



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Декабрь 2014

Исследование компании
«Невафильм»
при участии «Movie Research»
(«Универс-Консалтинг»)
и «IKS-Consulting»



для **Европейской**
аудиовизуальной обсерватории



COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Исследование компании «Невафильм»
при участии «Movie Research» («Универс-Консалтинг») и «iKS-Consulting»
для **Европейской аудиовизуальной обсерватории**



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE



Декабрь 2014 года

Киноиндустрия Российской Федерации

Исследование выполнено компанией «Невафильм» при участии «Movie Research» («Универс-Консалтинг») и «iKS-Consulting» для Европейской аудиовизуальной обсерватории.

Директор публикации:

Сьюзан Николчев, исполнительный директор Европейской аудиовизуальной обсерватории

Наблюдающий редактор:

Андре Ланж (Европейская аудиовизуальная обсерватория)

Главные редакторы:

Олег Березин, Ксения Леонтьева

Авторы разделов:

Глава 1	Ксения Леонтьева
Глава 2	Мария Мухина
Глава 3	Александр Лужин, Алена Гончаренко, Катерина Назарова, Юлия Трифонова
Глава 4	Александр Лужин, Катерина Назарова, Юлия Трифонова
Глава 5	Валерий Кустов, Ксения Леонтьева
Глава 6	Валерий Кустов, Ксения Леонтьева
Глава 7	Татьяна Горская, Ксения Леонтьева, Кирилл Табаченко
Глава 8	Екатерина Макаревич
Глава 9	Ксения Леонтьева

Редактура и корректура русского текста:

Александр Леонтьев

Издатель:

Европейская аудиовизуальная обсерватория

Основной является английская версия отчета, опубликованная на сайте Европейской аудиовизуальной обсерватории: www.obs.coe.int.

Данные статьи выражают личное мнение авторов и не могут рассматриваться в качестве точки зрения Европейской аудиовизуальной обсерватории, ее членов или членов Совета Европы. Данные, собранные из сторонних источников, приводятся в ознакомительных целях. Авторы настоящего отчета не несут ответственности за способы получения и точность данных сведений.

© Европейская аудиовизуальная обсерватория, декабрь 2014 года

Компания «Невафильм»

Работает на российском рынке с 1992 года и имеет обширный опыт в различных сферах киноиндустрии: современные студии звукозаписи и дубляжа в Москве и Санкт-Петербурге (**Невафильм Studios**); лидер в области проектирования кинотеатров и поставки цифрового и пленочного оборудования кинопоказа на российский рынок (**Невафильм Cinemas**); первая в России лаборатория цифрового мастеринга и подготовки копий для цифрового кинопоказа (**Невафильм Digital**); дистрибьютор альтернативного контента для цифровых кинозалов (**Невафильм Emotion**); исследователь, ведущий независимый мониторинг рынка кинопоказа с 2003 года; постоянный партнер международных исследовательских организаций, предоставляющий данные о развитии российского кинорынка (**Невафильм Research**).

199397, Россия, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 33/2 Б

Тел.: +7 (812) 449-70-70; факс: +7 (812) 352-69-69

103051, Россия, Москва, Цветной бульвар, д. 30, Бизнес-центр «Цветной, 30», офис 307; тел./факс: +7 (495) 694-26-15

E-mail: research@nevafilm.ru

Web: <http://www.nevafilm.ru>

«Универс-Консалтинг»

Создан в 2001 году в Москве. В настоящее время компания предоставляет такие услуги управленческого консультирования, в том числе и в киноотрасли, как исследования в области киноиндустрии (**проект «Movie Research»**) и нейромаркетинг (**проект «Neurotrend»**).

Реализуя «Movie Research», компания провела более 130 исследований, в том числе более 15 общеотраслевых; ежегодно (с 2008 года) выпускает сборники «КиноСтатистика», в которых систематизируется информация о российской киноиндустрии за год. На протяжении нескольких лет компания проводит стратегический анализ и прогнозирование развития киноотрасли, ведет разработку механизмов и мер государственной политики по развитию отечественной кинематографии, оказывает информационную и аналитическую поддержку государственным органам власти и основным участникам рынка.

121059, Россия, Москва, 1-й Можайский тупик, д. 8А, стр. 1

Тел./Факс: +7 (495) 661-03-55

E-mail: info@universconsulting.ru, info@movieresearch.ru

Web: <http://www.movieresearch.ru>

«iKS-Consulting» («ИКС-Консалтинг»)

Международное агентство, предоставляющее услуги управленческого консалтинга, исследований и анализа рынков телекоммуникаций, информационных технологий и медиа. «iKS-Consulting» – это:

- Детальное знание ИКТ рынка России, других стран СНГ и мира. Мы имеем 4 постоянно действующих офиса в Москве, Киеве, Алматы и Лондоне;
- Широкий спектр услуг: от изучения конкурентной ситуации в конкретном регионе до разработки стратегии запуска нового бизнеса;
- Агентство полного цикла: реализация всех проектов базируется на собственных базах данных и результатах мониторинга рынка. Мы осуществляем постоянный мониторинг развития рынка во всех 83 субъектах РФ, 27 регионах Украины, 14 областях Казахстана;
- Собственная база для полевых исследований: мы проводим опросы в частном и корпоративном сегментах – во всех регионах стран присутствия;
- Команда, сформированная экспертами с опытом работы в компаниях ИКТ-сектора, хорошо знающими рынок и компании изнутри, обладающими разветвленной сетью персональных контактов с ключевыми участниками.

129110, Москва, ул. Гиляровского, д. 39, стр. 3

Тел: +7 (495) 505-10-50

E-mail: iks@iksmedia.ru

Web: <http://www.iks-consulting.ru/>

Европейская аудиовизуальная обсерватория

Основана в декабре 1992 года. Ее основной задачей является сбор и распространение в Европе информации, касающейся аудиовизуальной сферы. Обсерватория – общественная организация, объединяющая 39 государств, представленных Еврокомиссией. Она действует в юридических рамках Совета Европы и работает в сотрудничестве с партнерами, отраслевыми профессиональными организациями и посредством сети корреспондентов. Помимо участия в конференциях важной деятельностью Обсерватории является публикация ежегодников, информационных бюллетеней и отчетов, а также обеспечение информацией посредством интернет-сайта (<http://www.obs.coe.int>). Обсерватория предоставляет свободный доступ к четырем базам данных, в том числе к «**Lumiere**» (посещаемость фильмов, вышедших в европейский прокат: <http://lumiere.obs.coe.int>) и к «**Korda**» (общественная поддержка фильмов и аудиовизуальных произведений в Европе: <http://korda.obs.coe.int>).

European Audiovisual Observatory

76 Allee de la Robertsau – F – 67000, Strasbourg, France

Тел.: +33(0)3-90-21-60-00; факс: +33(0)3-90-21-60-19

E-mail: obs@obs.coe.int

Web: <http://www.obs.coe.int>

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ КИНОИНДУСТРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО СОСТОЯНИЮ НА 2014 ГОД	8
1.1. Законодательная база	8
1.2. Государственная поддержка кинематографии	9
1.3. Кинопроизводство	10
1.4. Техническая база кинопроизводства	11
1.5. Киносеть	11
1.6. Кинопрокат	12
1.7. Домашнее видео	13
1.8. Видео по запросу	14
1.9. Телевизионная дистрибуция	15
1.10. Выводы	16
ГЛАВА 2. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РАМКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ	18
2.1. Нормативно-правовая база российской киноиндустрии	18
2.1.1. Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»	18
2.1.2. Законодательные акты об интеллектуальных, авторских и смежных правах.....	21
2.1.3. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»	27
2.1.4. Налоговый и Таможенный кодексы РФ.....	30
2.1.5. Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования».....	32
2.1.6. Нереализованные инициативы.....	33
2.2. Деятельность федеральных органов власти в сфере кинематографии	34
2.2.1. Министерство культуры РФ	34
2.2.2. Фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии.....	42
2.2.3. Совместная деятельность Министерства культуры РФ и Фонда кино.....	51
2.2.4. Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии.....	54
2.3. Деятельность региональных и местных органов власти в сфере кинематографии	55
2.3.1. Общие положения.....	55
2.3.2. Поддержка регионального кинопроизводства	56
2.3.3. Поддержка регионального кинопоказа	58
2.4. Международное сотрудничество	60
2.4.1. Правовая основа совместного кинопроизводства с Россией....	60
2.4.2. Членство России в международных организациях	62
2.4.3. Международная деятельность государственных организаций РФ	64
2.4.4. Поддержка создания копродукции	67
2.4.5. Последствия вступления России в ВТО для кинематографии ..	68

ГЛАВА 3. КИНОПРОИЗВОДСТВО В РОССИИ: ПРОДЮСЕРСКИЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КОМПАНИИ.....	70
3.1. Структура отрасли.....	70
3.1.1. Методологические аспекты.....	70
3.1.2. Общее состояние рынка.....	70
3.1.3. Художественные фильмы.....	71
3.1.4. Анимация.....	76
3.1.5. Документальные.....	79
3.2. Основные игроки.....	81
3.2.1. Классификация российских кинопроизводителей.....	81
3.2.2. Основные игроки российского кинопроизводства, фильмы которых выходят в кинопрокат.....	82
3.3. Основные тенденции.....	85
ГЛАВА 4. КИНОПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА.....	87
4.1. Киностудии.....	87
4.1.1. Государственные студии.....	88
4.1.2. Частные студии.....	91
4.1.3. Проекты новых киностудий.....	91
4.2. Киносервисные компании.....	94
4.3. Тенденции на рынке кинопроизводственных услуг.....	95
4.4. Основные игроки рынка производственных услуг.....	96
4.4.1. Киностудии.....	96
4.4.2. Киносервисные компании.....	102
ГЛАВА 5. КИНОПОКАЗ.....	107
5.1. Структура отрасли.....	107
5.1.1. Современный рынок кинопоказа.....	107
5.1.2. Киноаттракционные форматы.....	108
5.1.3. Кинотеатры в торгово-развлекательных центрах.....	109
5.1.4. Число залов в кинотеатрах, мультиплексы.....	110
5.1.5. Обеспеченность населения кинопоказом.....	112
5.1.6. Цифровой кинопоказ.....	113
5.1.7. Сборы и посещаемость на один зал.....	115
5.2. Основные игроки.....	117
5.3. Основные тенденции и перспективы развития.....	119
ГЛАВА 6. КИНОДИСТРИБЬЮЦИЯ.....	122
6.1. Структура отрасли.....	122
6.1.1. Методологические аспекты измерения рынка кинопроката в России.....	122
6.1.2. Объемы рынка кинопроката в России.....	123
6.1.3. Формат кинопроката.....	126
6.1.4. Страны-производители фильмов в структуре рынка кинопроката СНГ (без учета Украины).....	128
6.1.5. Креативный контент.....	135
6.1.6. Прокат региональных фильмов.....	137
6.1.7. Прокат российских фильмов в Европейском союзе.....	144
6.2. Основные игроки.....	149

6.3. Основные тенденции и перспективы развития	150
ГЛАВА 7. РЫНОК ДОМАШНЕГО ВИДЕО	153
7.1. Структура отрасли	153
7.1.1. Методологические аспекты.....	153
7.1.2. Текущее состояние рынка	154
7.1.3. Структура рынка по числу релизов	155
7.2. Основные игроки.....	161
7.3. Перспективы развития видеорынка	164
ГЛАВА 8. ВИДЕО ПО ЗАПРОСУ	166
8.1. Основные понятия, определения и методология исследования	166
8.1.1. Основные понятия	166
8.1.2. Классификация VoD-сервисов.....	167
8.1.3. Методология исследования и методика подсчета.....	169
8.2. Объем и структура рынка VoD на первое полугодие-2014	170
8.2.1. Объем и структура рынка	170
8.3. Ключевые игроки рынка видео по запросу в России.....	173
8.3.1. Классификация, бизнес-модели игроков.....	173
8.3.2. Основные игроки на рынке VoD	176
8.4. Анализ динамики развития отрасли, ключевые тренды, прогнозы и перспективы.....	186
8.4.1. Основные тренды развития и факторы, влияющие на рынок VoD	186
8.4.2. Прогноз развития рынка VoD в России	187
ГЛАВА 9. ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ДИСТРИБЬЮЦИЯ ФИЛЬМОВ	193
9.1. Эфирное телевидение	193
9.2. Неэфирное телевидение	201
9.3. Тенденции и перспективы развития телевизионной дистрибьюции в России	207
СПИСОК РИСУНКОВ	209
СПИСОК ТАБЛИЦ	212

ГЛАВА 1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ КИНОИНДУСТРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО СОСТОЯНИЮ НА 2014 ГОД

1.1. Законодательная база

К настоящему моменту в Российской Федерации сложилась законодательная база, определяющая основы авторского права и регулирующая сферу кинематографии. В соответствии с требованиями времени эта база постоянно совершенствуется и дополняется, что позволяет российским кинематографистам противостоять новым вызовам.

Основы авторского права определяются IV частью Гражданского кодекса РФ, принятой 01.01.2008 года. Согласно ей, авторами аудиовизуального произведения в России считаются автор сценария, режиссер-постановщик и композитор специально создаваемой для фильма музыки.

Взаимодействие государства и киносообщества регулируется специальным законом №126-ФЗ от 22.08.1996 года «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации», ключевым положением которого является определение национального фильма – только подпадающие под установленные критерии произведения могут получать поддержку производства, проката и показа (до 70% от сметной стоимости). Производители национальных фильмов также получают возможность не платить НДС (18%) на всем протяжении жизненного цикла картин – от производства до проката и других форм реализации.

Льготы установлены и для предприятий, осуществляющих публичный показ – кинотеатры в России не платят НДС с доходов от продажи билетов. Кроме того, с целью облегчить переход на цифровые технологии отечественных кинотеатров с 2011 года в России введена нулевая ставка пошлин на ввоз цифровых кинопроекторов.

При демонстрации и реализации аудиовизуальных произведений любым способом (в кинозале, по телевидению, на дисках или в сервисах видео по запросу) зритель должен быть уведомлен о возрастной категории, для которой данная продукция предназначена. Требование к маркировке всей информационной продукции в России введено законом №436-ФЗ от 22.12.2010 года «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Важное значение для отрасли имеет и недавно принятый «антипиратский закон» – №187-ФЗ от 02.07.2013 года. Он ввел в закон «Об информации» и в IV часть Гражданского кодекса ответственность информационного посредника за распространение нелегальной продукции в Сети и определил правила блокировки сайтов по решению Мосгорсуда в случае обнаружения такой продукции на их страницах и отказа владельца ресурса удалить ее. В первой редакции эти правила касаются только аудиовизуальной продукции, но с 1 мая 2015 года они будут распространены на все виды произведений авторских и смежных прав, кроме фотографий. В Госдуме также обсуждаются поправки, которые дадут возможность навсегда блокировать сайты, на которые один и тот же правообладатель дважды подает в суд и выигрывает дело;

при этом предусматриваются и досудебное урегулирование вопросов, если владелец сайта в течение 24 часов отреагирует за заявление правообладателя и удалит нелегальный контент со своих страниц.

