда кино Антоном Малышевым. В августе свой проект представили Ассоциация продюсеров кино и телевидения и Агентство стратегических инициатив. Наконец, на закате Года кино стало ясно, что с 2017-го три программы денежных возвратов запускаются в России – в Астраханской (5%) и Калининградской (20%) областях, а также в Приморском крае (15%): соглашения об этом были заключены между Фондом кино и руководством указанных регионов. Проект Ассоциации продюсеров еще в стадии разработки: в прессе неоднократно появлялись заявления

инициаторов с различным перечнем регионов (полный список включает Москву, Санкт-Петербург; Ростовскую, Тульскую и Ярославскую области; Алтайский и Краснодарский края; Республики Крым, Татарстан и Чечню), однако окончательных решений ни в одном из них еще не принято.

Таким образом, Россия наконец встала на путь реформирования системы государственной поддержки кинематографии, соответствующий современным мировым тенденциям. В то же время выбранные для эксперимента регионы (как Фондом кино, так и Ассоциацией продюсеров) вызывают некоторое удивление. Ведь для того, чтобы с успехом принимать съемочные группы, охотящиеся за выгодой, сулимой фискальными стимулами, регион должен обладать квалифицированными кадрами и кинопроизводственной инфраструктурой. Соответственно, для тестирования данной системы больше бы подошли либо федеральные центры кинематографии (Москва, Санкт-Петербург или Екатеринбург), либо регионы, в которых наблюдается кинематографический бум (Якутия и Бурятия); ну и конечно, удивительна позиция властей Крыма, полагающих, что республика и без всяких стимулов является Меккой для любых съемочных групп, и на этом основании до сих пор отказывающихся от предложений как Фонда кино, так и Ассоциации продюсеров.

Так или иначе, на наш взгляд, эти новшества – лучший результат почти завершившегося Года российского кино.

© 2016, НЕБАФИЛЬМ RESEARCH,
Европейская аудиовизуальная
обсерватория

ВАСК IN БЕЛОРУССИЯ

Продолжение. Начало на стр. 1

Решение о присвоении статуса национального фильма принимается президентом Белоруссии по предложению Министерства культуры, а финансирование такого фильма из бюджета может составлять до 100% сметной стоимости. Фильмы, производимые в рамках социально-творческого заказа, отбираются решением Министерства культуры по результатам конкурсов на предложенную тематику. Из госбюджета на их производство выделяется до 100% сметной стоимости (в случае дебютных, детских, документальных или анимационных лент) и до 70% – в остальных случаях. Конкурсы на их отбор проводятся в среднем один раз в год.

До 2012 года только национальная киностудия «Беларусьфильм» получала господдержку и производила фильмы обоих типов. В 2012 году система была реформирована, и теперь другие компании, в т. ч. и частные, могут обращаться с заявками на признание производимых ими фильмов национальными или участвовать в конкурсах социально-творческого заказа. Эта же реформа ввела еще два способа поддержки.

Теперь белорусские кинопроизводители могут получить льготный кредит в банках Республики Беларусь на производство национальных фильмов или фильмов в рамках социально-творческого заказа: срок кредита может составить до трех лет, а ставка кредита не должна превышать 2% от ставки рефинансирования национального банка. Такие кре-

диты предоставляются по ходатайству Министерства культуры, которое и погашает остальную часть кредита из республиканского бюджета.

Были также разработаны правила возмещения продюсерского риска белорусских производителей крупнобюджетных фильмов в рамках социально-творческого заказа. Под этим подразумевается, что если продюсер подобного фильма в течение трех лет проката не собрал выручки, которая бы покрыла частные вложения, но при этом фильм посмотрели не менее 80 тыс. зрителей (не считая телепоказов), то продюсер может получить 50% своих затрат в качестве компенсации. При этом он должен заниматься прокатом фильма самостоятельно, а не передавать имущественные права на него третьему лицу.

