

Зрители & Кинозрители в России: кто они?

Ксения Леонтьева
ведущий аналитик
Невафильм Research



методика исследования

Анкетный опрос:	в кинотеатрах	по телефону	в Интернете
<i>Когда</i>	7 ноября – 14 декабря 2011	25 ноября – 14 декабря 2011	9 ноября – 25 декабря 2011
<i>Где</i>	77 кинотеатров в 63 городах России и Казахстана: <ul style="list-style-type: none">▪ Москва и Питер (19 к/т)▪ 7 миллионников (12 к/т)▪ 10 городов с 500 тыс. – 1 млн жит. (16 к/т)▪ 17 городов с 250-500 тыс. жит. (18 к/т)▪ 12 городов с 100-250 тыс. жит. (11 к/т)▪ 15 городов с менее 100 тыс. жит. (15 к/т)	78 городов России: <ul style="list-style-type: none">▪ городские телефоны▪ мобильники	297 городов мира: <ul style="list-style-type: none">▪ SurveyMonkey (реклама на Kinopoisk.ru и на странице Кинопоиска на Facebook.com)▪ Соцопросы Вконтакте (реклама в киногруппах)
<i>Сколько</i>	13 642 анкет	2 636 интервью 2 071 анкет	1 827 анкет (15% собрано за пределами РФ)
<i>Зачем</i>	узнать, кто ходит в кинотеатры, как часто и где еще он смотрит фильмы	узнать, кто НЕ ходит в кинотеатры, почему, и как часто и где он смотрит фильмы	узнать, как любители кино-пользователи Рунета смотрят фильмы и как часто ходят в кино

основные вопросы анкет

- Где и как смотрят фильмы?
- Как часто смотрят фильмы в кино и дома?
- Знают ли о новых каналах распространения фильмов (Интернет, видео по запросу)?
- Как действительно смотрят фильмы (три последних)?
- Что мешает ходить в кинотеатры чаще?
- Каково отношение к российским фильмам?
- Суждения, определяющие паттерны кинопотребления.



терминология исследования

зрители

зрители вообще, которые смотрят полнометражные художественные фильмы **любыми способами** (в кинотеатре, по телевизору, на видеодисках, в Интернете, с помощью сервисов «видео по запросу» и т.д.):

- гиперактивные – смотрят более семи фильмов в неделю;
- активные – 5-6 фильмов;
- умеренные – 3-4 фильма;
- пассивные – 1-2 фильма;
- случайные – менее одного полнометражного фильма в неделю.

кинозрители

посетители **кинотеатров**:

- гиперактивные – ходят в кинотеатр несколько раз в неделю;
- активные – 3-4 раза в месяц;
- умеренные – 1-2 раза в месяц;
- пассивные – 1-2 раза в квартал;
- случайные – раз в полгода и реже;
- бывшие – последний раз были в кинотеатре более одного года назад.



терминология исследования

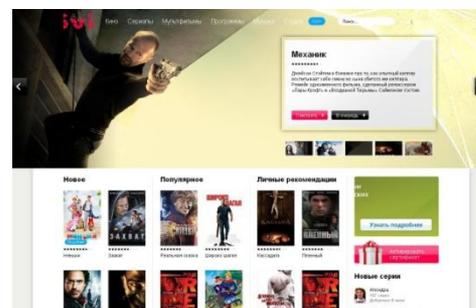
источники кинопросмотра

технические устройства или сооружения, демонстрирующие фильм



каналы кинопросмотра

технология доставки контента к источнику



терминология исследования

потенциальное поведение

- **самооценка** респондентами интенсивности посещения кинотеатров/просмотра фильмов.