1.2. Государственная поддержка кинематографии

Федеральным органом исполнительной власти, в компетенции которого находится кинематография, в России является Министерство культуры, где образован соответствующий департамент. Он выполняет функции регулятора отрасли (выдает удостоверения национального фильма, прокатные удостоверения, обязательные для проката фильмов в кинотеатрах и выпуска на видео), а также осуществляет финансовую поддержку производства, проката и популяризации кинематографа. С 2010 года эти задачи Министерство культуры делит с Фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фондом кино).

С 2013 года полномочия по государственной поддержке кинопроизводства были более четко разграничены между Министерством культуры и Фондом кино. Первое отвечает за субсидирование дебютного, экспериментального, детского и документального кино. Второй занимается финансированием коммерческих игровых и анимационных картин, которые производят независимые продюсеры и так называемые лидеры отечественного кинопроизводства. Последние выбираются ежегодно по строгой системе критериев, включающей в себя зрительскую оценку и художественную ценность снятых кинокартин, а также опыт работы компании.

Одновременно в 2013 году была изменена система отбора проектов, претендующих на получение господдержки. Уже два года это происходит посредством публичных питчингов, в которых участвуют не только независимые фильмы, но и проекты лидеров отечественного кинопроизводства.

Ужесточились правила поддержки производства документальных фильмов: с целью повышения их качества и зрительской востребованности было предложено в качестве условия ее (поддержки) получения требовать у продюсеров договор о предварительной продаже картин телеканалу, общедоступному на территории как минимум половины субъектов РФ; однако позже в постановлении правительства осталось лишь требование публичного показа на телеканале (эфирном или спутниковом), в кинотеатрах или клубах, в Интернете или даже просто в рамках кинофестиваля.

В целом реформа 2013 года была воспринята кинообществом положительно – сейчас механизм распределения госсредств кинопроизводства представляется системным и логичным. Но были у нее и негативные последствия – к примеру, ликвидация международного отдела Фонда кино, из-за чего пострадали созданные в 2011–2012 годах Германо-российский фонд поддержки проектов совместного производства на стадии разработки, Франко-российская киноакадемия и Российско-итальянская киноакадемия (их правопреемник с российской стороны так и не был объявлен).

Главным нововведением последних двух лет стало возвратное финансирование производства и проката фильмов через Фонд кино. В 2012 году были утверждены первые правила для отчислений лидерами отечественного производства доли доходов от реализации фильмов, созданных при господдержке: они варьировались от 5% до 50% доходов. Однако с 2013 года эти правила стали более строгими, а в бюджете появилась строка «финансирование на условиях стопроцентной возвратности». В 2013 году безвозмездные субсидии Фонда составили 63% от его бюджета, а финансирование на условиях полного возврата средств – 12%; в 2014 году – 39% и 40% соответственно. Таким образом, российских продюсеров стимулируют к созданию более востребованного на рынке продукта и к самоокупаемости.

1.3. Кинопроизводство

Российский кинематограф, обеспеченный достаточно стабильной государственной поддержкой, активно развивается. В 2012–2013 годах производилось порядка 700 фильмов в год (из них около 400 документальных и более 100 анимационных лент), а также более 200 полнометражных игровых картин, включая ленты для кинотеатрального проката (около 90 в год) и предназначенные для телетрансляции, видеорынка и показа в Интернете.

Созданная система государственного финансирования кинопроизводителей позволила наращивать бюджеты без увеличения государственных средств, направляемых на поддержку кинопроизводства, и привела к росту количества успешных фильмов. Совокупный бюджет вышедших в прокат российских игровых картин в 2012 году достиг 8,3 млрд руб., а в 2013-м – 10,8 млрд (при размере средств федерального бюджета в 2,3 и 2 млрд руб. соответственно). И если в 2010 году фильмов со сборами в кинотеатральном прокате, превышающими производственный бюджет, было 11, а в 2011 году – 15, то в 2012–2013 годах их число достигло 20. Получающие государственную поддержку кинопроизводители-лидеры стабильно обеспечивают более 80% кассы отечественных фильмов в российском прокате, постоянно повышая количество выпускаемых фильмов, в том числе и картин, выходящих без государственной поддержки. На протяжении последних лет в число кинопроизводителей, собирающих наибольшую кассу в кинопрокате, каждый год входят компании «Базелевс», СТВ и Студия анимационного кино «Мельница», «Энджой Мувиз» – все они входят в число лидеров и получают поддержку Фонда кино. Хотя новые возвратные условия господдержки могут стать проблемой и для них, поскольку большинство картин российского производства не окупаются в прокате.

В то же время сфера копродукции остается проблемной. Заккрытие международного отдела Фонда кино затормозило начавшийся в 2012 году рост количества картин, производимых совместно с иностранными партнерами: если в 2012-м вышло шесть таких лент, то в 2013-м – всего две.

1.4. Техническая база кинопроизводства

Кинопроизводственная инфраструктура в России сосредоточена в Москве и – в меньшей степени – в Санкт-Петербурге.

Всего по состоянию на середину 2014 года в стране насчитывается более 20 активно действующих киностудий, в которых располагаются около 110 съемочных павильонов. Крупнейшими из них являются «Мосфильм» и «Cinelab» (в сотрудничестве с «Моей студией») – эти компании предоставляют полный спектр кинопроизводственных услуг съемочного и монтажно-тонировочного периодов. Государственные киностудии (за исключением «Мосфильма») располагают устаревшим оборудованием и нуждаются в модернизации, в современном подходе в организации бизнес-процессов и, как правило, сегодня не предоставляют услуг сторонним организациям. В 2012–2013 годах были предприняты шаги по реорганизации двух старейших киностудий (им. Горького и «Ленфильма»), которые пока не привели к их превращению в современные кинофабрики.

В то же время развивается частный сектор: к крупнейшей студии Москвы «Амедиа», имеющей 16 павильонов, недавно добавился еще один частный гигант – «Главкино» с 10 павильонами. В условиях такой конкуренции компания «Всемирные русские студии» в 2012 году закрыла свою производственную базу в столице и сосредоточилась на своей киностудии в Петербурге, отказавшись, однако, от планов по ее расширению. При этом большинство обеспеченных кинопавильонами студий сегодня загружены преимущественно теле-, а не кинопроектами.

Помимо студий на рынке действует большое количество киносервисных компаний. Крупнейшей из них (по спектру предоставляемых услуг) является «29 февраля», которая оказывает все виды услуг съемочного и монтажно-тонировочного периода, за исключением обработки пленки и печати пленочных копий. В целом в условиях почти завершившегося перехода на цифровой прокат лаборатории обработки пленки вытесняются студиями цифрового мастеринга и тиражирования (их в стране уже 14).

1.5. Киносеть

К началу 2014 года 93% кинотеатров России (1010 из 1087) имеют цифровые залы; из 3466 коммерческих кинозалов цифровыми являются 2974. Доля кинотеатров, где в каждом зале есть цифровой проектор, в начале 2014 года составила 75%, а кинотеатров без цифровых залов – 7%. В 2014 году все фильмы выходили в прокат в цифровом или гибридном формате, причем лишь 9% релизов имели пленочный тираж. В 2014 году массовый переход на новые технологии закончился, причем отечественные показчики обошлись без масштабной помощи дистрибьюторов (договоры по схемам типа VPF смогли заключить лишь крупнейшие киносети, не афишировавшие эти сделки).

Расширение инфраструктуры кинопоказа в России сейчас идет в двух направлениях: цифровизация домов культуры малых городов (при участии региональных и муниципальных властей) и открытие сетевых

площадок в торгово-развлекательных центрах. Малые города (с населением менее 100 тыс. жит.) остаются основным потенциалом расширения российской киносети: более 70% их населения не имеют сегодня доступа к услугам кинопоказа. Тогда как во многих больших городах уровень конкуренции очень высок (плотность экранов в миллионниках достиг 4,8 на 100 тыс. жит.).

Игроки на конкурентных рынках в условиях падения средних посещаемости и кассовых сборов на зал стараются привлечь внимание зрителей, предлагая новые концепции залов. Так, в 2012–2014 годах в России стали распространяться технологии IMAX, 4DX, D-Vox, Auro и Atmos, а также сетевые концепции залов повышенной комфортности. Такое сегментирование будет в ближайшие годы усиливаться, выделяя отдельные кинотеатры и сети на фоне конкурентов.

На российском рынке кинопоказа действуют более 553 игрока; среди них сетевые составляют лишь 17%, хотя они управляют 73% залов. Крупнейшими киносетями являются «Синема парк», «Формула кино» и «Каро фильм». Все они недавно прошли через процессы слияния и поглощения и (или) смены владельца. В 2011 году «Синема парк» приобрел сеть «KinoStar»; в 2012-м объединились сети «Формула кино» и «Кронверк синема»; «Каро фильм» был выкуплен у группы компаний «Каро» (кинопроизводственного и прокатного холдинга) инвестиционными фондами «Baring Vostok» и «UFG Asset Mangement»; а в ноябре 2014 года было объявлено о продаже сети «Синема парк» ее владельцем «Интерросом» структурам сенатора Сулеймана Керимова.

1.6. Кинопрокат

Цифровая революция, произошедшая в мировом кинематографе, позволила выпускать фильмы на киноэкраны с меньшими затратами и способствовала расширению числа независимых игроков на российском рынке, экспериментирующих как с широкими, так и с узкими релизами. Однако к 2014 году возможности цифровой дистрибьюции по расширению российской киноафиши и увеличению прокатных тиражей оказались исчерпанными: если в 2013-м в российском прокате было 490 фильмов, то в первом полугодии 2014-го – 220. Стало ясно, что время экспериментов закончилось, причем для некоторых старейших и сильнейших независимых прокатчиков неудачно: с рынка ушли компания «Кино без границ» и группа компаний «Кармен». Сокращается и количество компаний, выпускающих на экраны программы креативного контента: в 2014 году в этом сегменте активными были только специализированные фирмы. При этом особенность данного вида проката вырисовывается все отчетливее – подобные проекты имеют очень долгую экранную жизнь.

Цифровые технологии дали толчок и для развития регионального кинематографа, основанного на частных инвестициях и на поддержке областных бюджетов. Снимаемые фильмы, часто на национальных языках субъектов федерации, демонстрируются в кинотеатрах регионов и позволяют окупить вложенные инвестиции. Наиболее развито местное производство и прокат в Республиках Саха (Якутия) и Бурятия: в 2013

году совокупное число зрителей местных фильмов в этих двух Республиках достигло 132 тыс., а кассовые сборы – 27 млн руб. Местные фильмы появляются на экранах все большего числа регионов и пользуются популярностью у публики, а производители задумываются об экспорте своих лент за пределы родных республик и даже за границу. В ближайшее время можно ожидать выход сибирских и дальневосточных продюсеров на рынки культурно близких им азиатских стран, причем основой такого экспорта станут коммерческие картины.

Экспортный потенциал начинает приобретать и российская анимация – примером этого может служить картина «Снежная королева», ставшая самым успешным российским фильмом в прокате ЕС в 2011–2013 годах. Тем не менее основой российского экспорта в Европу остаются артхаусные проекты, собирающие за рубежом в несколько раз больше зрителей, чем на родине. А главными европейскими рынками сбыта для отечественных производителей остаются страны постсоветского пространства и Франция.

Внутренний кинопрокатный рынок России в 2011–2012 годах замер: число проданных кинобилетов в стране в 2011-м упало на 2%, а в 2012-м наблюдался нулевой рост. Затем рост возобновился: число посетителей кинотеатров в 2013-м достигло 176 млн (на 10% больше, чем в 2012-м), а в первом полугодии-2014 – 91 млн человек (+6% к первому полугодью 2013-го). Кассовые сборы до сих пор росли на 10% ежегодно, достигнув 42,3 млрд руб. в 2013 году и 23 млрд – за первое полугодие 2014-го. Однако колебания курса национальной валюты (уже по итогам текущего года), скорее всего, повлекут за собой стагнацию или даже снижение кассовых сборов в долларовом эквиваленте. Есть опасность и остановки роста кинопотребления: киносеть расширяется все медленнее, переход на цифру, подтолкнувший кинопрокат к развитию в последние годы, почти завершился, и начинает сказываться приближающаяся демографическая яма, сократившая число зрителей киноактивного возраста (18–25 лет).

1.7. Домашнее видео

Статистика продаж рынка домашнего видео в России после закрытия журнала «Видеомагазин» в 2011 году не ведется, однако, по словам экспертов, тиражи фильмов на носителях сокращаются. Если в 2010–2012 годах фильмы категории «А» на BD выходили в среднем тиражами 5–10 тыс. шт., то в 2014-м объемы выпуска упали до 2–3 тыс. Аналогично сократились и тиражи DVD-релизов того же типа: со 100 тыс. экземпляров в среднем до 30–40 тыс. Главной причиной схлопывания рынка стало сокращение точек продаж дисков в России. Ушли с рынка или заметно сократили количество своих магазинов ряд специализированных торговых сетей; полки с DVD и BD убирают крупные сети, торгующие электроникой, и продуктовые гипермаркеты, способствовавшие резкому росту продаж дисков в 2006–2007 годах.

В то же время число наименований выпускаемых на DVD фильмов снижается не так стремительно – в год в России выходит порядка двух тысяч релизов. Молодой формат Blu-ray так и не смог добиться результатов формата-предшественника, поскольку первым попал под

сокращение в сетях массовой продажи дисков: списки релизов BD уменьшились в 2014 году на треть (с 300 до 200 наименований).

Структура российского лицензионного рынка домашнего видео имеет ярко выраженную направленность на художественные кинофильмы, но форматы DVD и BD приобретают различную специализацию. Если в первом случае все больше проявляется ориентир на детскую аудиторию и на выпуск анимации, то во втором – издание дорогостоящих картин, включая сериалы и документалистику. В сегменте DVD-релизов наблюдается равномерное распределения между новинками (фильмами, снятыми в течение последних двух лет) и изданиями каталога. Тогда как на рынке Blu-ray начиная с 2012 года прослеживается тенденция к сокращению выпуска библиотечных изданий (в 2014 году их доля в числе видеорелизов снизилась до 26%).

С каждым годом все большую долю рынка домашнего видео по количеству выпускаемых наименований занимают отечественные продюсеры, а фильмы других европейских стран сдают свои позиции. Это связано с уходом видеоиздателей с рынка, выпускающих прежде всего независимые и артхаусные картины. Кроме того, на отечественном видеорынке остро стоит и проблема представительства мейджоров. Контракты голливудских студий с российскими видеоиздателями скоро закончатся, а новые – исключительно краткосрочны. Сейчас в России насчитывается около 20 видеодистрибьюторов, крупнейшие из которых – «Видеосервис», «Новый диск», «Lizard Cinema Trade» и «СР Дистрибуция». В ближайшие годы весь рынок может свестись к 3–5 издателям, которые, вероятнее всего, сосредоточатся на выпуске новинок кинопроката и дорогих коллекционных изданий известных кинофраншиз.

1.8. Видео по запросу

Тем временем на смену рынку домашнего видео на физических носителях приходит видео по запросу, развитие которого идет очень быстро. Если в 2012 году объемы этого рынка в России, по оценке «iKS Consulting», составили 1,13 млрд руб., то в 2013-м – уже 2,79 млрд руб., а по итогам первого полугодия 2014-го – 2,32 млрд руб.