С 2011 года в Белоруссии введены элементы фискального стимулирования в сфере культуры, направленные на местные компании и призванные увеличить объемы частных инвестиций. От уплаты НДС освобождаются услуги по демонстрации и прокату фильмов, а также услуги по производству киноvideо-продукции по заказу государственных организаций «Второй национальный телеканал» и «Столичное телевидение». Кроме того, от уплаты до 10% налога на прибыль освобождены безвозмездно переданные средства белорусским организациям культуры, а также вложенные в производство фильмов.

Прямое финансирование, так же как и налоговые льготы, касается и областных киноvideопрокатных организаций. Они ежегодно получают субсидии на осуществление своей деятельности, закупку прав проката на своей территории, а также на ремонт находящихся в их ведении кинотеатров и их цифровизацию. Кроме того, они имеют право распоряжаться прибылью, остающейся после уплаты налогов и взносов в фонде накопления и потребления. При этом такая поддержка сдерживает возможности частных кинопоказчиков войти на рынок и успешно на нем конкурировать.

Тем не менее частный сектор в последнее время крепнет во всех сферах кинематографии Белоруссии: началось все с частных посредников между московскими дистрибьюторами и областными КВО в начале 2000-х годов, а сейчас открываются первые успешные частные кинотеатры в Минске, расширяется круг продюсеров (хотя они в основном занимаются телевизионным или малобюджетным кино).

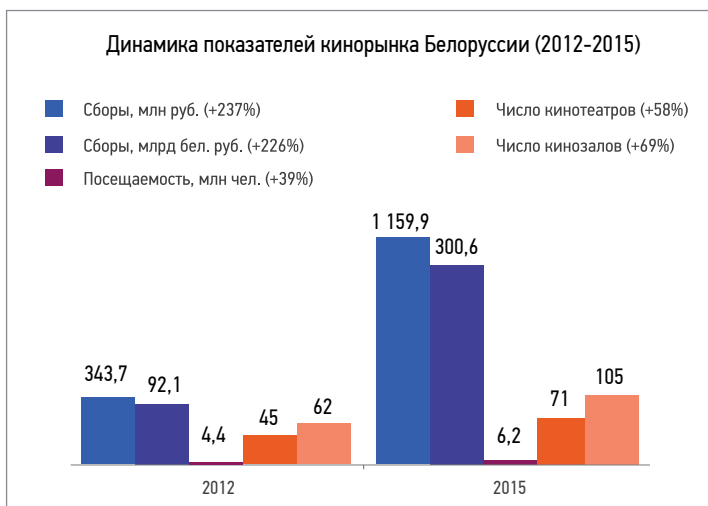
РЫНОК КИНОПРОКАТА

Сегодня в стране действуют около 20 частных прокатных компаний, а российские дистрибьюторы работают здесь как напрямую («20 век Фокс СНГ», «Каро Премьер»), так и через посредников («Интерфильм Дистрибьюшн» представляет интересы «Universal»; «Нью Арт Синема Продакшн» – WDSSPR; а «БелИнФильм» – «Paramount» и «Централ Партнершип»). Крупнейшим прокатчиком отечественных фильмов является студия «Беларусьфильм».

Анализ афиши кинотеатров Белоруссии показал, что за 2012–2015 годы

репертуар страны существенно расширился. За четыре года число фильмов увеличилось на 43%, а релизов – на 48%, достигнув в 2015-м 262 и 250 наименований соответственно. При этом общее количество картин на экранах Белоруссии гораздо меньше, чем в России, где в год выходит около 400 премьер, что объясняется менее развитой инфраструктурой кинопоказа в Республике Беларусь.

Как и в случае с числом релизов, кассовые сборы в стране стремительно растут: за период с 2012-го по 2015 год данный рост составил 237% в российских рублях и 226% – в белорусских. Число кинопосещений в Белоруссии за 4 года выросло на 39%. Однако при численности населения республики, составляющей 6,5% от числа россиян, уровень кинопосещений в Белоруссии вдвое ниже российского (3,5% от уровня РФ в 2015 году). А значит, потенциал этого рынка еще далеко не исчерпан.