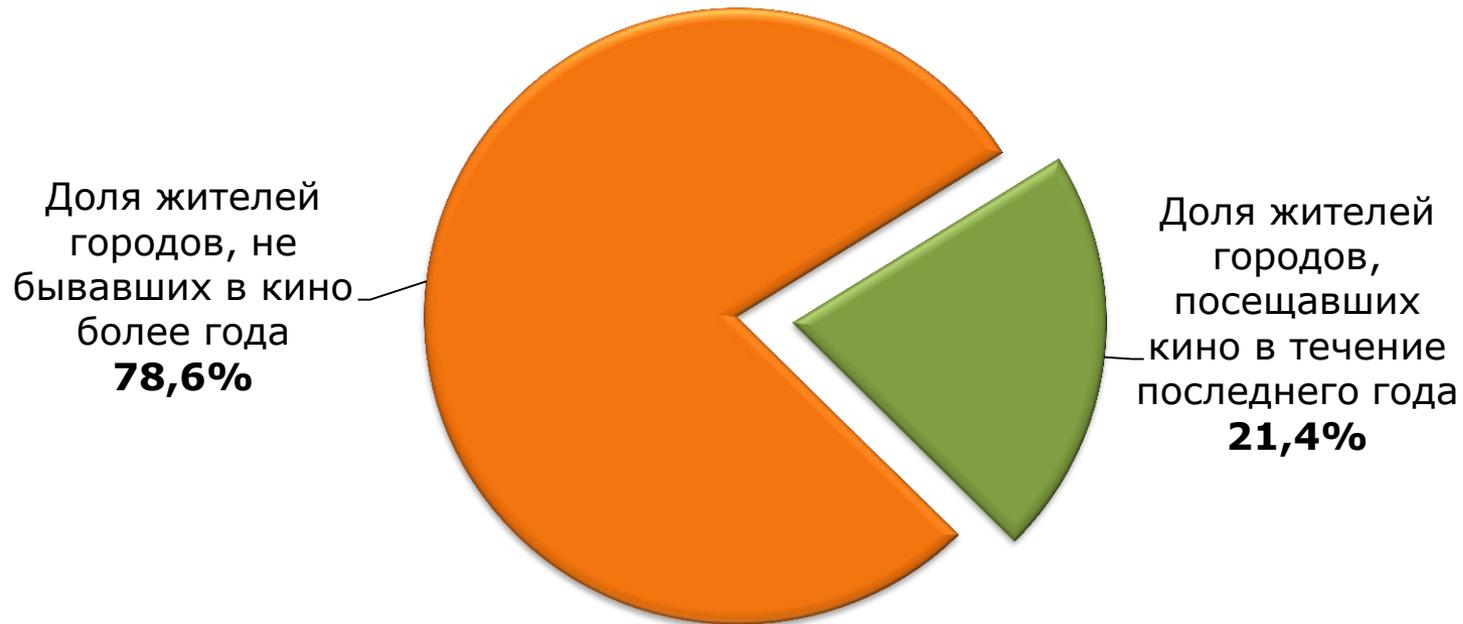
реальное поведение

- показатели интенсивности посещения кинотеатров/просмотра фильмов, основанные на **реальном опыте** респондента.



основные результаты исследования

БЫВШИЕ КИНОЗРИТЕЛИ: доля регулярных кинозрителей среди жителей городов России, где есть современные кинотеатры (декабрь 2011 года)



Источник: Невафильм Research
(по данным телефонного опроса 2,8 тысячи жителей городов, в которых есть современные кинотеатры)



основные результаты исследования

КИНОЗРИТЕЛИ: интенсивность посещения кинотеатров в России (декабрь 2011)