Этому способствует ряд факторов. Растет проникновение Smart-TV: в 2013 году в стране насчитывалось около 4,2 млн телевизоров, подключенных к Интернету. Укрепляется законодательная база – отрасль отмечает позитивное влияние «антипиратского закона». Увеличиваются доли HD- и 3D-видео в библиотеках сервисов. Формируется лояльная аудитория и культура пользования VoD-сервисами, что ведет к большей готовности клиентов платить за контент, особенно в форме подписки.

По итогам 2013 года основную долю на рынке видео по запросу занимают онлайн-кинотеатры (58% рынка); далее идут операторский VoD и магазины контента (26% и 16% соответственно).

Соответственно, и костяк крупнейших игроков рынка составляют именно онлайн-сервисы – в числе компаний с долей более 5% их пять (ivi.ru, «Play» («Okko»), «Tvigle», «Videomore» и «Zoomby»). Крупными

игроками являются также оператор IPTV «Ростелеком» и спутниковый сервис «Триколор». Сильны в стране и позиции «iTunes Store», который по итогам первого полугодия 2014-го (всего лишь через год после своего прихода на российский рынок) имеет 13% выручки сервисов видео по запросу. Появившийся примерно в то же время в России «Google Play» занимает лишь 3% рынка.

1.9. Телевизионная дистрибуция

Еще одна сфера сбыта кинопродукции в России – телевизионная дистрибуция – в последние годы все больше тревожит отечественных продюсеров и дистрибьюторов, поскольку стала одной из причин ухода с рынка крупных независимых дистрибьюторов («Кино без границ», «Кармен»). Дело в том, что продажа прав на показ фильмов в телеэфире долгое время была важным источником для правообладателей. Однако положение крупнейших телеканалов стремительно ухудшается в связи с сокращением их аудитории. А кризис 2008–2009 годов еще и сократил рекламные доходы. В результате закупки киноконтента телеканалами резко уменьшились. Так, по данным «TNS Россия», за 2010–2013 годы на «Первом канале» доля кинопоказа в программном вещании сократилась на 2,3 процентных пункта, на «России 1» – на 3,8 п. п., а на НТВ – на 14 п. п. И хотя большинство каналов из второго десятка рейтинга за рассматриваемый период увеличили долю кинофильмов в своей сетке вещания, их доходы (а значит, и предлагаемые цены на кинопродукцию) не могут компенсировать потерь правообладателей от сокращения закупок со стороны телеканалов-лидеров, не только зарабатывающих на рекламе, но и получающих дотации со стороны государства.

Самые большие объемы трансляции художественных кинофильмов наблюдаются на таких общедоступных каналах, как «Звезда» (доля кинопоказа в его программном вещании в 2013 году превысила 47%), «ТВ 3» (42% эфира) и «ТВ Центр» (30%). Однако зрительский потенциал транслируемых на них фильмов – далеко не самый высокий, так же как и рейтинги самих каналов.

Перенос сроков перехода на цифровое вещание с 2015-го на 2019 год может еще больше сократить объемы закупок дорогого контента ведущими телеканалами, вошедшими в первый мультиплекс, поскольку были изменены условия субсидирования трансляции ими цифрового и аналогового сигналов. При этом участники второго мультиплекса, напротив, сэкономят благодаря отсрочке – им не придется платить за вещание и в аналоговом и в цифровом форматах до 2018 года, поскольку пока они могут вести трансляции только с помощью аналогового сигнала.

В то же время неэфирные специализированные телеканалы в России стремительно набирают популярность: растет число их зрителей, как потенциальных (подключенных к сетям платного ТВ), так и реальных (смотрящих конкретные каналы хотя бы раз в месяц); увеличивается ассортимент. В связи с этим до сих пор расширялись и возможности монетизации для неэфирных каналов, а значит, и источники

финансирования закупок контента. Однако после принятия закона №270-ФЗ от 21.07.2014 года, который вводит запрет на распространение рекламы каналами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе, с 1 января 2015 года ситуация изменится. Вероятнее всего, при этом еще больше снизятся цены на закупку контента неэфирными каналами ввиду сокращения у них средств, тогда как объемы закупок снижаться не будут, поскольку в условиях запрета на рекламу каналы станут вынуждены повысить плату за подписку на свои услуги, для чего им потребуется мотивировать зрителя все более качественным предложением.

Еще одним законом, который повлияет на объемы закупок на телевидении, станет закон об ограничении доли иностранного капитала в СМИ (№305-ФЗ от 14.10.2014 года) – под него попадают холдинг «СТС Медиа» и телеканал «Disney», имеющие существенную долю иностранного капитала и вынужденные снижать ее до предписанных 20%.

1.10. Выводы

Со времени выхода нашего последнего отчета в 2012 году сфера кинематографии России претерпела ряд изменений.

В очередной раз были изменены правила получения государственной поддержки производства фильмов, которые в целом были оценены отраслью положительно, поскольку отбор проектов стал более прозрачным. Создаваемая с 2010 года система поддержки через финансирование студий-лидеров помогла укрепить сферу кинопроизводства и расширить число отечественных фильмов без существенного увеличения объемов господдержки: имея статус официально признанных лидеров, продюсерам стало легче находить дополнительные инвестиции. В то же время новые правила возвратности государственных средств, выделяемых на производство и прокат кинофильмов, станут испытанием для российских продюсеров.

Отрицательным результатом проведенной реформы стал отказ России от своих обязательств в недавно созданных совместных фондах (с Германией) и в киноакадемиях (с Францией и Италией), а также общее снижение внимания к копродукции со стороны государства и, как следствие, сокращение ее объемов.

К 2014 году почти полностью завершился переход на цифровые технологии проката и показа. Этот процесс вызвал волну экспериментов с репертуаром: на широкий экран стало выходить большее число фильмов и большими тиражами, появились даже релизы картин производства 1990-х годов, которые никогда прежде не были показаны на больших экранах в России, но стали легендами эпохи видеосалонов. Однако период экспериментов завершился, когда выяснилось, что рост числа фильмов не ведет к росту посещаемости; некоторые дистрибьюторы вынуждены были уйти, в том числе и из-за проблем на телевизионном рынке (где снизились цены и сократились закупки), а также в сфере домашнего видео, где стремительно падает спрос на физические носители. Закрываются и кинотеатры, не успевшие

переоснастить свои залы цифровой проекцией ввиду дефицита пленочных копий в прокате.

Наконец, в стране укрепилось антипиратское законодательство в аудиовизуальной сфере, что в первую очередь отразилось на сегменте видео по запросу. Сервисы VoD все чаще заменяют зрителям традиционное домашнее видео: на смену DVD-продажам приходит подписка на онлайн-сервисы, а дискам Blu-ray зрители предпочитают HD-версии фильмов в магазинах контента.

В целом большинство изменений на рынке носит закономерный характер и идет в русле общемировых трендов. Самобытностью отличается лишь система государственной поддержки кинопроизводства, ориентированная на лидеров и на производство коммерчески успешных отечественных фильмов. Общая направленность государственной политики вовнутрь страны находит свое отражение в отношении к копродукции, а также в поддержании не сходящей с повестки дня идеи квотирования отечественного кинопроката.

ГЛАВА 2. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РАМКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ

2.1. Нормативно-правовая база российской киноиндустрии

2.1.1. Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»

Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» (далее – Федеральный закон №126-ФЗ), принятый 22 августа 1996 года, до настоящего времени является главным нормативно-правовым актом, регламентирующим деятельность органов исполнительной власти в сфере кинематографии и порядок взаимодействия этих органов с отраслевыми организациями при осуществлении поддержки производства, проката и продвижения фильмов, проведения киномероприятий, направленных на пропаганду отечественного киноискусства, а также способствует реализации других мер, нацеленных на сохранение и развитие кино. Данным законом установлено, что российская кинематография, «являясь неотъемлемой частью культуры и искусства, должна сохраняться и развиваться при поддержке государства», которая подразумевает под собой принятие законов и иных нормативных правовых актов в области кинематографии; частичное финансирование производства, проката и показа кинокартин и покрытие расходов, связанных с выполнением функций оператора Единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах (далее – ЕАИС), внедряемой и совершенствуемой на территории России с 1 мая 2010 года.

Полномочия по осуществлению государственной поддержки возлагаются Правительством РФ на федеральный орган исполнительной власти, взаимодействующий с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Постановлением от 20 июля 2011 года №590 Правительство РФ утвердило Положение о Министерстве культуры Российской Федерации, на которое были возложены функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере кинематографии. При этом разработка и внедрение новых инициатив, в частности подготовка изменений действующего законодательства в целях повышения эффективности государственного регулирования, Министерством культуры РФ осуществляется совместно с Министерством экономического развития РФ и Министерством финансов РФ.

Одним из ключевых положений Федерального закона №126-ФЗ является определение категории «национальный фильм», ибо государственная поддержка производства, проката и показа кинокартин возможна только в отношении проектов, попадающих под соответствующий статус, который также позволяет воспользоваться установленными законодательством налоговыми льготами. Фильм признается национальным, если:

- продюсер фильма – гражданин Российской Федерации или юридическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке на территории РФ;
- большинство авторов фильма – граждане РФ;
- в состав съемочной группы фильма (режиссеры-постановщики, операторы-постановщики, операторы, звукооператоры, художники-постановщики, художники по костюмам, монтажеры, исполнители главных ролей) входит не более чем 30% лиц, не имеющих гражданства РФ;
- фильм снимается на русском языке или других языках народов РФ, за исключением случаев, когда использование иностранного языка является неотъемлемой частью художественного замысла;
- не менее чем 50% общего объема работ в сметных ценах по производству, тиражированию, прокату и показу фильма осуществляется организациями кинематографии, зарегистрированными в установленном порядке на территории РФ;
- иностранные инвестиции в производство фильма не превышают 50% сметной стоимости фильма.

Кроме того, в качестве национального фильма рассматривается проект, производство которого осуществляется в соответствии с международными договорами Российской Федерации совместно с продюсерами фильма, являющимися иностранными гражданами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами.

Государственное финансирование производства или проката национального фильма, как правило, не может превышать 70% сметной стоимости его производства или проката. В исключительных случаях (с учетом художественной и культурной значимости кинопроекта) федеральным органом исполнительной власти в области кинематографии, то есть Министерством культуры РФ, может быть принято решение о стопроцентном субсидировании сметной стоимости его производства. Финансированию подлежит и участие фильма в международном кинофестивале категории «А». В таком случае предусматриваются выплаты в размере до 100% сметной стоимости участия в фестивале.

Законом также оговариваются условия приватизации организаций кинематографии. Передача государственной (муниципальной) собственности в частные руки возможна лишь при обязательном сохранении кинематографической деятельности в качестве основного вида деятельности приватизируемой организации кинематографии. При этом Федеральный закон №126-ФЗ запрещает приватизацию организаций, специализирующихся на показе фильмов для детей и осуществляющих показ фильмов, будучи единственными соответствующими площадками в своем населенном пункте.

В период с 2012-го по 2014 годы состоялись три редакции Федерального закона №126-ФЗ. Редакция №9 от 12.11.2012 года (ныне уже не действующая) появилась на основе подписанного тем же числом Федерального закона «О внесении изменений в кодекс Российской

Федерации об административных правонарушениях и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – Федеральный закон №191-ФЗ). Изменение касалось восьмой части статьи 6.1 о ЕАИС. И если поправка в Федеральный закон №126-ФЗ оказалась довольно скромной (согласно новой редакции, теперь не только порядок функционирования ЕАИС и условия предоставления содержащейся в ней информации устанавливается Правительством РФ, но и периодичность предоставления данных в указанную систему), то, например, в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях была внесена целая статья, посвященная ответственности кинопоказчиков за нарушение требований к функционированию ЕАИС. В случае первичного непредоставления или неполного предоставления демонстратором, осуществляющим платный показ фильма в кинозале, надлежащих сведений или предоставления заведомо недостоверной информации, полагается наложение административного штрафа в размере от 100 000 до 400 000 руб. При повторном совершении соответствующего правонарушения штраф составит уже от 400 000 до 800 000 руб.

Редакция Федерального закона №126-ФЗ №10 от 28.12.2013 года (ныне также уже не действующая) была вызвана принятием Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (№44 от 5 апреля 2013 года) и необходимостью его упоминания в ряде статей закона о господдержке. Изменения носили главным образом технический характер.

Редакция №11 от 05.05.2014 года (действующая) была подготовлена на основании Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон “О государственном языке Российской Федерации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового регулирования в сфере использования русского языка». Поправки коснулись определения статуса национального фильма, коим теперь не может являться проект, в котором «используется нецензурная брань», а также дополнили закон статьей 5.1 «Прокатное удостоверение на фильм», согласно которой «осуществление на территории Российской Федерации проката фильма и (или) показа фильма без прокатного удостоверения, устанавливающего, в частности, способ использования фильма, не допускается, за исключением показа по эфирному, кабельному, спутниковому телевидению фильма, созданного для такого показа, и показа на проводимом на территории Российской Федерации международном кинофестивале фильма, ввезенного из-за рубежа для данного показа». Нарушение влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ. При этом прокатное удостоверение на фильм не выдается в случае, если фильм содержит материалы, нарушающие законодательство РФ о противодействии терроризму и экстремистской деятельности, содержит сведения о способах, методах разработки и изготовления наркотических средств, психотропных веществ или их прекурсоров, материалы, пропагандирующие порнографию, культ насилия и жестокости; если в фильме используются скрытые вставки и иные технические приемы и способы распространения информации,

воздействующие на подсознание людей и (или) оказывающие вредное влияние на их здоровье, а также при наличии в картине нецензурной брани. Порядок выдачи, отказа в выдаче и отзыва прокатного удостоверения на фильм устанавливается Правительством РФ, тогда как предоставлением государственной услуги по выдаче прокатных удостоверений на фильмы, созданные в РФ или приобретенные за рубежом для проката на ее территории, занимается Министерство культуры РФ.

В августе 2014 года Министерство экономического развития РФ объявило о намерении подготовить поправки в Федеральный закон №126-ФЗ, согласно которым в себестоимость кинопродукции будут включаться затраты на страхование гражданской ответственности по инвестиционному договору на производство национальных фильмов. По мнению ведомства, такая мера позволит увеличить приток частных инвестиций в киноотрасль. Основанием для разработки документа явились неоднократные обращения представителей киноотрасли с подобной просьбой. Сроки реализации данной инициативы пока не анонсируются.

2.1.2. Законодательные акты об интеллектуальных, авторских и смежных правах

С 1 января 2008 года на смену Закону Российской Федерации «Об авторском праве и смежных правах» N 5351-1 от 9 июля 1993 года была введена в действие часть четвертая Гражданского кодекса РФ (далее – Кодекс), по сей день выступающая основным законодательным актом, регламентирующим правовые аспекты, связанные с авторством, созданием и использованием фильмов как аудиовизуальных произведений. Согласно ее статье 1263, авторами кинопроекта признаются режиссер-постановщик, автор сценария и композитор, являющийся автором музыкального произведения (с текстом или без текста), специально созданного для данного фильма. При этом права продюсера как лица, организовавшего создание сложного объекта, включающего несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности, определяются статьей 1240 данного Кодекса. Продюсер может приобрести право использования указанных результатов на основании договоров об отчуждении исключительного права или лицензионных договоров, заключаемых им с обладателями исключительных прав на соответствующие результаты интеллектуальной деятельности. Продюсер вправе при любом использовании фильма как аудиовизуального произведения указывать свое имя или наименование либо требовать такого указания.