РЫНОК КИНОПОКАЗА

Республика Беларусь – сравнительно молодой и небольшой рынок. К 1 июля 2016 года на нем насчитывалось 108 залов в 73 современных кинотеатрах (2,7% от числа залов в России). При этом все учитываемые нами кинозалы в стране являются цифровыми. За рассматриваемый период число киноэкранов выросло здесь более чем на 74%.

Самым насыщенным городским кинорынком Белоруссии сегодня является Минск, где плотность экранов достигла 2,09 на 100 тыс. жителей (для сравнения: в Москве на 01.07.2016 этот показатель равен 5,79; в Санкт-Петербурге – 6,6). Столичный рынок можно назвать наиболее развитым – в единственном городе-миллионнике Белоруссии расположены 37% всех залов страны, а также самые крупные кинотеатры.

Помимо такой специфики белорусского рынка, как преобладание кино-

театров государственной формы собственности, в республике есть и другая особенность – в стране распространены залы неполного дня, которые работают лишь по вечерам или несколько раз в неделю, например по выходным. В последнее время с развитием кинопоказа в малых городах России тоже стали появляться подобные залы (на первую половину 2016 года их в РФ меньше 1%, тогда как в Белоруссии этот показатель равен 39%).

ВЫВОДЫ

В последние годы рынок Белоруссии стремительно растет и имеет большой потенциал. В стране завершился переход к цифровым кинопоказу и прокату: «Беларусьфильм» перестала выпускать фильмы на пленке уже с 2012 года, а в стране прокатывают фильмы либо на DCP, либо на DVD.

Однако неравномерные условия конкуренции между государственными областными киноvideопрокатными организациями и частными кинотеатрами сдерживают развитие рынка и возможности повышения качества кинообслуживания населения. Тем не менее начавшееся расширение частной киносети должно привести в страну киноаттракционные форматы – прежде всего premium large format (IMAX), а также звук Barco Auro и эффекты движения, которые позволят поднять стоимость билетов и уровень кассовых сборов. Увеличение экранов должно повысить и спрос, который может приблизиться к российскому по числу посещений на душу населения за год.

Белоруссия имеет хорошие предпосылки и для развития кинопроизводства, прежде всего за счет привлечения иностранных съемочных групп (в первую очередь российских) благодаря выгодному курсу национальной валюты и низким ценам. Этому в настоящее время препятствуют затянувшийся ремонт главной производственной базы страны («Беларусьфильм») и разразившийся валютный кризис в России. Также привлекательным фактором является наличие льгот по налогу на прибыль для непрофильных инвесторов в кинопроизводство.

© 2016, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
По вопросам приобретения отчета
«Кинорынок Белоруссии: 2012–2015»
обращайтесь по адресу
research@nevafilm.ru.

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ ЗРИТЕЛЯ

Продолжение. Начало на стр. 1

При этом у кинотеатров-участников была возможность дополнить данный опросник интересующими их пунктами (по итогам исследования каждый из них получит мини-отчет, отражающий профиль именно его аудитории).

В общем же отчете об исследовании со-держатся такие темы, как: потребительское поведение относительно репертуара кинотеатров, ценовой политики и продукции кинобара; паттерны кинопотребления в целом и частотность кинопосещения; удовлетворенность услугами кинотеатра; отношение зрителей к рекламе перед сеансами; эффективность используемых индустрией рекламных каналов и т. п. Ответы на них будут интересны кинопоказчикам, дистрибьюторам, продюсерам и рекламодателям. Полный отчет об исследовании выходит в декабре 2016 года, а пока мы представляем вашему вниманию первые наблюдения по результатам опроса, посвященные зрителям отечественных картин.