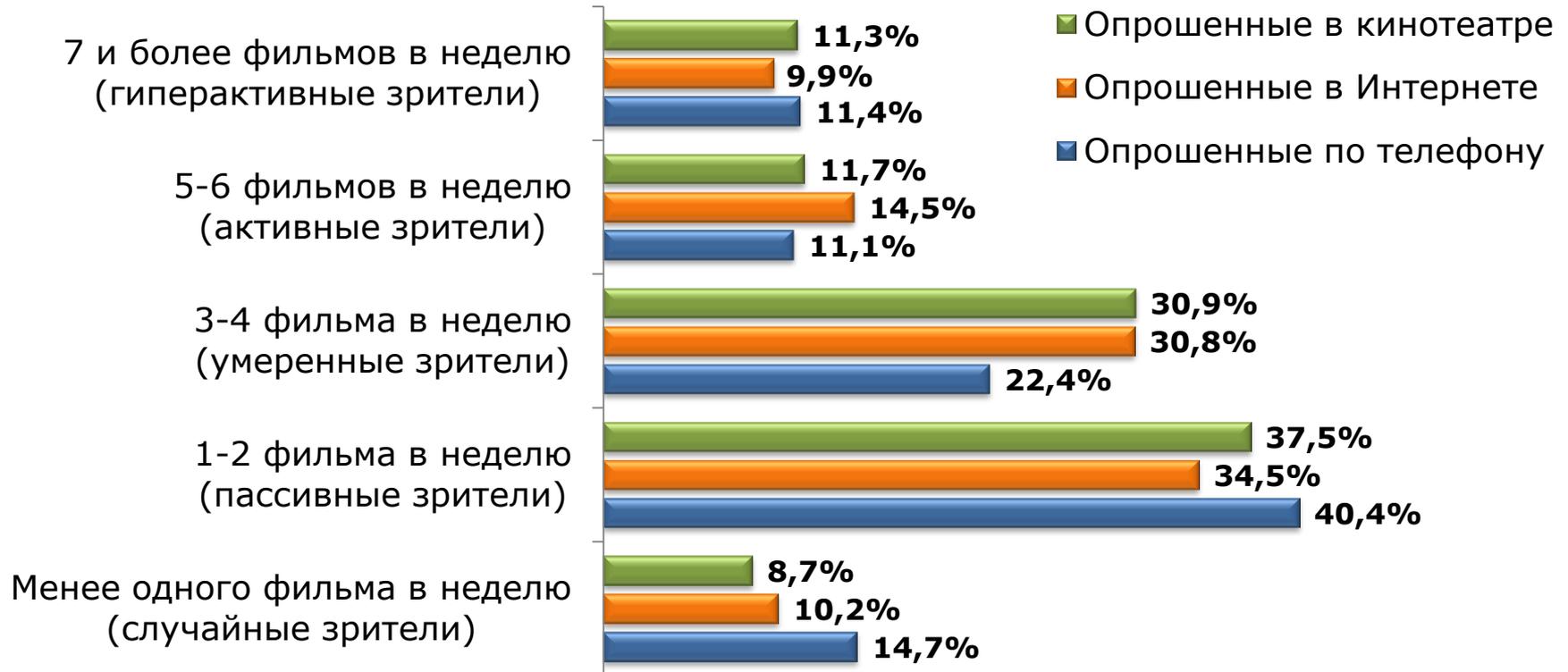


Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)



основные результаты исследования

ЗРИТЕЛИ: интенсивность кинопросмотра в России с помощью различных ресурсов: в кинотеатре, по ТВ, в Интернете и пр. (декабрь 2011 года)