Отдельно в Кодексе оговариваются права автора музыки к фильму: «при публичном исполнении либо сообщении в эфир или по кабелю аудиовизуального произведения композитор, являющийся автором музыкального произведения (с текстом или без текста), использованного в аудиовизуальном произведении, сохраняет право на вознаграждение за указанные виды использования его музыкального произведения». Этот пункт до настоящего времени вызывает в отрасли немало споров и

конфликтов, разрешать которые зачастую пытаются через суд. Согласно Постановлению Правительства РФ «О минимальных ставках авторского вознаграждения за некоторые виды использования произведений литературы и искусства» №218 от 21 марта 1994 года, в сфере кинопроката минимальное вознаграждение за использование музыки (с текстом или без текста) при коммерческой демонстрации аудиовизуальной продукции в кинотеатрах и других общественных местах определено на уровне 3%, а при бесплатном для зрителей просмотре – 0,5% от суммы дохода плательщика. Средства выплачиваются в пользу аккредитованной организации, функцией которой в настоящее время выполняет Российское авторское общество (далее – РАО), в августе 2013 года продлившее государственную аккредитацию на 10 лет. На протяжении многих лет участники киноотрасли – не только кинопоказчики (в лице некоммерческого партнерства «Киноальянс» и отдельных кинотеатров), но и продюсеры (в лице Ассоциации продюсеров кино и телевидения и Гильдии продюсеров РФ) – продвигали идею о необходимости снижения минимальной ставки композиторских отчислений. В результате осенью 2011 года Правительственный совет по кинематографии РФ, возглавляемый тогда Председателем Правительства РФ Владимиром Путиным, постановил, что необходимо уменьшать не только ставку отчислений, но и базу для их расчета: учитывать не все продажи билетов, а только ту половину сборов, которая остается кинотеатрам (остальное получают прокатчик и продюсеры). В январе 2013 года Министерство культуры РФ подготовило и разослало на межведомственное согласование проект нового Постановления Правительства РФ о минимальных ставках вознаграждения за публичное воспроизведение музыки. Согласно документу, авторское вознаграждение должно составлять 1% от выручки, поступающей от продажи билетов. Данное Постановление до сих пор не было принято, однако фактически с 2012 года, когда на форуме «Кино России 2020» было объявлено, что РАО «сделало шаг навстречу» кинотеатрам, базовая ставка отчислений снизилась с 1,5% до 1,2%; кроме того, были введены специальные ставки для сетевых (1%), а также новых и реконструируемых (0,5%) кинотеатров. В перспективе кинообщество намерено добиваться снижения ставки до 0,3%. И все же до сих пор не все показчики согласны с текущим положением в отрасли, выражая свое недовольство отказом в заключении договоров с РАО. Как показывает практика, на сегодняшний день кинотеатрам доступно два варианта развития отношений с РАО – либо заключать договор и производить отчисления, либо судиться. В принципе существует еще третий путь, или, точнее, состояние, в котором сейчас пребывают некоторые площадки: «Мы не трогаем РАО – РАО не вспоминает о нас». Но такое положение не устойчиво, и рано или поздно кинопоказчик будет вынужден выбирать – договор или суд. Способы противостоять РАО в суде существуют, однако они действуют лишь на начальных этапах судебных разбирательств. В конечном счете добиться завершения дела в свою пользу кинотеатрам не удастся. При этом объемы ежегодных сборов РАО составляют около 3 млрд руб.¹

¹ На основе статьи «Нерешаемое уРАОвание», опубликованной в электронном выпуске

6 августа 2014 года прекратил работу Высший арбитражный суд РФ (далее – ВАС РФ), влившись в состав обновленного Верховного суда РФ. Последним стало постановление пленума ВАС РФ №51 от 18.07.2014 года «О некоторых вопросах, возникающих при рассмотрении споров с участием организаций, осуществляющих коллективное управление авторскими и смежными правами». Важными для кинотеатров оказались два пункта. Во-первых, РАО может представлять интересы только тех композиторов, с которыми у этой общественной организации есть договор. Никакие аккредитации во внимание приниматься не могут. Во-вторых, РАО якобы лишилось экономических стимулов в отношении сбора средств с кинотеатров, поскольку присуждение взысканных сумм может быть произведено только в пользу конкретного правообладателя. То есть теоретически РАО не должно оставлять часть средств себе.

Казалось бы, новый порядок взаимоотношений выгоден для кинотеатров – и в первую очередь для тех, которые не заключили с РАО договоры о выплате вознаграждения за использование музыки, включенной в аудиовизуальные произведения, поскольку теперь возможность предъявления к ним внедоговорных исков со стороны РАО должна быть затруднена. Однако постановление пленума ВАС пока никак не отразилось на действующем законодательстве, и, до тех пор пока на правительственном уровне не будут приняты поправки в Кодекс, проблемы с композиторскими отчислениями у кинотеатров продолжатся.

Кроме того, статьей 1245 Кодекса определено, что «авторам, исполнителям, изготовителям фонограмм и аудиовизуальных произведений принадлежит право на вознаграждение за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений исключительно в личных целях». Такое вознаграждение имеет компенсационный характер и выплачивается правообладателям за счет средств, которые подлежат уплате изготовителями и импортерами оборудования и материальных носителей, используемых для такого воспроизведения (CD, DVD, BD, флеш-карты и пр.). Постановлением Правительства РФ «О вознаграждении за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях» №829, принятым 14 октября 2010 года и скорректированным в 2012-м и 2013 годах, установлен соответствующий сбор в размере 1% от стоимости реализации единицы оборудования и материальных носителей. Взносы собирает аккредитованный Правительством РФ Российский союз правообладателей (далее – РСП). Распределение сборов в отношении аудиовизуальных произведений осуществляется в следующей пропорции: 40% – авторам; 30% – исполнителям, участие которых зафиксировано в аудиовизуальных произведениях; 30% – изготовителям. До 15% собранных средств РСП может использовать на собственные нужды. Данный сбор носит компенсационный характер и применяется в качестве меры борьбы с пиратством в сфере аудиовизуальных произведений. В начале 2012 года Правительством РФ было предложено дифференцировать ставку авторского сбора, однако окончательное решение по данному вопросу до сих пор не принято, в

связи со сложностями при расчете вреда, наносимого авторам частным копированием.

Непосредственно защите исключительных прав на плоды интеллектуальной деятельности посвящена статья 1252 Кодекса. Данная защита осуществляется, в частности, путем предъявления требований:

- о признании права – к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя;
- о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, – к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним;
- о возмещении убытков – к лицу, неправомерно использовавшему результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб;
- об изъятии материального носителя – к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю;
- о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя – к нарушителю исключительного права.

Вместо возмещения убытков правообладатель может требовать от нарушителя исключительного права выплаты компенсации, которая подлежит взысканию при доказанности факта правонарушения. При этом правообладатель, обратившийся за защитой права, освобождается от доказывания размера причиненных ему убытков. Статьей 1301 Кодекса определено, что размер компенсации может составлять либо сумму от десяти тысяч до пяти миллионов рублей (по усмотрению суда), либо двукратный размер стоимости экземпляров произведения или двукратный размер стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения. Правообладатель может требовать от нарушителя выплаты компенсации за каждый случай неправомерного использования результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации либо за допущенное правонарушение в целом.

В статье также оговаривается, в каких случаях материальные носители признаются контрафактными и какие действия в отношении них и организаций или лиц, их производших, должны быть приняты. Однако в связи с существенным снижением оборотов ранка, в частности DVD-продукции, и с еще более существенным развитием Интернета в последние годы намного более острым стал вопрос о защите исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности в Сети. На многочисленных встречах и конференциях, посвященных данной теме, кинематографисты констатировали, что война с «пиратскими» дисками в свое время была проиграна и сейчас нельзя

допустить подобного поражения во Всемирной паутине. Между тем главным интернет-врагом – не только в России, но и во всем мире – являются торрент-трекеры, позволяющие пользователям делиться друг с другом нелегальной продукцией. Именно это и определило в результате принятия 2 июля 2013 года Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» №187-ФЗ (далее – Федеральный закон №187-ФЗ) появление в Кодексе статьи 1253.1, посвященной ответственности информационного посредника – «лица, осуществляющего передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе в Интернет, лица, предоставляющего возможность размещения материала или информации, необходимой для его получения с использованием информационно-телекоммуникационной сети, лица, предоставляющего возможность доступа к материалу в этой сети». Согласно внесенному дополнению информационный посредник несет ответственность за нарушение интеллектуальных прав на общих основаниях, за исключением двух ситуаций. Во-первых, если при передаче материала в информационно-телекоммуникационной сети информационный посредник одновременно:

- не являлся инициатором этой передачи и не определял получателя указанного материала;
- не изменял материал при оказании услуг связи, за исключением изменений, осуществляемых для обеспечения технологического процесса передачи материала;
- не знал и не должен был знать о том, что использование соответствующих результатов интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации лицом, инициировавшим передачу материала, содержащего соответствующие результаты интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации, является неправомерным.

Во-вторых, если при предоставлении возможности размещения материала в информационно-телекоммуникационной сети информационный посредник одновременно:

- не знал и не должен был знать о том, что использование соответствующих результатов интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации, содержащихся в таком материале, является неправомерным;
- в случае получения в письменной форме заявления правообладателя о нарушении интеллектуальных прав с указанием страницы сайта и (или) сетевого адреса в Интернете, на которых размещен такой материал, своевременно принял необходимые и достаточные меры для прекращения нарушения интеллектуальных прав.

Согласно Федеральному закону №187-ФЗ, правообладатель, в случае обнаружения в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в Интернете, фильмов, которые распространяются без его разрешения или иного законного основания, вправе обратиться в суд с

документами, которые подтверждают незаконное нахождение фильмов в сетях и права истца на эти фильмы. Кроме того, правообладатель на основании вступившего в силу судебного акта вправе обратиться в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, с заявлением о принятии мер по ограничению доступа к информационным ресурсам, распространяющим такие фильмы. Федеральный орган в течение трех рабочих дней определяет провайдера хостинга или иное лицо, обеспечивающее размещение указанного информационного ресурса, обслуживающего владельца сайта, и направляет ему в электронном виде уведомление на русском и английском языках о выявленном нарушении с требованием принять меры по удалению такой информации. Получатель уведомления в течение одного рабочего дня обязан проинформировать о нем обслуживаемого им владельца информационного ресурса и уведомить его о необходимости незамедлительно удалить незаконно размещенную информацию и (или) принять меры по ограничению доступа к ней. В течение одного рабочего дня с момента получения подобного уведомления владелец информационного ресурса обязан удалить сомнительную информацию. В случае отказа или бездействия владельца информационного ресурса доступ к нему должен быть ограничен не позднее истечения трех рабочих дней с момента получения провайдером уведомления от федерального органа. В случае непринятия в указанные сроки соответствующих мер информация направляется операторам связи. И они в течение суток должны ограничить доступ к ресурсу. В случае, если вина в распространении пиратского материала впоследствии не будет доказана, владелец сайта будет иметь право на получение компенсации.

Незадолго до того как Федеральный закон №187-ФЗ был подписан главой государства Владимиром Путиным, Российская ассоциация электронных коммуникаций опубликовала открытое обращение к Президенту РФ², подписанное представителями крупнейших интернет-компаний, в котором призывала пересмотреть законопроект, поскольку документом «закладываются широкие возможности для злоупотреблений и недобросовестной конкурентной борьбы». Как было сказано в документе, законопроект позволяет «заблокировать интернет-ресурс без его предварительного уведомления на основании лишь предположения о нарушении, такая норма представляет собой значительную угрозу как начинающим легальным сервисам, так и информационным посредникам». При этом данная инициатива не учитывает «возможность легального использования объектов авторского права без разрешения правообладателя, что предусмотрено Гражданским законодательством и международной практикой». Однако обращение не было принято во внимание и новые правила защиты исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности в Интернете вступили в действие с 1

² Открытое обращение интернет-сообщества в отношении законопроекта №292521-6 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно телекоммуникационных сетях»: <http://raec.ru/times/detail/2667/>.

августа 2013 года. Теперь Государственная дума РФ намерена дополнить закон поправками, которые распространят действие новых правил на все авторские и смежные права, кроме прав на фотографические произведения и произведения, полученные способами, аналогичными фотографии. Вступление этих поправок в силу намечено на 1 мая 2015 года.

2.1.3. Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»

Принятый сравнительно недавно, лишь в конце 2010 года, Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» №436-ФЗ (далее – Федеральный закон №436-ФЗ) уже успел претерпеть четыре редакции, некоторые из которых оказали существенное влияние на российскую киноотрасль. Так, с учетом поправок, одобренных 28 июля 2012 года Федеральным законом «О внесении изменений в Федеральный закон “О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию”» №139-ФЗ и вступивших в силу с 1 сентября 2012 года, вся информационная продукция, в том числе и фильмы, подлежит классификации по возрастным категориям:

- для детей, не достигших возраста шести лет;
- для детей, достигших возраста шести лет;
- для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- запрещенная для детей.

Классификация информационной продукции осуществляется ее производителями и (или) распространителями самостоятельно (в том числе с участием эксперта, экспертов и (или) экспертных организаций) до начала ее оборота на территории Российской Федерации. Сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, должны указываться ее производителем или распространителем в сопроводительных документах, а также на афишах и объявлениях, входных билетах. В кинотеатрах знак возрастного ограничения должен также появляться перед началом демонстрации фильма.

Дальнейшие поправки в Федеральный закон №436-ФЗ касались списка информации, запрещенной или ограниченной для распространения среди детей. Согласно последней редакции, к запрещенной для распространения среди детей относится информация:

- побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;
- способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;

- обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;
- отрицающая семейные ценности, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;
- оправдывающая противоправное поведение;
- содержащая нецензурную брань;
- содержащая информацию порнографического характера;
- о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия), включая фамилии, имена, отчества, фото- и видеозображения такого несовершеннолетнего, его родителей и иных законных представителей, дату рождения такого несовершеннолетнего, аудиозапись его голоса, место его жительства или место временного пребывания, место его учебы или работы, иную информацию, позволяющую прямо или косвенно установить личность такого несовершеннолетнего.

К информации, распространение которой среди детей определенных возрастных категорий ограничено, относится информация:

- представляемая в виде изображения или описания жестокости, физического и (или) психического насилия, преступления или иного антиобщественного действия;
- вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;
- представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной;
- содержащая бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани.

При этом, несмотря на обозначенные критерии, согласно которым каждый фильм получает свое возрастное ограничение, с некоторыми проектами в России по-прежнему случаются казусы – например, в 2013 году довольно жестокий и мрачный «Хоббит: Нежданное путешествие» или содержащая эротические сцены «Легенда №17» получили довольно мягкий рейтинг 6+. Случается, что отдельные проекты выходят на экраны в двух версиях, как, например, третья часть франшизы «Неудержимые». Данная мера была вызвана вступлением в силу с 1 июня 2014 года отдельных пунктов закона о курении.³ Несмотря на то что в Федеральный закон №436-ФЗ никаких дополнительных корректировок введено не было, дистрибьютор, по всей видимости, решил, что ввиду пристального внимания к данной теме одного желания

³ Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» № 15-ФЗ от 23 февраля 2013 года.