РОССИЙСКИЕ ФИЛЬМЫ СМОТЯТ?

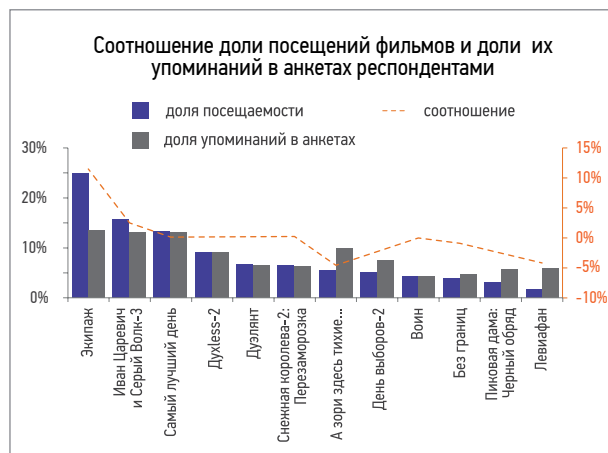
Один из вопросов нашей анкеты звучал так: «Какие фильмы вы чаще всего посещаете в кинотеатре?», а в качестве вариантов ответа зрителям предлагалось выбрать премьеры различных стран производства. Как можно догадаться, американские фильмы набрали наибольшее число голосов – их смотрит в кино 61% опрошенных; российские же – лишь 18%; при этом по 11% набрали европейские картины и вариант «другое» (в числе таких произвольных ответов преобладают «разное», «все» и «без разницы»). Это вполне согласуется со статистикой числа посещений: напомним, что в последние несколько лет доля отечественного кино в прокате составляла 16–19%.

Мы дополнили абстрактную картину просмотр «российских премьер» вопросом про конкретные фильмы, которые респонденты посмотрели. Наш выбор ограничился 12 лентами 2015–2016 годов, нацеленных на разную аудиторию (от попкорн-блокбастеров до арт-мейнстрима); респондент мог отметить каждый из них. Хотя бы один фильм из списка посмотрели 18% зрителей, ответивших на этот вопрос; 10–12 фильмов – менее 1%. При этом среднее число выбранных фильмов составило 3,9, а медианное – 3.

Чтобы не загружать анкету, мы не смогли уточнить, где был просмотрен респондентом каждый отмеченный им фильм, однако мы спросили, где в основном зрители их видели. Наш опыт показывает, что, в случае проведения опроса в кинотеатрах, именно

большой экран оказывается главным местом просмотра для респондентов. Так, во время мониторинга аудитории 2013 года доля тех, кто смотрел три последних фильма в кинозале при опросе в кинотеатрах составляла 62–75%, тогда как при опросе пользователей сайтов о кино она была существенно ниже – 28–36%.¹ И на сей раз опрос кинопублики свидетельствует, что свыше 60% зрителей смотрели указанные отечественные фильмы в основном в кинотеатре.

Таким образом, посетители кинотеатров, которые смотрят российские картины, одним фильмом за год не ограничиваются, посещая в среднем 3–4 сеанса разных жанров.



РЕЗУЛЬТАТЫ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПРОТИВ РЕЗУЛЬТАТОВ ОПРОСА

Какие же фильмы были включены в анкету? Мы отобрали различные киноленты: 8 вышедших на экраны в 2015 году и 4 – в 2016-м; они собрали в прокате от 350 тыс. до 5 млн зрителей. При этом главный интерес для нас представляло сопоставление реальной посещаемости этих фильмов с частотой их упоминания в анкете. Для сравнения этих показателей мы пересчитали проценты, используя в знаменателях дробей сумму упоминаний и всю общую посещаемость списка из 12 картин соответственно.