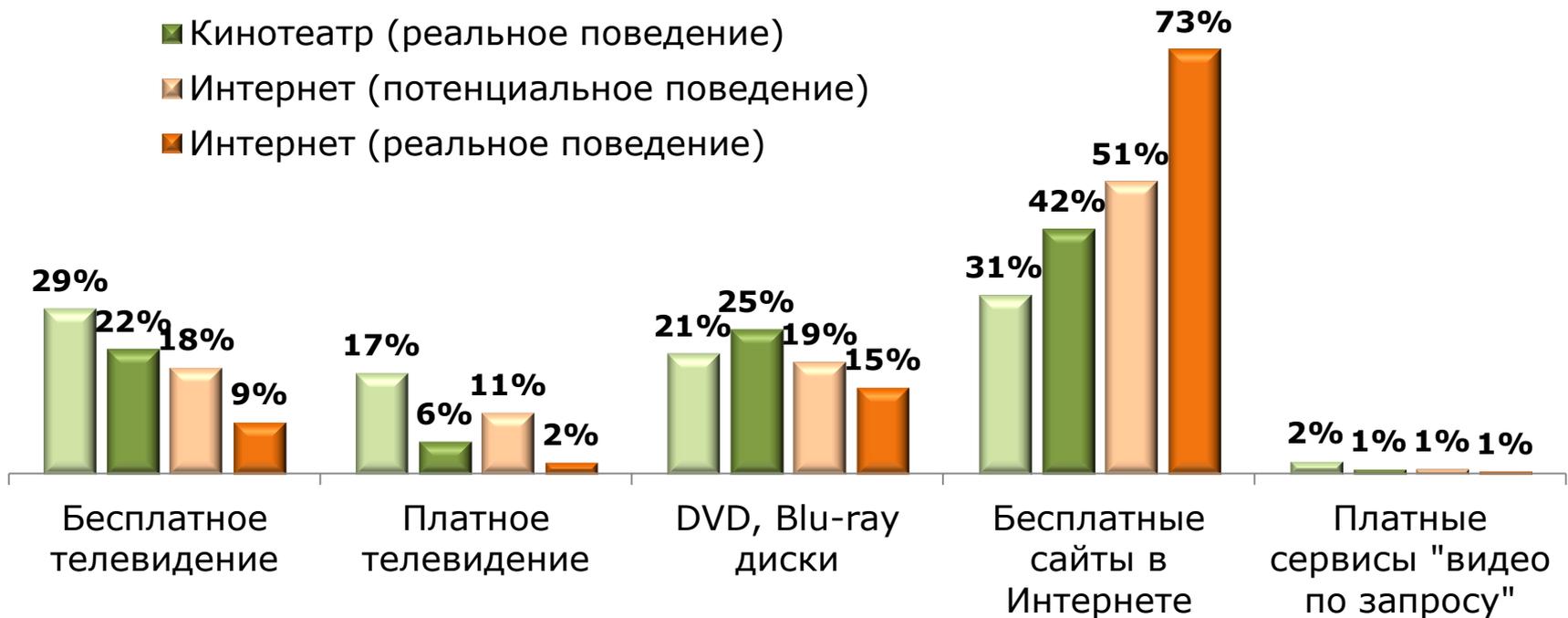
Источник: Невафильм Research

(по данным телефонного опроса 2,8 тысячи жителей городов, в которых есть современные кинотеатры, опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)

основные результаты исследования

ПОТЕНЦИАЛЬНОЕ И РЕАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ респондентов в отношении каналов кинопросмотра (декабрь 2012)

- Кинотеатр (потенциальное поведение)
- Кинотеатр (реальное поведение)
- Интернет (потенциальное поведение)
- Интернет (реальное поведение)



Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)

основные результаты исследования

Причины, мешающие посещать кинотеатр чаще

	КИНОТЕАТР	ТЕЛЕФОН	ИНТЕРНЕТ
Не хватает времени	59.9%	57.5%	44.9%
Слишком высокие цены на билеты	36.4%	27.0%	45.7%
Нет компании	8.0%	4.2%	16.8%
Неудобное местоположение кинотеатра	4.0%	10.9%	9.7%
Не устраивает репертуар	16.3%	10.4%	39.7%
Не устраивает сервис	0.3%	—	6.2%

основные результаты исследования

Отношение к российским фильмам

	КИНОТЕАТР	ТЕЛЕФОН	ИНТЕРНЕТ
Они хуже, чем фильмы предыдущих лет	16.2%	37.4%	10.5%
Они стали лучше, чем фильмы предыдущих лет	23.3%	19.8%	15.0%
Как были неважными, так и остались	16.0%	5.9%	39.6%
Продолжают мне нравится так же, как и раньше	21.1%	12.6%	8.4%
Затрудняюсь ответить	23.4%	24.3%	26.6%



НОВЫЕ результаты исследования

"Длинный хвост" российского кинопотребления (декабрь 2011)



Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и
1,8 тысячи интернет-пользователей)

НОВЫЕ результаты исследования

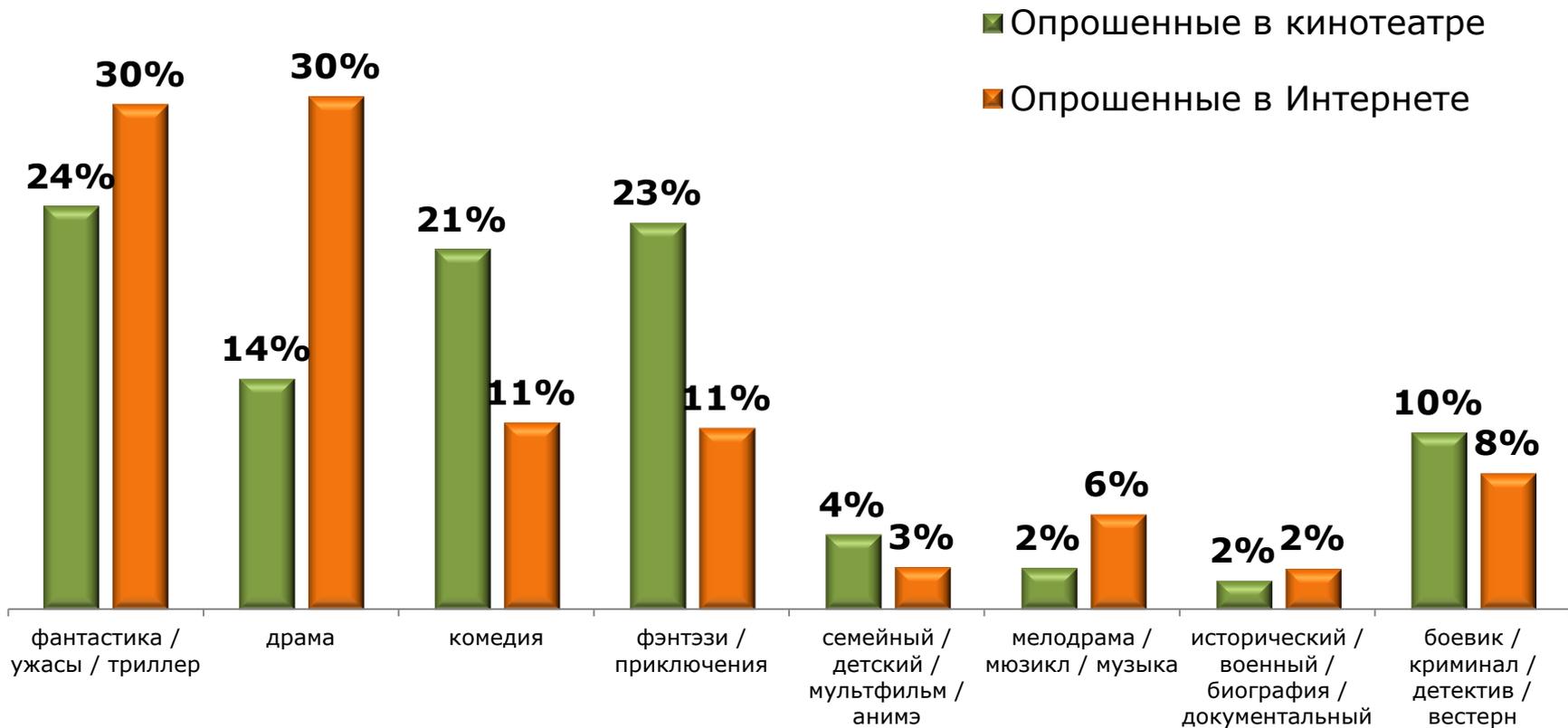
Что смотрят кинозрители и любители кино в Рунете: годы производства



Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и
1,8 тысячи интернет-пользователей)

НОВЫЕ результаты исследования

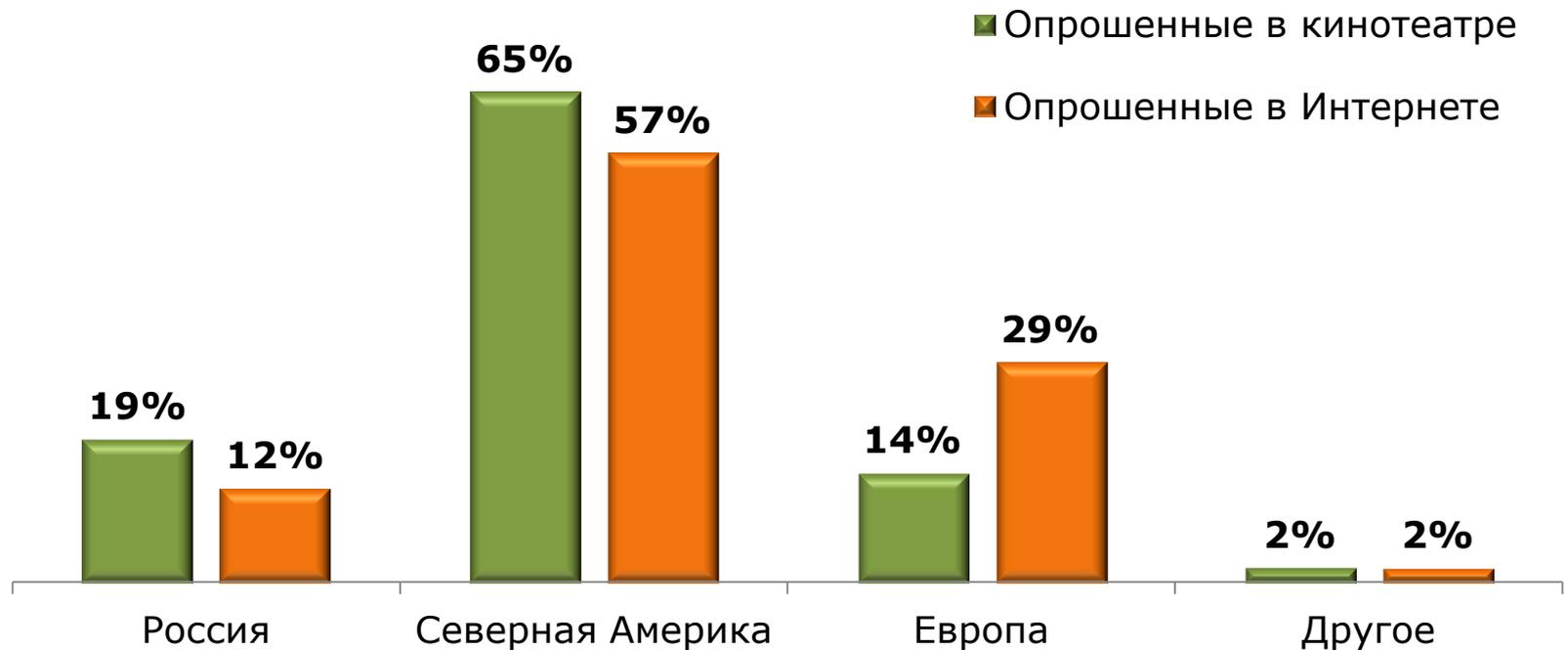
Что смотрят кинозрители и любители кино в Рунете: жанры



Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)

НОВЫЕ результаты исследования

Что смотрят кинозрители и любители кино в Рунете: страны производства

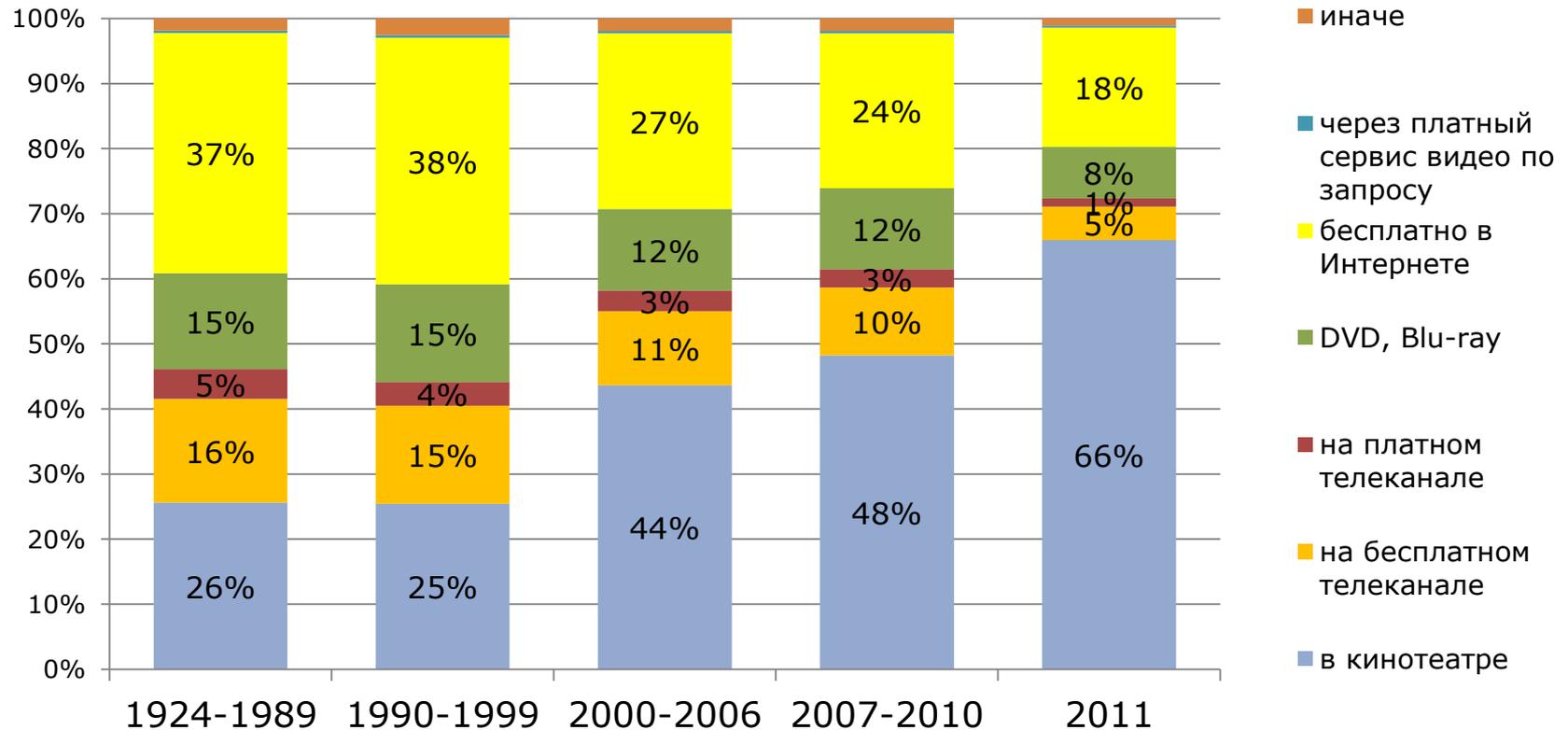


Источник: Невафильм Research

(по данным телефонного опроса 2,8 тысячи жителей городов, в которых есть современные кинотеатры, и опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров)