расширить возрастную группу потенциальной аудитории фильма до подростков от 12 лет недостаточно и пошел на «крайние» меры. Отличия прокатных версий (12+ и 18+) состоят в девяти сценах, где герои фильма как раз курят. В версии 12+ активно используемые персонажами сигары заретушированы. Также при дубляже картины в данной прокатной версии пришлось заменить и одну шутку, которая связана с наличием в кадре сигары.

По итогам двух лет с момента вступления значимых для кинопроката поправок в Федеральный закон №436-ФЗ можно констатировать, что отрасль еще приноравливается к новой системе и по многим пунктам остается еще немало вопросов, ответы на которые в перспективе должны быть отражены в законодательстве. Так, до сих пор четко не регламентирована реклама фильмов, удостоившихся рейтинга 18+, например в телепрограммах и телепередачах. Отдельные российские дистрибьюторы утверждают, что ролики соответствующих фильмов не подлежат распространению посредством теле- и радиовещания с 4 часов до 23 часов по местному времени, как того требует статья 13 Федерального закона №436-ФЗ «Дополнительные требования к распространению информационной продукции посредством теле- и радиовещания». Однако в данном случае в законе речь идет исключительно об информационной продукции, которой присвоен этот жесткий рейтинг, то есть о фильмах с возрастным ограничением 18+, тогда как анонсирующие ролики могут не содержать запрещенной информации. Об этом также упоминается в статье 13, пункте 5: «При размещении анонсов или сообщений о распространении посредством теле- и радиовещания информационной продукции, запрещенной для детей, не допускается использование фрагментов указанной информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред здоровью и (или) развитию детей». Другое дело, что далеко не каждый фильм рейтингом 18+ можно прорекламирровать, исключив из роликов запретные моменты. С аналогичной проблемой на протяжении этих двух лет сталкивались и кинотеатры, демонстрирующие трейлеры фильмов перед началом сеансов. Нередко копии лент с лояльным возрастным рейтингом сопровождаются роликами к фильмам для более взрослой аудитории, и дистрибьюторы настоятельно рекомендуют кинотеатрам их демонстрировать. В результате в адрес отдельных площадок поступали жалобы зрителей, недовольных соответствующей комплектацией информационной продукции. Тем более в Федеральном законе №436-ФЗ прописано, что, в случае демонстрации нескольких видов информационной продукции для детей разных возрастных категорий, указанный знак должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории. Из последних примеров подобного конфликта – демонстрация трейлера к российской комедии «Выпускной» с рейтингом 18+ перед показом фильма «Черепашки-ниндзя» с рейтингом 6+. Данная ситуация не получила дальнейшего развития, однако очевидно, что без закрепления соответствующих норм в законодательстве отрасль будет кидать в крайности – отдельные игроки предпочтут самоцензуру, тогда как другие порой смогут принимать довольно абсурдные решения.

Отметим также конфликт, случившийся весной 2014 года в Новосибирской области, когда местные кинотеатры, демонстрировавшие фильм «Волк с Уолл-стрит», получили от областного управления Федеральной службы Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков протоколы об административных правонарушениях по статье КоАП РФ «Пропаганда или незаконная реклама наркотических средств». В качестве экспертов ФСКН привлекла сотрудников НИИ физиологии и фундаментальной медицины Сибирского отделения РАМН и областного наркологического диспансера, которые заключили, что «Волк с Уолл-стрит», получивший прокатное удостоверение в Министерстве культуры РФ и удостоившийся рейтинга 16+, привлекает внимание населения к наркотикам и способам их употребления и даже более того – идеализирует наркотические средства. И Центральный районный суд Новосибирска постановил, что соответствующие кинотеатры должны выплатить штраф за пропаганду наркотиков. Однако в конце апреля Новосибирский областной суд рассмотрел апелляционные жалобы от сетей кинотеатров и вынес решение об отмене штрафа.

2.1.4. Налоговый и Таможенный кодексы РФ

Одной из старейших налоговых льгот является освобождение кинотеатров от уплаты налога на добавленную стоимость (НДС), составляющего в настоящее время 18% от стоимости работ или услуг при реализации входных билетов и абонементов, форма которых утверждена в установленном порядке как бланк строгой отчетности (на киносеансах всех фильмов – как имеющих статус национальных, так и не имеющих такового). Эта норма, наряду с отменой НДС на работы или услуги по производству кинопродукции, выполняемые или оказываемые организациями кинематографии, права на использование (включая прокат и показ) кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма, также определена подпунктом 20 пункта 2 статьи 149 части 2 Налогового кодекса РФ, утвержденного в 2000 году. Однако когда в 2012 году заговорили о необходимости введения квот на кинопоказ, возврат НДС на реализацию билетов на иностранные фильмы рассматривался как вариант поддержки отечественной кинопродукции в прокате. При этом отраслевые эксперты уверены, что отмена нулевой ставки по НДС автоматически приведет к росту цен на билеты. Возможно, именно поэтому пока обсуждение данной инициативы не вылилось в конкретные действия.

Согласно статье 150 части 2 Налогового кодекса РФ, от НДС освобождается ввоз на территорию Российской Федерации и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией, произведений кинематографии, осуществляемый специализированными государственными организациями с целью международных некоммерческих обменов, то есть для участия в кинофестивалях и иных мероприятиях подобного рода. Во всех остальных случаях при ввозе на территорию РФ исходных материалов аудиовизуального производства импортер обязан заплатить пошлину, ставка которой составляет 10% от таможенной стоимости фильма. На протяжении многих лет эта

таможенная норма вызывала в киносообществе активные дискуссии, поскольку она сказывалась на фильмах, выходящих в ограниченный прокат, для которых эта статья расходов была несопоставимо высокой по сравнению с другими расходами на реализацию, а также по сравнению с доходами. Однако сейчас данная проблема уже практически не актуальна в связи с развитием цифрового кинопроката и невещественной передачи данных посредством спутника или Интернета, при которой прохождение материалов фильма через таможню исключается.

В 2011 году Комиссией таможенного союза с 15% до нуля была снижена ставка ввозной таможенной пошлины на цифровые проекторы. Данная мера существенно облегчила, в первую очередь киносетям, переход на цифровой формат кинопоказа. Теперь киносообщество возлагает большие надежды на реализацию предложений по беспошлинному ввозу цифровых кинокамер (сейчас ставка составляет 4%), кинообъективов (15%) и остальной кинотеатральной техники (в том числе звукового, экранного оборудования, кресел, очков для кинопросмотра, серверов и т. д.).

Тем временем с весны 2013 года принятия ожидают две поправки в Налоговый кодекс РФ. Был разработан и на ряде стадий одобрен законопроект, направленный на сокращение сроков амортизации нематериальных активов в сфере кино и оптимизацию расходов на производство трейлеров фильмов. Сейчас срок полезного использования кинолент установлен в расчете на 10 лет. Однако срок их морального износа составляет в среднем 3–5 лет, а установленные правила учета доходов и расходов при создании и прокате фильмов не учитывают их реального «жизненного» цикла. Поэтому законопроект предусматривает сокращение сроков амортизации нематериальных активов в форме исключительного права на аудиовизуальные произведения, в том числе кинофильмы, до двух лет. В законопроекте также предлагается освободить от налога на прибыль затраты на создание трейлеров. В действующей редакции Налогового кодекса затраты на такой вид рекламы не входят в перечень ненормируемых расходов на рекламу, поэтому сейчас данные затраты можно отнести на расходы лишь в размере, не превышающем 1% выручки от реализации.

В июле 2014 года Минэкономразвития РФ разработало проект Постановления Правительства РФ о снижении нормативных сроков использования фото- и киноаппаратуры с 7–10 до 3–5 лет. Данная инициатива вызвана активным переходом отрасли на цифровое оборудование, сроки амортизации которого гораздо короче пленочного. По подсчетам экспертов, если данная мера будет принята, кинопоказчики смогут сэкономить на налоге на прибыль порядка 180 млн рублей в год, а в целом все участники отрасли – около 220 млн рублей.

В августе 2014 года Министерство финансов РФ направило в Правительство РФ законопроект, согласно которому Налоговый кодекс РФ должен быть дополнен главой «Налог с продаж». По сообщениям СМИ⁴, документ почти повторял нормы о налоге с продаж, которые

⁴ Минфин внес в правительство законопроект о введении налога с продаж: <http://rbcdaily.ru/economy/562949992137733>.

действовали в России до его отмены в 2004 году, – регионы вправе сами определять ставку налога в пределах 3%. Предполагалось, что данная инициатива вступит в силу 1 января 2015 года и не затронет киноотрасль, поскольку взимание налога (в том числе с услуг в сфере культуры и искусства) не предполагалось. Как бы то ни было, 20 сентября инициатива по возвращению налога с продаж была отклонена и трансформировалась в предложение предоставить регионам право взимать с бизнеса средства за право торговли, предоставление услуг общепита и такси, а с граждан – туристические или курортные сборы.⁵ Позднее было сообщено, что Владимир Путин поддержал предложение о налоге с продаж российского программного обеспечения⁶; затем Правительство отклонило эту инициативу, но Минкомсвязи начало обсуждение возможности отмены льгот для разработчиков по уплате НДС.⁷ Вступление в силу любых соответствующих инициатив может отразиться на стоимости автоматизации некоторых сервисов внутри кинотеатров России.

2.1.5. Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования»

В августе 2014 года Правительство РФ поддержало законопроект, разработанный Министерством экономики РФ в 2013 году, о внесении изменений в Федеральный закон «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования» №212-ФЗ от 24 июля 2009 года. Согласно поправкам, в бюджете на 2015–2017 годы, вероятно, будет зафиксирована льготная ставка по платежам социальных взносов для российских организаций, осуществляющих производство анимационной (мультипликационной) аудиовизуальной продукции и (или) оказание услуг (выполнение работ) по ее созданию. Кинематографисты неоднократно обращались к чиновникам с соответствующей инициативой, ссылаясь на то, что основной тариф в 30%, который сейчас применяется большинством предприятий, ведет к нерентабельности производства анимационных фильмов и снижению инвестиционного потенциала отрасли. В итоге Министерство экономики РФ согласилось, что оптимальной была бы ставка в размере 14% в 2013–2017 годах, 21% – в 2018-м и 28% – в 2019 году. Сейчас аналогичные льготы по уплате взносов имеют IT-компании, СМИ, ряд некоммерческих организаций и структуры, работающие с инвалидами. Пока формально проект вносит изменения в жизнь мультипликаторов (или приравненных к ним) лишь на 2015–2017

⁵ Дмитрий Медведев подтвердил отказ Белого дома от введения налога с продаж: <http://www.kommersant.ru/doc/2572038>.

⁶ Президент поддержал налог с продаж ПО: <http://www.kommersant.ru/doc/2574580>.

⁷ В правительстве отказались от идеи ввести специальный налог с продаж программного обеспечения в размере 10%: <http://www.tv100.ru/news/v-pravitelstve-otkazalis-ot-idei-vvesti-specialnyj-nalog-s-prodazh-programmnogo-obespecheniya-v-razmere-10-101701/>.

годы. Впрочем, по мнению экспертов, велики шансы на то, что льготный режим сохранится и после 2017 года.⁸

2.1.6. Нереализованные инициативы

С 2012 года в российской киноотрасли активно обсуждается возможность введения протекционистских мер в отношении отечественной кинопродукции. Была начата разработка проекта Федерального закона, устанавливающего минимальную долю национальных фильмов в общем количестве сеансов, проводимых каждым кинотеатром в интервале с 12 до 24 часов местного времени. Впоследствии концепция видоизменялась; одним из последних предложений была инициатива депутата Государственной думы РФ от фракции «Единая Россия» Роберта Шлегеля, согласно которой долю отечественных фильмов в российском кинопрокате необходимо устанавливать не ниже 50% от общего числа сеансов в каждом конкретном кинотеатре. Однако как в 2012 году, так и в 2014-м киносообщество было категорически против такого подхода к продвижению отечественной продукции на национальном рынке. В качестве основного контраргумента приводился тот факт, что российский кинопром окажется не в состоянии поставлять такое количество местных фильмов. Как бы там ни было, на конференции, посвященной итогам 2013 года и прошедшей в феврале 2014 года, министр культуры РФ Владимир Мединский отметил, что по-прежнему считает государственное регулирование рынка кинопроката необходимым. Впрочем, о каких именно мерах и сроках их внедрения шла речь, министр говорить не стал, упомянув, что обсуждение этого вопроса продолжается.

16 сентября 2014 года на заседании экспертного совета Общероссийского народного фронта режиссер Юрий Кара выступил с предложением запретить показ американских фильмов в кинотеатрах России, пока не будут отменены антироссийские санкции в связи с конфликтом на Украине. По мнению председателя комитета по культуре, сопредседателя Общероссийского народного фронта, режиссера Станислава Говорухина, нужно ограничить показ американских фильмов в кинотеатрах России, при этом увеличив долю проката кино, снятого в других странах. Минкультуры РФ выступило против идеи запрета показа американских фильмов на территории России. «Министерство культуры считает, что на уровне культуры санкции не работают, поэтому нет смысла что-либо запрещать. Санкции – это вообще пережиток прошлого. Меры по поддержке российского кино, возможно, будут необходимы, но к этому вопросу тоже нужно подходить очень осторожно, учитывая мнения всего киносообщества, экспертов в этой области», – заявили тогда в пресс-службе ведомства.⁹ Дебаты продолжаются, а значит, сбрасывать со счетов все вариации инициативы квотирования пока очень рано.

⁸ На основе статьи «Персонажам мультфильмов снизят налоги», опубликованной в газете «Коммерсантъ» № 145 от 16.08.2014 (<http://www.kommersant.ru/doc/2547008>).

⁹ Минкультуры РФ против запрета американских фильмов в российском прокате: <http://itar-tass.com/kultura/1449245>.

В феврале 2013 года член фракции ЛДПР и думского Комитета по культуре Дмитрий Литвинцев выступил с инициативой запретить на территории Российской Федерации производство иностранных фильмов. Кроме того, депутат посчитал необходимым ввести требования к инвестициям и составу съемочных групп на проектах совместного производства с Россией (не менее 40% его создателей и 60% актеров должны иметь российское гражданство). Пока законопроект не получил продолжения.

В июле 2013 года депутат Государственной думы РФ от партии ЛДПР Валерий Селезнев предложил внести в закон о рекламе поправку, почти полностью запрещающую показ коммерческой рекламы товаров и услуг перед киносеансами. «Перед демонстрацией фильма не допускается демонстрация рекламы, за исключением социальной рекламы и рекламы кино», – считает депутат.¹⁰ Как подчеркивалось в пояснительной записке к проекту закона, «коммерческая реклама вызывает недовольство. Человек не только вынужден ее смотреть ввиду того, что в ожидании фильма все его внимание сосредоточено на экране, но ему за это еще и приходится платить, так как услуги кинотеатров платные. Подобная ситуация недопустима и требует вмешательства. Многие граждане, желая избежать засилья рекламы на телевидении, приобретают пакеты спутниковых и цифровых каналов, ведь там рекламу не показывают». Однако до настоящего времени данная инициатива не приняла серьезных очертаний, а потому, по всей видимости, в ближайшее время введение подобной меры кинотеатрам не угрожает.