Исходя из предположения, что в течение полевого этапа нашего опроса в кинотеатры-участники приходила обычная кинопублика (в октябре–ноябре серьезных всплесков в связи с фильмами-событиями на рынке не отмечалось) и что респондентами стали посетители разножанровых фильмов, отображенное на рисунке соотношение доли тех, кто пришел на выбранные российские фильмы в кино, и тех, кто эти фильмы посмотрел к настоящему моменту, можно интерпретировать следующим образом.

В случае совпадения доли посещаемости и

доли упоминания в анкетах аудитория фильма является стандартной – это те, кто обычно ходит в кино, а значит, с большой долей вероятности именно в кинотеатре они этот фильм и смотрели: такими фильмами можно назвать «Самый лучший день», «Духless-2», «Дуэлянт», «Снежная королева-2: Перезаморозка», «Воин» и «Без границ».

Если же рассматриваемое соотношение заметно отклоняется от нуля в ту или иную сторону, то возможны два вывода. О фильмах, доля реальных посещений которых больше, чем доля упоминаний в анкетах, можно сказать, что они смогли привлечь в кинотеатры новую аудиторию – тех, кто в кино ходит редко. Самым заметным таким отечественным фильмом в выборке стал «Экипаж» (+11 пунктов); меньше новых зрителей привлек новогодний релиз от студии «Мельница» «Иван Царевич и Серый Волк-3» (+3).

В то же время фильмы, доля посещаемости которых оказалась ниже доли упоминаний, обычная кинопублика чаще смотрела дома. Среди них вполне логично видеть «Пиковую даму: Черный обряд» (-3 пункта) и «День выборов-2» (-2), а также архаусного «Левиафана» (-4). Но совсем неожиданно в этом ряду оказалась картина Рената Давлетьярова «А зори здесь тихие...» (-5) – впрочем, возможно, ряд респондентов мог перепутать новую ленту с классической советской.

ОСОБЕННОСТИ АУДИТОРИИ РАЗНЫХ ФИЛЬМОВ

В данной статье мы представляем предварительные результаты исследования, анализируя отличительные черты зрителей выбранных фильмов относительно общих результатов анкетирования.

Что касается возраста, то у зрителей большинства российских фильмов он такой же, как и в целом по выборке (26 лет). Самой молодой оказалась аудитория фильма «Пиковая дама: Черный обряд» (в среднем 23 года), а самой взрослой – у «Левиафана» (28); «День выборов-2», «Духless-2» и «Дуэлянта» смотрели в среднем 27-летние.

Гораздо более заметные, хотя и вполне ожидаемые, отличия наблюдаются в отношении пола зрителей. Так, самым брутальным фильмом оказался «Воин» (доля мужской аудитории оказалась в полтора раза выше, чем в целом по выборке: 50% против 34%); перевес в сторону сильного пола наблюдался и среди зрителей «Левиафана» (на четверть больше) и «Дуэлянта» (+12%). Самыми «женскими» стали анимационные ленты «Иван Царевич и Серый Волк-3» и «Снежная королева-2» (+12%).

¹ См. статью на нашем сайте: «Поклонники кинотеатров в России не являются киноманями» по результатам четвертого этапа мониторинга киноаудитории 2013 года (<http://research.nevafilm.ru/reports/cinemagoers/4stage>).



Если рассматривать уровень образования и род занятий, то школьники заметно превосходят долю киноаудитории в целом на просмотрах «Пиковой дамы...» (+35), «Ивана Царевича...», «Снежной королевы...» (+10–11%) и, что любопытно, – фильма «А зори здесь тихие...» (+6%). Домохозяек больше на выбранных нами анимационных проектах (+15–25%), а также на «Самом лучшем дне» (+18%), «Духless-2», «Зорях...» и «Дне выборов-2» (+10–15%). «Левиафан», «Духless-2» и «День выборов-2» привлекли на 15–20% больше работающей образованной аудитории. А число пенсионеров (крайне малочисленное по выборке в целом) оказалось выше среднего лишь в случае «Левиафана» (+5%). Интересно также заметить профессиональное расслоение аудитории: например, зрители фильма «Духless-2» часто представляют менеджмент и сферу услуг, а зрители «Левиафана» – это административные, управляющие, госслужащие, инженеры

и специалисты IT. Фильм «Экипаж» показал очень большой диапазон зрительских профессий, но доминируют среди них представители энергетической отрасли, медики и бухгалтеры. Категория «студенты» присутствует во всех двенадцати выбранных фильмах, но чаще всего фигурирует среди зрителей «Ивана Царевича...», «Снежной королевы...» и «Воина».