НОВЫЕ результаты исследования

Годы производства просмотренных респондентами фильмов vs каналы кинопросмотра

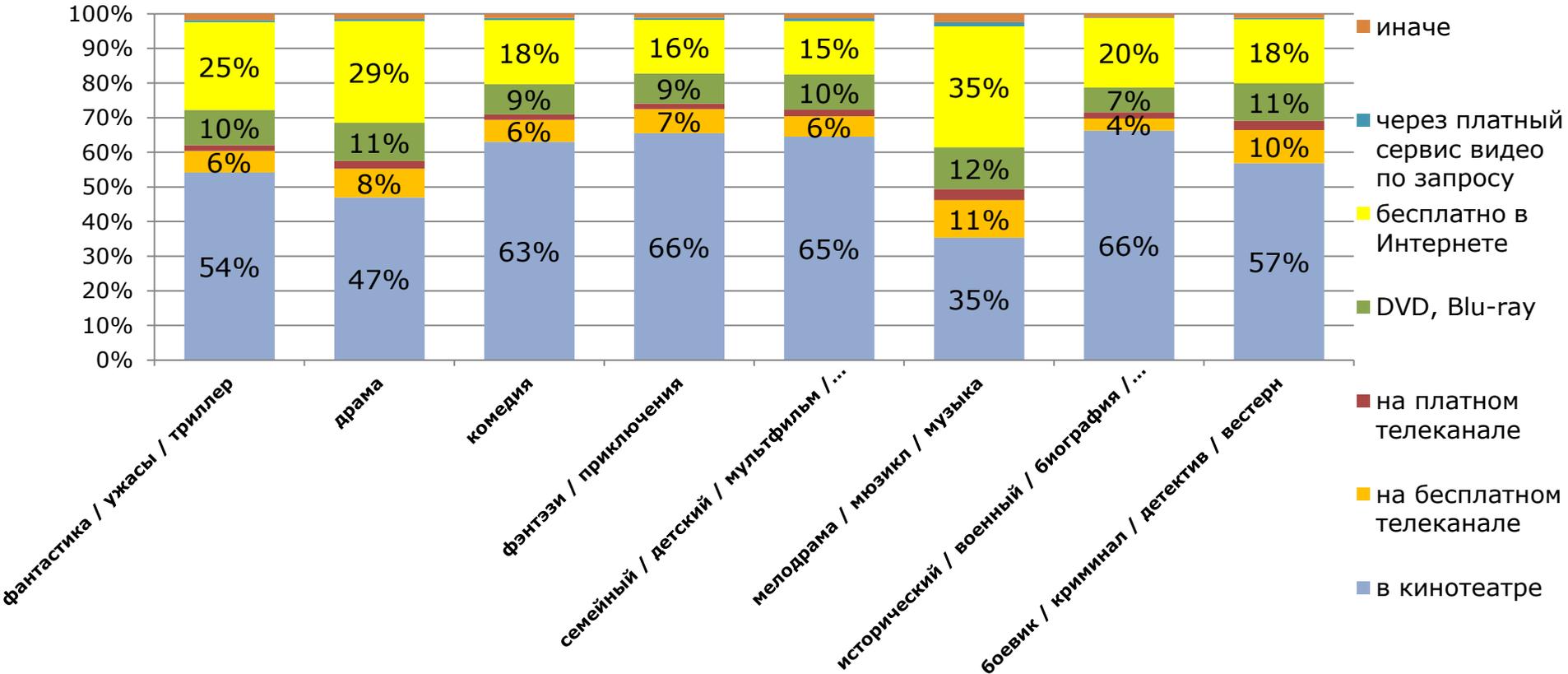


Источник: Невафильм Research

(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)