2.2. Деятельность федеральных органов власти в сфере кинематографии

2.2.1. Министерство культуры РФ

Управление Министерства

Постановлением Правительства Российской Федерации №590 от 20 июля 2011 года Министерство культуры РФ было определено федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию, в том числе и в сфере кинематографии. 21 мая 2012 года Указом Президента РФ на пост Министра культуры РФ был назначен Владимир Мединский, пришедший на смену Александру Авдееву, который пребывал в должности с 2008 года. Закономерным образом после появления нового руководителя в Министерстве заметно обновилась вся остальная команда. На стабилизацию работы обновленного состава ушло некоторое время. В дальнейшем в глазах кинематографистов фигура Мединского стала ассоциироваться с инициативами о введении квот на иностранное кино, а также с активной работой по реализации приоритетного направления

¹⁰ Депутат от ЛДПР внес в Госдуму законопроект о запрете коммерческой рекламы в кинотеатрах: <http://itar-tass.com/kultura/628567>.

развития сферы культуры, сформулированного в отчете Министерства об итогах работы в 2013 году как «развитие и сохранение отечественного киноискусства, закладывающего в основу развития национальной киноиндустрии лучшие традиции отечественной киношколы и обеспечивающего использование кинематографа как инструмента позитивного воздействия на массовое сознание, воспитания молодого поколения в духе высокой нравственности, гуманизма, патриотизма и толерантности».

На основании Приказа Министерства культуры РФ №892 от 16 августа 2012 года, в структуре данного федерального органа исполнительной власти функционирует Департамент кинематографии, состоящий из пяти отделов: отдела взаимодействия с организациями кинематографии, отдела ведения государственного регистра фильмов, отдела государственной поддержки производства неигровых и анимационных национальных фильмов и отдела государственной поддержки продвижения и проката национальных фильмов. Возглавляет Департамент Вячеслав Тельнов, назначенный на эту должность еще в 2011 году, до прихода Мединского. В конце 2013 года деятельность Департамента перешла в прямое подчинение Министру культуры.

Прокатные удостоверения и удостоверения национального фильма

Помимо осуществления господдержки организаций кинематографии и разработки нормативно-правовых актов в полномочия Министерства входит выдача прокатных удостоверений на фильм; выдача удостоверения национального фильма; ведение единого Государственного регистра кино- и видеофильмов; выполнение функции госзаказчика бюджетных целевых программ, в том числе по поддержке производства и проката национальных фильмов.

В 2012 году Министерством было выдано 3611 прокатных удостоверений (1726 – на отечественные аудиовизуальные произведения на всех видах видеоносителей и 1885 – на зарубежные проекты). В 2013 году этот показатель сократился до 3144 прокатных удостоверений (1575 – на отечественную аудиовизуальную продукцию и 1569 – на зарубежные произведения). Зато число выдаваемых удостоверений национального фильма на запускаемые в производство проекты, законченные производством фильмы и картины прошлых лет, составляющие коллекции фильмофондов ведущих студий страны, осталось практически неизменным: 2674 удостоверения в 2012 году против 2650 – в 2013-м.

Бюджетные средства на поддержку кинематографии

На протяжении многих лет Министерство культуры РФ единолично осуществляло государственное финансирование киноотрасли, однако с 2010 года оно делит эти обязанности с Федеральным фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (далее – Фонд кино). Разграничение полномочий двух организаций на протяжении четырех лет видоизменялось, и по итогам 2013 года

Министерство культуры отчиталось о том, что их деятельность была наконец четко регламентирована. Согласно постановлению Правительства РФ №1397 от 25 декабря 2012 года, объектами государственной поддержки кинематографии со стороны Минкультуры России остались организации кинематографии, осуществляющие производство и прокат фильмов для детей и юношества, дебютных, авторских и экспериментальных художественных национальных фильмов, киножурналов, документальных и научно-популярных, анимационных национальных фильмов. На основании этого же документа Министерство предоставляет Фонду кино субсидии из средств, отведенных федеральным бюджетом Российской Федерации на кинематографию.

Объемы государственных средств, выделяемых на поддержку кинематографии в целом, в течение последнего десятилетия варьировались с заметной цикличностью. Если в 2004–2007 годах наблюдалась стабилизация увеличения объемов финансирования (они росли темпами, соизмеримыми с инфляцией), то впоследствии, как было и в 2002–2003 годах, последовало значимое увеличение государственной поддержки. С 2007-го по 2012 год господдержка возросла более чем в 2 раза. В 2012 году общая сумма средств, выделенных на кинематографию согласно соответствующему разделу в федеральном бюджете, составила 6,4 млрд руб. (+38,4% по сравнению с 2011 годом). Из них на учреждения и мероприятия в сфере культуры было прописано 5,9 млрд рублей. В 2013 году объем господдержки вырос еще на 6% и составил 6,8 млрд руб. На учреждения и мероприятия в сфере культуры документом отведено 6,1 млрд руб. В 2014 году наметилось сокращение объемов госфинансирования. В бюджете зафиксирована общая сумма средств, выделяемых на кинематографию, в размере 6,07 млрд руб. При этом в структуре распределения бюджетных ассигнований произошло некоторое изменение – она стала четче, и учреждения в сфере культуры начали отделяться от мероприятий.

Помимо учреждений и мероприятий в сфере культуры значимой целевой статьей расходов бюджетных средств является реализация Федеральной целевой программы (далее – ФЦП) «Культура России (2012–2018 гг.)».

**Таблица 1. Объемы финансирования
ФЦП «Культура России (2012–2018 годы)»**

Развитие и поддержка кинематографии (млн руб.)									
	2012– 2018 годы	В том числе							Ожидаемые результаты
		2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	
Поддержка отечественных производителей культурных благ в области кинематографии	3618,3	462	462	462	596	662,1	512,1	462,1	Создание в 2012–2018 годах не менее 70 игровых (дебютных, детских, авторских), 321 неигрового и 115 анимационных национальных фильмов
В т. ч. федеральный бюджет - Минкультуры России	2727,3	360	360	342	461	512,1	362,1	312,1	

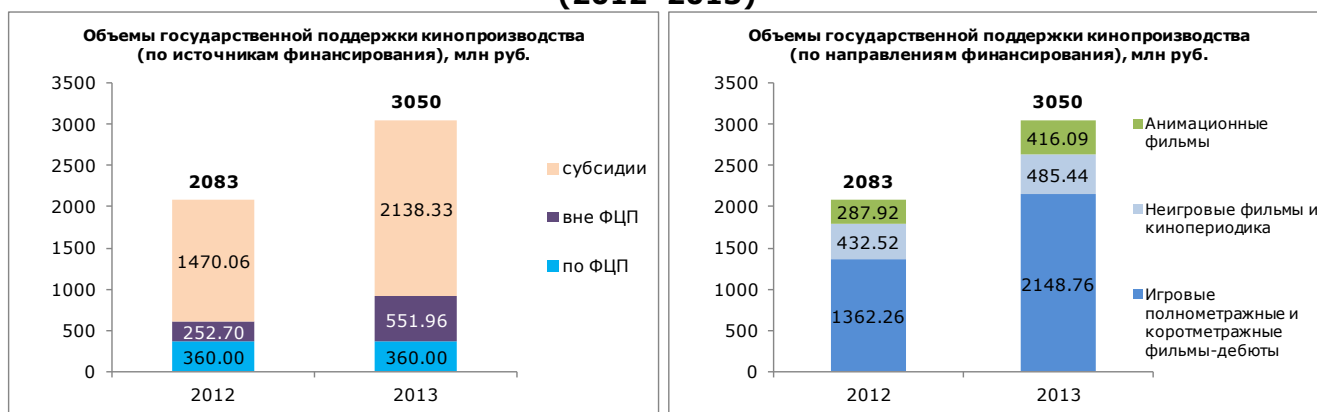
Развитие и поддержка кинематографии (млн руб.)									
	2012–2018 годы	В том числе							Ожидаемые результаты
		2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	
В т. ч. внебюджетные источники	891	102	102	102	135	150	150	150	
Подготовка кадров для современного отечественного кинематографа – федеральный бюджет (Минкультуры России)	145	5	15,5	15,5	25	28	28	28	Подготовка для киноиндустрии специалистов, остро необходимых для развития кинопроизводства в области зрительного кино. За 7 лет будет выпущено 100 сценаристов, 50 режиссеров, 80 аниматоров, 350 дистрибьюторов кинотеатрального рынка
Расширение доступности продукции и услуг кинематографии для населения России	1280	130	130	130	260	260	210	160	Проведение ежегодно не менее 30 российских и международных кинофестивалей в регионах России. Оказание в 2012–2018 годах государственной поддержки в прокате 104 полнометражным игровым и анимационным национальным фильмам
В т. ч. федеральный бюджет – Минкультуры России	950	100	100	95	200	200	150	100	
В т. ч. внебюджетные источники	330	30	30	30	60	60	60	60	
Поддержка продвижения на мировой рынок отечественного кино	467	55	55	55	78	98	68	58	Расширение географии продвижения отечественных фильмов за рубежом, создание положительного образа России за рубежом. Проведение в 2012–2018 годах 175 некоммерческих киномероприятий за рубежом. Участие в международных кинофестивалях для коммерческого продвижения отечественного кино не менее чем в 10 странах мира ежегодно
В т. ч. федеральный бюджет – Минкультуры России	350	40	40	38	60	80	50	40	
В т. ч. внебюджетные источники	117	15	15	15	18	18	18	18	
Итого по разделу	5510,3	652	662,5	662,5	959	1048,1	818,1	708,1	
В т. ч. федеральный бюджет – Минкультуры России	4172,3	505	515,5	515,5	746	820,1	590,1	480,1	
В т. ч. внебюджетные источники	1338	147	147	147	213	228	228	228	

Источник: Министерство культуры РФ

Госфинансирование кинопроизводства

Основной задачей деятельности Министерства культуры РФ в области кинематографии традиционно является обеспечение роста производства национальных фильмов и увеличение доли их присутствия на киноэкранах.

Рисунок 1. Объемы государственной поддержки кинопроизводства в России (2012–2013)



Источник: Министерство культуры РФ

Таблица 2. Выпуск киноvideопродукции в 2012–2013 годах

Наименование кинопродукции	Количество фильмов (изменения по отношению к прошлому году)	
	в 2012 году	в 2013 году
Игровые фильмы	35 (-16)	40 (+5)
В т. ч. полнометражные кинофильмы	33 (-6)	39 (+6)
В т. ч. киножурналы («Ералаш»)	2 (-10)	1 (-1)
Неигровые фильмы	447 (-36)	397 (-50)
В т. ч. полнометражные фильмы	47 (+12)	35 (-12)
В т. ч. короткометражные фильмы, видеожурналы	400 (-48)	362 (-38)
Анимационные фильмы	130 (+24)	85 (-45)
В т. ч. полнометражные кинофильмы	1 (-1)	4 (+3)
В т. ч. короткометражные кинофильмы, видеофильмы	129 (+25)	81 (-48)
ИТОГО	612 (-28)	521 (-91)
В т. ч. полнометражных фильмов	81 (-5)	77 (-4)
В т. ч. короткометражных фильмов	531 (-23)	444 (-87)

Источник: Министерство культуры РФ

По данным Департамента кинематографии, с 2011-го по 2013 год наблюдалось существенное снижение числа завершенных кинопроектов, производство которых финансировало Минкультуры РФ. Однако очевидно, что в основном падение показателей коснулось непрокатных проектов – короткометражных и документальных фильмов. Тенденция, несмотря на обозначенное разграничение полномочий между Министерством и Фондом кино (за коммерческие проекты отвечает как раз последний), вписывается в реализацию задачи «создание условий для повышения качества кинопродукции» (при снижении числа снимаемых проектов сумма средств на кинопроизводство, наоборот, возросла) и отвечает потребности в создании кинопроизведений популярных жанровых форм, применении новейших технических средств и технологий производства, что в свою очередь должно способствовать увеличению лояльности российского зрителя к национальной продукции и возрастанию спроса на нее. А именно последний пункт (точнее – доля сборов и посещаемости отечественного кино в прокате) особенно

заботит чиновников на протяжении последних как минимум пяти лет, из-за чего и ведутся непрекращающиеся разговоры о квотировании как о возможном способе реализации другой задачи Министерства (согласно отчетам о деятельности ведомства за 2012 и 2013 годы): «создание преференций для показа отечественных фильмов».

При этом в 2013 году ведомство задумалось о необходимости популяризации и документальных фильмов. В результате был разработан проект Постановления Правительства РФ «О внесении изменений в "Правила предоставления субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии"», согласно которому компании, получившие средства на производство документальных картин, были обязаны «обеспечить показ завершеного производством неигрового фильма на общероссийском обязательном общедоступном телевизионном канале или телеканале, территория распространения которого составляет более половины субъектов Российской Федерации». Инициатива вызвала резко негативную реакцию сообщества документалистов, аргументированную тем, что у них и у современного российского телевидения разные цели и задачи, разный зритель и что по итогам реализации этой идеи создатели документального кино окажутся в зависимости от менеджеров каналов.¹¹ В конечном счете предложение трансформировалось в обязанность «обеспечить публичный показ завершеного производством неигрового фильма на общероссийском или региональном обязательном общедоступном телевизионном канале и (или) по спутниковой телесети; в Интернете и (или) в кинотеатрах, киноклубах; и (или) участие в международных или российских кинофестивалях».

Из игровых проектов в 2012 году 13 картин были реализованы режиссерами-дебютантами, что соответствовало обозначенному приоритету по стимулированию притока новых творческих сил в отечественную кинематографию. 8 картин относились к категории фильмов для детей и юношества. Что интересно, в их число вошли, например, такие проекты, как «Дочь» (режиссеры А. Касаткин, Н. Назарова), удостоившийся впоследствии прокатного рейтинга 16+, и «Шахта» (режиссер Н. Эген), получивший возрастное ограничение 18+. В 2013 году из 40 игровых картин было завершено 9 дебютов и 7 детских проектов.

Питчинги

С 2013 года Министерством культуры РФ впервые была апробирована процедура очной защиты проектов, претендующих на получение государственных средств на производство. В рамках организованных питчингов авторы в течение короткого промежутка времени рассказывали о своем фильме, показывали материалы разной степени готовности (презентации, трейлеры, отрывки) и отвечали на

¹¹ См. открытое обсуждение на Едином портале для размещения информации о разработке федеральными органами исполнительной власти проектов нормативных правовых актов и результатов их общественного обсуждения: http://regulation.gov.ru/project/11543.html?point=view_project&stage=2&stage_id=7227.