Что касается окружения, с которым ходят в кино респонденты, смотревшие российские картины, то родители с детьми чаще ходят на мультфильмы, а друзья – на фильмы ужасов («Пиковая дама...»). Влюбленные отдали предпочтение «Воину» и «Духless-2», супруги – «Дню выборов-2», «Без границ», «Левиафану» и «Духless-2». Наконец, в одиночестве в кино предпочитают ходить в основном зрители «Левиафана» и «Дуэлянта».

Относительно частоты посещения можно сказать, что среди зрителей отечественных картин доля заядлых киноманов, ходящих в кинотеатры раз в неделю,

заметно выше, чем в целом по выборке. Особенно много их среди посмотревших фильмы «Дуэлянт» (+78%), «Воин» (+49%) и «Без границ» (+41%). При этом ряд российских картин привлекательны и для очень редких кинопосетителей: доля тех, кто ходит в кино раз в год и реже, выше средней по выборке среди посмотревших «Воина» (+18%), «А зори здесь тихие...» и «День выборов-2» (+3%).

Отметим, кстати, что и культура поведения на сеансе у зрителей отечественного кино выше среднего по выборке – они на 5–10% чаще считают, что мобильник следует всегда выключать во время сеанса. Однако на таких картинах, как «Экипаж» и «Воин», отмечается большее число людей, не считающих это необходимым.

© 2016, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
По вопросам приобретения отчета об исследовании киноаудитории обращайтесь по адресу research@nevafilm.ru.

НЕВАФИЛЬМ STUDIOS продолжает работать над новыми российскими фильмами



24 ноября 2016 года на экраны кинотеатров России и СНГ вышел фильм «28 панфиловцев» режиссеров Кима Дружинина и Андрея Шальопы. Проект прошел долгий путь от краундфандинга до поддержки Министерства культуры РФ и Министерства культуры и спорта Казахстана. Полный цикл работ по озвучиванию и цифровому мастерингу был произведен на студии компании «Невафильм».

В Год российского кино специалисты НЕВАФИЛЬМ STUDIOS работали и с другими отечественными фильмами, в том числе: «О чем молчат французы» (реж. Владимир Шевельков; цифровой мастеринг и перезапись), «Картина маслом» (реж. Олег Тактаров и Александр Мосин; сведение и мастеринг) и «Искушение» (реж. Александр Тютрюмов; мастеринг) и др.

НЕВАФИЛЬМ EMOTION представляет новые проекты

В октябре 2016 года в кинотеатрах России стартовала программа зрелищных опер TRENDY OPERA: премьерным событием стала «Аида», действие которой разворачивается прямо в Сиднейской бухте. «Травиата» из Баден-Бадена – режиссерская работа оперного певца Роландо Вильясона. А завершит



год «Турандот» из Сиднея, которая признана самой «зрелищной и вдохновляющей постановкой 2016-го».

С 8 декабря 2016 года в кинотеатрах России выходит арт-блокбастер «Боттичелли. Инферно». Зритель узнает подлинную историю возникновения иллюстраций Сандро Боттичелли к «Божественной комедии» Данте. Рассказ о трудоемкой и длительной работе, которая стала для гения флорентийского Возрождения делом всей его жизни, иллюстрируется гравюрами и набросками художника. С помощью новейших технологий зритель может увидеть процесс творчества великого мастера. Фильм по-настоящему динамичен, изобилует нетривиальными поворотами сюжета и демонстрирует



уникальный сплав художественного и документального жанров.