НОВЫЕ результаты исследования

Жанры просмотренных респондентами фильмов vs каналы кинопросмотра

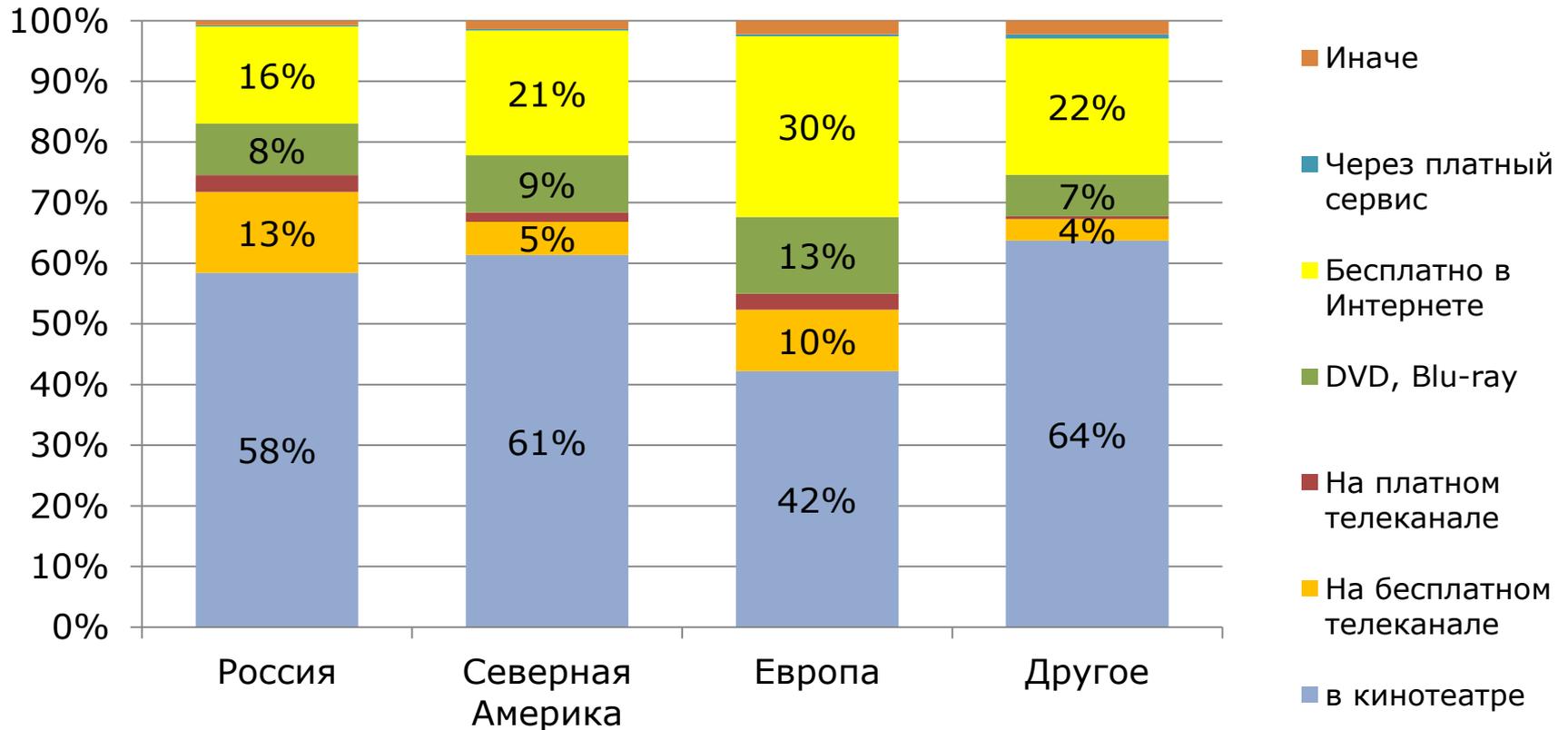


Источник: Невафильм Research

(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и 1,8 тысячи интернет-пользователей)

НОВЫЕ результаты исследования

Страны производства просмотренных респондентами фильмов vs каналы кинопросмотра



Источник: Невафильм Research
(по данным опроса 13 тысяч посетителей кинотеатров и
1,8 тысячи интернет-пользователей)

Более 18 тысяч респондентов в 335 городах

результаты всероссийского опроса
в кинотеатрах • по телефону • в интернете

**Где и как
смотрят
кино
в России**

НЕВАФИЛЬМ
RESEARCH

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЦЕНА В ИЮНЕ 2012
(во время Кинотавра, кинорынка,
ММКФ)

~~- 177 000 руб.~~ - 99 000 руб.!

**ПОРТРЕТ
ЗРИТЕЛЯ**



НЕВАФИЛЬМ
RESEARCH



КИНОТАВР