вопросы. Участники были сгруппированы по секциям: документальные спецпроекты (из 21-й заявки к финансированию в итоге было отобрано 6), неигровое кино (прошло 203 проекта из 764-х), игровые дебюты (10 из 44-х), фильмы для детей (10 из 39-ти), анимация (54 детских и 15 авторских из 122-х), авторское кино (из 68-ми 12 в подготовительном и 4 в монтажно-тонировочном периодах, еще 3 в резерве), а также субсидии на прокат (6 из 12-ти). Практически сразу же после завершения череды открытых презентаций новая система была признана ведомством эффективной. В августе 2013 года Владимир Мединский констатировал: «В целом все прошло успешно. Раньше решения принимались под столом у чиновника – “Ваша заявка победила”, “Ваша заявка проиграла” – и никаких комментариев, никаких объяснений, ничего. Мы решили попробовать договориться на понятных условиях и при полной прозрачности – питчинги транслировались в прямом эфире в Интернете и отчасти на канале “Россия-24”. И обратите внимание: обратной стороной публичности явилось удивительное – полное отсутствие скандалов».¹² Однако как минимум один спорный случай, всколыхнувший кинообщество, тогда все же произошел. Когда были объявлены авторские проекты, отобранные для финансирования Министерством культуры в 2013 году, фильм режиссера Александра Миндадзе «Милый Ханс, дорогой Петр» (производство ООО Студия «Пассажир») не был включен в окончательный список. При этом члены экспертного совета признали картину «одним из самых ярких и выразительных из представленных на очной защите проектов и, бесспорно, достойным государственной финансовой поддержки» – об этом было заявлено в особом мнении, прикрепленном к протоколу заседания. В качестве причины отказа в государственных средствах указывалось то, что фильм не прошел экспертизу военно-исторического и социально-психологических советов, состав которых не раскрывается – в отличие от экспертных советов по каждому конкретному направлению.¹³ Глава Департамента кинематографии Вячеслав Тельнов пояснил: «Это коллегиальное решение, а не решение лично Тельнова или Мединского. Эксперты рассматривают проекты на предмет фальсификации истории. Все сделано под одну дату – 70-летие победы. И в этом фильме может быть немного не тот взгляд, которого ждут ветераны Великой Отечественной войны», – добавив, что заседания военно-исторического и социально-психологических советов проходили параллельно работе экспертного совета по игровому кино. По словам Тельнова, эксперты изучали не только проект Миндадзе, но и все претендовавшие на господдержку проекты на историческую тематику: «Совет состоит из историков, другой – из социальных психологов. В первом совете – всего 14 человек, все эксперты – кандидаты

¹² Из интервью газете «Коммерсантъ» от 29 августа 2013 года:
<http://www.kommersant.ru/doc/2265995>.

¹³ Состав экспертных советов в 2013 году:
<http://www.proficinema.ru/news/detail.php?ID=143209>.
Состав экспертных советов в 2014 году:
<http://xn--j1adnq.xn--plai/dokumenty/order/detail.php?ID=449061>.

исторических наук».¹⁴ Впоследствии инцидент был исчерпан – в сценарий фильма внесли соответствующие изменения, и фильм рекомендовали к госфинансированию.

На пресс-конференции, состоявшейся в феврале 2014 года, Владимир Мединский еще раз заявил, что считает систему питчингов действенной¹⁵, и летом 2014 года открытые презентации проектов прошли вновь – и на этот раз действительно без инцидентов. По результатам рассмотрения проектов экспертным советом неигрового кино рекомендовано включить 228 проектов и представившие их организации в перечень организаций кинематографии – получателей субсидий в 2014 году. Еще 48 проектов включено в резерв. На игровое кино в текущем году запланировано выделение 400 млн руб. К участию в соответствующем питчинге авторами было подано 80 заявок, из которых для очной защиты был отобран 41 сценарий. Экспертный совет по игровому кино одобрил 12 проектов художественных авторских и экспериментальных фильмов (16 – в резерве). 140 млн руб. ведомство выделило для производства национальных фильмов для детей. По итогам открытых презентаций, из 34 претендентов достойными государственных средств были признаны 4 проекта, еще 4 были включены в резерв. На поддержку анимационного кино выделено 373 млн руб. В Минкультуры России было подано 126 заявок. Экспертный совет по анимационным фильмам выбрал 68 проектов, из них 23 – авторских, 45 – детских.

Поддержка проката

Поддержка кинопроката Министерством культуры РФ осуществляется по нескольким направлениям. Во-первых, это непосредственно субсидии на выпуск и продвижение национальных фильмов. Так, в 2012 году на эти цели было израсходовано 38,35 млн руб., в 2013-м этот показатель составил 35 млн руб.

Во-вторых, ведомство поддерживает мероприятия, «направленные на пропаганду отечественных фильмов», в список которых традиционно входят, например, Российский Международный кинорынок (проводится трижды в году), Международный форум и выставка «Кино Экспо», церемонии вручения национальных премий, в том числе «Золотой Орел» и «Ника», и другие события. В 2012 году на них было выделено 45 млн руб., в 2013-м – 22 млн руб.

При этом отдельно финансируется проведение кинофестивалей (76,39 млн руб. в 2012 году и 244,0 млн руб. в 2013-м), вне перечня которых поддерживается Московский Международный фестиваль (120 млн руб. в 2012 году и 115 млн руб. в 2013-м). Дополнительно субсидируются мероприятия по продвижению национального кино за

¹⁴ Минкультуры отклонило проект Миндадзе из-за несоответствия истории: <http://ria.ru/culture/20130814/956263279.html>.

¹⁵ Владимир Мединский огласил результаты работы по поддержке отечественного кинематографа: http://mkrf.ru/press-tsentri/novosti/ministerstvo/detail.php?ID=461815&phrase_id=3122868.

рубежом, а также участие российских кинематографистов в международных киносмотрях.

Популяризация кинематографа

Помимо регулярной деятельности Министерство культуры РФ занимается популяризацией классики мирового кинематографа среди российских граждан, в первую очередь школьников. В 2012 году режиссером Никитой Михалковым было предложено ввести в средних учебных заведениях уроки, на которых дети изучали бы сотню лучших фильмов. Инициативу Михалкова поддержал министр культуры и заявил, что его ведомство в ближайшее время проработает порядок выбора кинолента для школьного предмета «100 лучших фильмов». Список возможных фильмов чарта подвергся общественной критике, несколько раз дорабатывался, и сейчас перечень выложен на портале «Культура.рф».¹⁶ В августе 2014 года на этом же портале Министерство культуры обнародовало сто фильмов из классики зарубежного кино, рекомендованных к просмотру для российских школьников.¹⁷ 35 кинокартин размещены с возможностью онлайн-просмотра – это фильмы, ставшие общественным достоянием на территории Российской Федерации в соответствии с действующим законодательством и доступ к просмотру которых не ограничен. К остальным 65 фильмам размещены ссылки, ведущие к ресурсам с возможностью коммерческого просмотра.

Наконец, 6,64 млн руб. в 2012 году и 12,55 млн руб. в 2013-м было выделено на оказание услуг по подготовке и размещению тематических кинематографических материалов в печатных изданиях – иными словами, на поддержку профильных СМИ, в число которых традиционно входят «Кинопроцесс», «Мир Техники Кино», «Киноведческие записки», «Искусство кино», «Кинемеханик», «Сеанс» и другие.

2.2.2. Фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии

История создания

Учреждение некоммерческой организации Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино) было инициировано Комитетом Российской Федерации по кинематографии в 1994 году, в рамках подготовки к празднованию 100-летия мирового и российского кинематографа. 16 января 1995 года Правительство РФ вынесло Постановление, согласно которому вновь созданный Фонд должен был содействовать реализации социально-экономических программ в области отечественной кинематографии, оказывать финансовую поддержку отечественному киноvideопроизводству и киноvideопрокату, а также работникам кинематографии и привлекать российских и иностранных инвесторов к финансированию производства и проката российской

¹⁶ 100 фильмов для школьников: <http://culture.ru/cinema/child-100>.

¹⁷ Классика зарубежного кино: <http://culture.ru/cinema/foreign-classics>.

киновидеопродукции. Однако в то время организация не имела значительного веса в отрасли.

В ноябре 2009 года на заседании Правительственного совета по кинематографии РФ был утвержден курс на изменение принципов распределения господдержки, и для осуществления реформы появилась необходимость в укреплении позиций Фонда, который стал бы ответственным за распределение средств между конкретными кинематографистами на создание значимых, в первую очередь с точки зрения коммерческого потенциала, проектов. В итоге постановлением Правительства РФ «О Федеральном фонде социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии» №1215 от 31 декабря 2009 года была утверждена новая редакция Устава Фонда, значительно расширившая круг его задач. Согласно выпущенному документу, основными задачами Фонда являются:

- содействие реализации социально-экономических программ в области отечественной кинематографии;
- оказание финансовой поддержки организациям, осуществляющим производство, прокат, показ и продвижение национальных фильмов;
- привлечение российских и иностранных инвесторов к финансированию производства, проката и показа национальных фильмов;
- аккумуляция финансовых средств для развития отечественной кинематографии, включая кинопроизводство, прокат, показ и продвижение национальных фильмов, а также реализацию некоммерческих киномероприятий;
- поддержка мастеров кино, специалистов и предпринимателей, работающих в сфере кинематографии.

Миссия Фонда – это прежде всего поддержка отечественной кинематографии, укрепление инфраструктуры производства фильмов, повышение качества российской кинопродукции и ее конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынках, популяризация национальных кинофильмов в России и за рубежом. Выполнение этой миссии осуществляется путем субсидирования и финансирования на возвратной основе создания и продвижения высококачественного национального кинопродукта для массового зрителя.

Деятельность Фонда кино в 2010–2012 годах

Укреплению инфраструктуры производства фильмов, согласно изначальным планам, которые впоследствии несколько видоизменились, должно было способствовать выявление Фондом кино продюсерских компаний, достойных называться лидерами российского кинопроизводства, выделение этим студиям по одинаковой сумме средств (250 млн руб.) на создание полнометражных игровых фильмов в коллаборации с компаниями поменьше. «Нам обязательно нужны на рынке крупные компании, которые планируют свою деятельность и работают системно. У них есть пакеты проектов. Если эти качества у них

есть, то это структурообразующие элементы системы», – неоднократно повторял бывший исполнительный директор Фонда Сергей Толстикова.¹⁸ В марте 2010 года Попечительским советом Фонда кино были определены восемь таких компаний-лидеров. В список вошли «Централ Партнершип», СТВ, «Студия ТриТэ», «Дирекция кино» (дочерняя компания ОАО «Первый канал»), «Базелевс», «Art Pictures Studio», «Рекун-синема» и «Продюсерская фирма Игоря Толстунова» («Профит»). Перечень лидеров был определен на основании ряда критериев, в числе которых были популярность проектов компании у зрителей, награды международных кинофестивалей, кассовая выручка, телевизионные рейтинги.

Практика отбора лидеров российского кинопроизводства поначалу вызвала бурные дискуссии в кинематографическом сообществе, поскольку данное понятие не имело юридического определения, и критерии отнесения продюсерских компаний к лидерам многим представлялись субъективными. Впоследствии Федеральная антимонопольная служба (ФАС) усмотрела в процессе определения лидеров признаки нарушения антимонопольного законодательства. С целью преодоления этого недостатка в 2010 году критерии «лидеров российского кинопроизводства» были установлены Правительством РФ.¹⁹ Они включают в себя:

- зрительскую оценку фильмов, выпущенных организацией кинематографии, выражающуюся в их посещаемости в период показа в кинотеатрах и в телевизионном рейтинге;
- профессиональную оценку фильмов, выпущенных организацией кинематографии, определяемую полученными наградами кинофестивалей и кинопремиями;
- продолжительность работы организации кинематографии на рынке и количество выпущенных ею фильмов с учетом их тиражей.

Методика составления рейтинга отечественных кинокомпаний на 2011 год была скорректирована и в результате период учета фильмов, имеющих максимальное количество посещений в кинотеатрах и максимальные телевизионные рейтинги, был сокращен с 10 до 5 лет, а объектами оценки стали киноорганизации, непосредственно выступавшие продюсерами фильма, а не кинокомпании, участвовавшие в продюсировании и производстве фильма, как было в 2010 году. В соответствии с новой методикой, список лидеров отечественного кинопроизводства, получающих финансирование от Фонда кино, сократился с восьми до семи компаний, поскольку кинокомпания «Рекун-синема», откуда ушел Валерий Тодоровский, автор самых популярных картин студии («Стиляги», «Кандагар», «Охота на пиранию» и «Страна глухих»), оказалась в рейтинге лишь на десятом месте. Кроме того,

¹⁸ Из интервью, опубликованном в электронном превью-выпуске журнала «Бюллетень кинопрокатчика» №22 (435) от 8 июня 2012 года.

¹⁹ См. пункт 7 Правил предоставления в 2011 году субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии, утвержденных Постановлением Правительства РФ №1212 от 31 декабря 2010 года.

проекты Тимура Бекмамбетова стали финансироваться не через компанию «Базелевс», а через ООО «Таббак».

В 2012 году методика отнесения организаций кинематографии к лидерам отечественного кинопроизводства была еще более конкретизирована и закреплена в приказе Фонда кино №9 от 28 апреля 2012 года. В частности, установлено, что для составления рейтинга компаний в целях отнесения их к лидерам отечественного кинопроизводства по критерию «Посещаемость в период показа в кинотеатрах» принимается временной интервал с 1 января 2007 года по 31 декабря 2011-го. Фильмы ранжируются в порядке убывания количества посещений. За первое место начисляется 100 баллов, за второе – 90 и далее с шагом в 10 баллов. В каждом году учитывается 10 фильмов, имеющих максимальное количество посещений. В качестве источников информации принимаются данные НП «АНКО», периодических изданий «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», корпорации «Rentrak» и ФГУП «Главный информационно-вычислительный центр Минкультуры России».

По критерию «Телевизионный рейтинг», оцениваемый период – тот же, что и по критерию «Посещаемость в период показа в кинотеатрах». Фильмы, показанные на телеэкране в текущем году и ранее бывшие в кинотеатральном прокате на территории РФ, ранжируются в порядке убывания телевизионного рейтинга. За первое место начисляется 50 баллов, за второе – 45 баллов и далее в порядке убывания с шагом в 5 баллов. В каждом году учитывается 10 фильмов, имевших наивысший телевизионный рейтинг. Источником информации являются данные компании «TNS Россия».

По критерию «Профессиональная оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии» выделяются два самостоятельных показателя: «Награды кинофестивалей» и «Профессиональные премии». Оценочный период по каждому из них тот же, что и для двух предыдущих критериев. По показателю «Награды кинофестивалей» учитываются главный приз (100 баллов), призы за лучшую режиссуру, лучший сценарий, лучшую операторскую работу, лучшую главную мужскую и женскую роль (60 баллов). Также баллы присваиваются за участие в конкурсной программе Каннского, Берлинского и Венецианского международных кинофестивалей (30 баллов), за главный приз Московского международного кинофестиваля (50 баллов) и за участие в конкурсной программе этого кинофестиваля (30 баллов). По показателю «Кинопремии» баллы присваиваются за номинацию (80 баллов) и получение (100 баллов) национальным фильмом премии «Оскар» в номинации «Лучший фильм на иностранном языке»; за номинацию на получение (30 баллов) и получение (50 баллов) национальных кинопремий «Золотой орел» и «Ника». Источником информации являются данные сайтов кинофестивалей и кинопремий.

По критерию «Показатели продолжительности работы организации кинематографии на рынке и количество выпущенных ею фильмов с учетом их тиражей» используются 3 показателя: «Продолжительность работы на рынке», «Общее количество фильмов, выпущенных с учетом тиражей», «Количество фильмов, выпущенных с учетом тиражей, за

которые организации кинематографии были начислены баллы по критериям "Зрительская оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии, выражающаяся в их посещаемости в период показа в кинотеатрах и телевизионном рейтинге" и "Профессиональная оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии, определяемая с учетом полученных этими фильмами наград кинофестивалей и кинопремий"».