Итоги Года кино станут заметны в 2018-м

Вышел обновленный прогноз развития российского кинорынка: результаты поддержки малых городов Фондом кино ока-

жут влияние на индустрию через 2 года. К концу 2016-го НЕВАФИЛЬМ RESEARCH прогнозирует работу 4355 залов, а к концу 2018-го – 5350. Такой рост не преминет сказаться и на числе посещений: если в 2016-м оно не превысит 180 млн зрителей, то по итогам 2018-го достигнет 200 млн.

С полным прогнозом числа залов, посещений, цены билета и кассовых сборов на 5 лет можно ознакомиться в отчете «Обзор российского кинорынка. Итоги первого полугодия-2016», заказ на который можно оформить по адресу research@nevafilm.ru.

Российская секция SMPTE участвует в NATEXPO

16 ноября 2016 года в рамках Международной выставки «NATEXPO»



прошла презентация российской секции SMPTE, представленная ее председателем – генеральным директором компании «Невафильм» Олегом Березиным.

Он рассказал об основных результатах работы Общества инженеров кино и телевидения в области разработки новых стандартов в 2016 году, а также о деятельности его российской секции и преимуществах индивидуального членства в ней. Олег Березин затронул в своем выступлении и вопросы современного образования инженеров аудиовизуальной сферы, подчеркнув роль SMPTE в решении данной проблемы в России. Презентацию доклада можно скачать на сайте nevafilm.ru.

НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ОСЕНЬ 2016-ГО

текст: Татьяна Горская

В опросе приняли участие 56 кинопоказчиков (представители 20 федеральных, 6 региональных, 8 местных сетей и 22 независимых кинотеатров).

ИНДЕКСЫ НАСТРОЕНИЯ И ПОСЕЩАЕМОСТИ НА ЗАЛ

Больше половины респондентов считают осеннюю посещаемость этого года удовлетворительной (64%); только пятая часть всех кинопоказчиков довольны прошедшим сезоном (21%); отрицательные отзывы – у 14%. В итоге показатель бизнес-ситуации составил 7,1%, что лучше аналогичных ноябрьских данных 2014–2015 годов (-21,6% и 2,9% соответственно).

Настрой у респондентов на предстоящий зимний период крайне позитивен: 79% ждут увеличения потока зрителей; только 4% готовятся к его снижению. В целом ноябрьские ожидания ежегодно обычно выше, чем в другие месяцы – 75%.

По статистике посещений на зал в день в лучших сетях (RBEI) за период с июля по октябрь этого года провальным оказался сентябрь. В октябре индекс хоть и поднялся, но не перешагнул значений 2014–2015 годов. Показатели представленных четырех месяцев ниже таковых за 2014 год, но выше, чем в 2015-м.

Таким образом, индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа осенью 2016 года достиг:

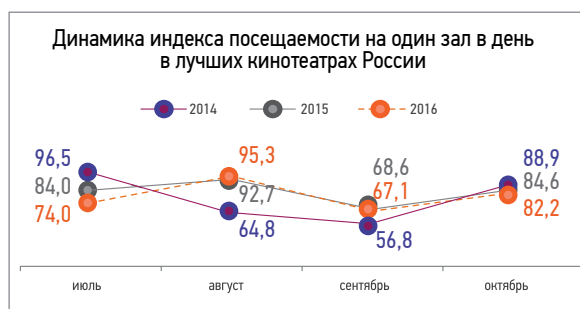
Business Climate Index = 38,6

ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

В осеннем опросе мы затронули тему Года российского кино и его влияния на индустрию. Как и в ноябре 2015-го, мы попросили



респондентов оценить долю отечественных фильмов в их кинотеатрах. Интересно, что в текущем году ситуация с российскими картинами улучшилась: так, появились площадки (6%), которые утверждают, что доля их посещаемости составила более 50%. Значительно уменьшилось число отметивших (с 45% в 2015 году до 25% в 2016-м), что доля посещений отечественного кино была ниже 10%.



У 7% респондентов доля сеансов российских фильмов составила более 50% (в прошлом году подобных ответов не было), причем лишь один показчик открыл залы по программе Фонда кино. Если в 2015 году значительная часть ответивших (почти 60%) в общем репертуаре своих кинотеатров отводили отечественным фильмам только 10–20%, то в 2016 году число респондентов составило 41%. При этом до 33% (на 10 п. п. в сравнении с 2015 годом) выросло количество тех, кто отдает российским фильмам 20–30% сеансов.

Наконец, наблюдается значительный рост площадок, у которых число российских фильмов достигает 40–50% (21% респондентов в 2016 году против 7% в 2015-м).

Значительная часть кинопоказчиков (63%) оценила эффект от проведения Года кино. Самым явным оказалось увеличение числа российских фильмов в прокате (69% отметивших наличие этого эффекта). Вторым ответом по популярности (37% анкет) стало привлечение внимания зрителей к Году российского кино, тогда как только 9% показчиков заметили, что внимание зрителей было привлечено к собственно отечественным фильмам.

70% респондентов проводили мероприятия, посвященные пропаганде российского кино. Чаще всего организовывали фестивали, спецпоказы отечественных фильмов (54% анкетироваемых). Реже всего в качестве мероприятия кинотеатрами были выбраны скидки/бонусы на посещение наших фильмов (15%).

В этом году широко обсуждалась тема регионального кинопроизводства. Как показал наш опрос, треть респондентов проводила показы подобных картин, но в будущем показчики не планируют этого делать, т. к. сеансы оказались не вполне успешными. Респондентов, которые с успехом провели данные показы и будут продолжать это делать, – 18%; 27% готовы включить подобные фильмы в свой репертуар впервые.

© 2016, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте nevafilm.ru
Ежемесячная динамика RBEI доступна по подписке «Cinema Market»



STUDIOS

- тондустии в Санкт-Петербурге и в Москве
- дублирование на русский язык
- сведение и кодирование фонограмм Dolby Atmos и Auro 3D



DIGITAL

- производство цифровых копий кинофильмов
- мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP
- управление ключами воспроизведения фильмов



CINEMAS

- решения для цифровых кинотеатров
- поставка оборудования для кинотеатров
- рабочее проектирование, монтаж, сервис



RESEARCH

- аналитика рынка кинотеатров в России
- исследования конкурентной среды
- разработка концепций кинотеатров



EMOTION

- рок, джаз, классика, оперы в цифровых кинотеатрах
- дистрибуция музыкальных и концертных программ
- организация киноакций в цифровых кинотеатрах

Генеральный директор
Олег Березин

Главный редактор
Ксения Леонтьева

Подготовка материалов
Татьяна Горская, Виктория Иванова,
Ксения Леонтьева

Редактура и корректура текстов
Александр Леонтьев

Верстка
Ирина Буланова

199397, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 33/26
Тел.: +7 (812) 449-7070, +7 (812) 352-7070, факс: +7 (812) 352-6969
АО «НЕВАФИЛЬМ» www.nevafilm.ru
«Синемаскоп» зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации ПИ № 2-6782 от 05.09.2003 г.
Распространяется бесплатно.

Перепечатка и распространение материалов, опубликованных в печатной и электронной версиях без письменного разрешения АО «Невафильм» не допускается.

© 2016, «Синемаскоп», издатель АО «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат АО «Невафильм».

Отпечатано в типографии ООО «Типографский комплекс «Девиз»
199178, Санкт-Петербург, В.О., 17 линия, д.60, лит. А, помещение 4Н
Тираж 700 экз., № ТД-00007636