У первого из названных показателей оцениваемый период – с момента государственной регистрации юридического лица без дополнительных ограничений периода учета. Источник информации – данные ЕГРЮЛ. Баллы присваиваются за количество лет работы на рынке (более 10 лет – 50 баллов, 5–10 лет – 40 баллов, менее 5 лет – 30 баллов). У второго показателя оцениваемый период – с 1 января 2002 года по 31 декабря 2011-го. Способ начисления баллов: более 10 созданных фильмов – 50 баллов, 6–10 фильмов – 40 баллов; 5 и менее фильмов – 30 баллов. При этом учитываются только те фильмы, у которых тираж для кинотеатрального проката составляет более двух фильмокопий. Источник информации – данные периодических изданий «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», а также корпорации «Rentrak». У третьего показателя оцениваемый период в приказе не установлен, но очевидно, что он совпадает с периодом, установленным для критерия посещаемости и телевизионного рейтинга плюс критерия наград кинофестивалей и кинопремий. Соответственно совпадают и установленные источники получения информации. Если кинопроизводящая организация имеет менее трех фильмов, за которые были начислены баллы по критериям «Зрительская оценка» (посещаемость и телевизионный рейтинг) и профессиональная оценка (награды кинофестивалей и кинопремий), то она не может претендовать на включение в число лидеров российского кинопроизводства.

В июне 2012 года Попечительский совет Фонда кино, определив конкретные параметры своего бюджета, также назвал и новый состав лидеров российского кинопроизводства. Из предыдущих составов отечественных мэйджоров государственное финансирование продолжили получать «Art Pictures», «Дирекция кино», СТВ, «Студия ТРИТЭ», «Таббак» и «Централ Партнершип». Место компании «Профит» заняла «Реал-Дакота», а к ней добавились три студии, известные в основном фестивальными успехами: «Коктебель», «Нон-стоп Продакшн» и ТПО «Рок». «Есть <...> компании, которые занимаются тем, что производят фестивальное кино с особым художественным смыслом. У них тоже есть пакеты проектов. Министерство культуры еще в 2011-м году нам говорило, что эти компании нужно как-то поддержать. Теперь такую возможность мы нашли. Там ресурс, конечно, меньше, но он все-таки есть, чтобы эти компании могли производить более крупные проекты, а не находились постоянно в рамках бюджета 1–1,5 млн долл. Более того, мы должны такие компании стимулировать, чтобы они могли диверсифицироваться в своих проектах. Если они хотят выйти в жанровое кино, то у них должен быть такой шанс. Когда даешь таким компаниям деньги, то, возможно, они посмотрят на своей проект в несколько иной плоскости, сделают шаг в сторону более зрительского

кино. Так что это очень важная история, что эти три компании были выбраны. Есть возможность перетекания из одной сферы деятельности в другую», – комментировал данное решение Сергей Толстик.²⁰ В общей сложности студии-лидеры получили в 2012 году 2,24 млрд руб. субсидий из 3,8 млрд руб., имевшихся тогда в распоряжении Фонда.

Кроме того, в 2012 году четче были очерчены критерии возвратного механизма, о важности которых говорилось на первом заседании Правительственного совета еще в 2009 году, что впоследствии нашло закрепление в обновленном Уставе Фонда кино. Были утверждены следующие размеры отчислений лидерами отечественного кинопроизводства доли доходов, полученных от проката и других видов использования кинофильма, созданного при поддержке Фонда (пропорционально доле его участия в финансировании кинофильма)²¹:

- в случае поддержки производства комедии, анимационного фильма, проекта международного совместного производства – до 25%;
- в случае поддержки производства иных проектов – 5%;
- в случае поддержки проката – не менее 50%.

Конкретные размеры отчислений должны были устанавливаться условиями договора по решению Дирекции Фонда кино. В договоре с организациями кинематографии, получающими поддержку Фонда, устанавливался следующий порядок определения суммы отчислений. Вначале вычисляется доля участия Фонда в проекте, для чего сумма поддержки делится на общий объем бюджета производства и проката фильма. Полученная доля умножается на сумму дохода организации кинематографии от проката и других видов использования фильма. Доход от кинотеатрального проката определяется как разница между суммой валового сбора в кинотеатральном прокате, долей кинотеатра и долей прокатной организации (дистрибьютора). К доходу добавляются средства, вырученные от продажи прав распространения фильма на DVD, показа по эфирному, спутниковому и кабельному телевидению, размещению в Интернете и пр. В результате умножения общей суммы дохода от проката и других видов использования фильма на долю участия Фонда кино определяется база отчислений Фонду. От этой базы и берется процент, дифференцированный в зависимости от вида, тематики и направления поддержки фильма. Конкретные условия внесения отчислений (например, особенности взаимоотношения с прокатной компанией) прописываются в каждом договоре отдельно после проработки вопроса финансово-производственным департаментом Фонда кино.

²⁰ Из интервью, опубликованном в электронном превью-выпуске журнала «Бюллетень кинопрокатчика» №22 (435) от 8 июня 2012 года.

²¹ См. пункт 22 Порядка и условий предоставления в 2012 году средств на финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с производством, прокатом, показом и продвижением полнометражных художественных и анимационных национальных фильмов лидерами отечественного кинопроизводства (утверждены Приказом Фонда кино №33 от 9 июня 2012 года).

Устройство и деятельность Фонда кино в 2013–2014 годах

Поводом для начала очередного перепрограммирования статуса и механизмов деятельности Фонда кино послужили результаты проверки Счетной палатой РФ, опубликованные в конце декабря 2012 года. В 2010–2012 годах Фонд получил из бюджета на господдержку фильмов более 7 млрд руб.; из них в 2011 году в производство и прокат отечественных фильмов он вложил 3,89 млрд руб.; в 2011-м – 1,4 млрд руб. В 2011 году поддержанные кинофондом фильмы собрали 4,1 млрд руб., или 72,6% кассы отечественного кино, а вернули фонду менее 100 млн руб. «Вернули немного», – признал исполнительный директор Фонда Сергей Толстик, однако отметил: безвозмездно можно и нужно поддерживать искусство, а бизнес «требует более четкого целеполагания, поэтому продюсеры должны возвращать больше, тогда будет ясно, кто из них более эффективен». В среднем возврат, по подсчетам Счетной палаты, составил 2% – это, как писало ведомство, «несоизмеримо» с общей суммой, которую государство потратило на поддержку производства и проката фильмов.²² Вскоре Министерство культуры РФ поддержало требование тогда еще заместителя председателя Правительства РФ Владислава Суркова разграничить функции Фонда и Минкульта. Эта идея была озвучена им в ноябре 2012 года на совещании по оптимизации государственной поддержки отечественной кинематографии. На встрече обсуждалось падение доли в прокате российского кино, которую связывали в первую очередь с неэффективной работой Фонда. В итоге 29 января 2013 года Сергей Толстик покинул пост исполнительного директора. На смену ему был назначен Антон Малышев, ранее помощник полномочного представителя президента в Центральном федеральном округе, выступавший продюсером нескольких российских фильмов, поэтому хорошо знакомый с кинопроизводством. В феврале кардинально поменялся и состав Попечительского совета. Свой пост сохранил только Никита Михалков. Возглавил главный орган Фонда советник президента Владимир Толстой. Кроме Михалкова в состав совета вошли еще три человека, непосредственно занимающихся производством, – режиссеры Станислав Говорухин, Карен Шахназаров и Алексей Попогребский. Остальными членами Попечительского совета стали чиновники высокого федерального уровня. В 2014 году его состав снова видоизменился – в мае Премьер-министр РФ Дмитрий Медведев подписал Постановление Правительства РФ о включении в совет начальника управления Президента РФ по общественным проектам Павла Зеньковича, гендиректора Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании Олега Добродеева, замминистра финансов Алексея Лаврова, заместителя исполнительного директора Общероссийской общественно-государственной организации «Российское военно-историческое общество» Михаила Мягкова и директора департамента культуры Правительства РФ Петра

²² Счетная палата недовольна распределением бюджетных денег на поддержку кино: http://www.vedomosti.ru/companies/news/7839181/schetnaya_palata_nedovolna_mehanizmom_raspredeleniya#ixzz3CKux5RSG.

Скороспелова. Из совета были исключены бывший замминистра культуры РФ Иван Демидов, бывший замминистра финансов РФ Михаил Котюков и бывший директор Департамента культуры Правительства РФ Сергей Перов.

Постановление Правительства РФ «О предоставлении субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии» №1397 от 25 декабря 2012 года определило порядок взаимодействия Министерства культуры РФ и Фонда кино и схему перечисления субсидий первым ведомством второму. В результате и в 2013-м и в 2014 годах Минкульт заключал с Фондом специальные Соглашения и субсидировал этой некоммерческой организации по 3 млрд руб. от общей суммы средств, выделявшихся из федерального бюджета на кинематографию. Из них на финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с производством фильмов лидерами отечественного производства на безвозвратной основе, в 2013 году поступило 1,5 млрд руб., тогда как в 2014-м – уже 1,2 млрд руб. Безвозвратные субсидии иным организациям кинематографии в 2013 году Фонд мог предоставить на 400 млн руб., а в 2014-м – на 500 млн руб. Существенно возросли средства на финансирование производства при условиях стопроцентной возвратности. Если в 2013 году выделялось 350 млн руб. – и для отечественных мэйджоров, и для прочих организаций кинематографии, то в 2014 году отдельно на лидеров было заложено 700 млн руб., а все остальные компании могли претендовать на распределение еще 500 млн руб. Субсидии на условиях возвратности с прибыли от реализации фильмов (пропорционально доле участия Фонда) в 2013 году составили 150 млн руб.; в 2014-м этой опции Соглашением оговорено не было. Финансовое обеспечение и (или) возмещение расходов, связанных с субсидированием процентных ставок по кредитам в течение двух последних лет предполагало одинаковую сумму в размере 100 млн руб.

При этом возросла отчетность Фонда кино перед Минкультом и необходимость согласовывать прочие решения, не прописанные в Соглашении. Таким образом, Фонд кино стал своего рода экономическим агентом Министерства, взявшим на себя функции поддержки именно коммерчески перспективных проектов, способных впоследствии вернуть в Фонд часть прибыли. Заинтересованность именно в этом механизме демонстрирует и перераспределение сумм от 2013 года к 2014-му, и собственно результаты выбора поддержанных проектов. Если в 2013 году из 26 проектов компаний-лидеров, получивших средства Фонда, 13 кинокартин финансировались на полностью безвозвратной основе, 5 – на условиях стопроцентной возвратности, 2 – на условиях возвращения процента от прибыли по итогам реализации и 6 – на смешанных условиях, то в 2014-м из 27 проектов уже 12 фильмов удостоились безвозвратных субсидий, 7 – полностью возвратных средств и еще 8 кинокартин финансировались на смешанных условиях. Схожая ситуация получилась и с проектами иных студий. В 2013 году из 28 «нелидерских» проектов 5 были субсидированы на безвозвратных условиях, 8 – на условиях стопроцентной возвратности и 15 – на смешанных условиях. В 2014-м для субсидирования было выбрано 26 проектов, из которых только 2 картины удостоились полностью

невозвратных средств, 9 фильмов финансировались на условиях стопроцентной возвратности, а оставшиеся 15 проектов – на смешанных условиях. По итогам 2013 года Фонд объявил, что доля средств, предоставляемых на возвратной основе, выросла в 2,5 раза по сравнению с предыдущим годом и составила 32,5%, а также что ведомство направило дополнительно 201 млн руб. на производство и прокат кинопроектов из возвращенных средств, поступивших от кинокомпаний. По итогам 2012 года говорилось о дополнительных 127 млн руб.²³

При этом отбор проектов Фонд кино также стал осуществлять по итогам проведения питчингов – в очных защитах принимают участие как лидеры кинопроизводства, так и иные организации. Процедура выбора проектов, с которыми можно выступать на питчингах, состоит в следующем. Сначала Попечительский совет определяет отечественных мейджоров, затем они подают заявки на финансирование конкретных проектов, которые потом презентуются перед Экспертным советом Фонда. Совет внимательно изучает проекты и формулирует свои рекомендации Попечительскому совету, который затем уже выбирает из рекомендованных кинокартин достойные к финансированию и определяет условия выделения средств. Заявки от иных организаций, которые претендуют на субсидирование производства, сначала рассматриваются Сценарной рабочей группой, которая рекомендует лучших к защите перед Экспертным советом, впоследствии также изучающим потенциал кинокартин и формулирующим свои рекомендации Попечительскому совету, ответственному за окончательное решение. Оба года подряд питчинги транслировались в режиме онлайн в Интернете.²⁴

Сценарная рабочая группа Фонда кино и Экспертный совет появились в составе ведомства в 2013 году. Председателем первой выступает режиссер, сценарист, заведующий кафедрой режиссуры ВГИК Владимир Хотиненко. Кроме него в Сценарную группу входят еще 16 человек – преимущественно сценаристы, но есть также и режиссеры, продюсеры, аналитики рынка. В составе Экспертного совета под председательством продюсера Леонида Верещагина всего 18 человек, представляющих практически все направления киноотрасли.

Критерии отбора лидеров отечественного кинопроизводства практически не изменились по сравнению с 2012 годом. Только для подсчета рейтинга по критерию «Посещаемость в период показа в кинотеатрах» принимались временные интервалы со сдвигом на один год. То есть в 2013 году оценивались достижения с 1 января 2008 года по 31 декабря 2012-го, а в 2014-м – с 1 января 2009 года по 31 декабря 2013-го. В итоге в 2013 году было выбрано 13 студий. В перечень вернулась компания «Рекун-синема», а также впервые вошли «Enjoy movies» и «Стрела». В 2014 году список вновь сократился до 9

²³ Фонд кино определился со списком немейджорских картин: http://www.kinometro.ru/news/show/name/fond_kino_utverdil_nezavisimye_proekty.

²⁴ Например, очную защиту проектов лидеров кинопроизводства в 2014 году можно посмотреть по ссылкам: http://fond-kino.ru/upload/flv/pitching_23_06_2014_1.mp4 и http://fond-kino.ru/upload/flv/pitching_23_06_2014_2.mp4.

организаций – из числа отечественных мэджоров выбыли «Стрела», «Реал-Дакота», «Рекун-Синема» и «ТПО «РОК».

Сами лидеры – как действующие, так и не попавшие в этот список в 2014 году, – в основном отмечают, что этот статус имеет преимущества прежде всего финансового характера. Распределение господдержки между крупнейшими продюсерскими центрами позволяет запускать в производство фильмы с бюджетами выше средних, а также работать над большим количеством проектов. И в целом сейчас механизм распределения госсредств кинопроизводства многим игрокам рынка представляется системным и логичным.

2.2.3. Совместная деятельность Министерства культуры РФ и Фонда кино

Помимо усилившейся зависимости Фонда кино от решений Минкульта в отношении распределения средств государственной поддержки кинопроизводства и проката в 2013–2014 годах наметилось взаимодействие ведомств по проведению сценарного конкурса и модернизации работы Единой автоматизированной информационной системы (ЕАИС).

С 2010 года были предприняты шаги с целью ограничить двойное финансирование одних и тех же проектов – из средств Минкульта и Фонда. На сегодняшний день Фонд не может субсидировать производство картин на безвозвратной основе, если на них уже были выделены деньги Министерства. Тогда как возможно дофинансирование производства таких проектов на условиях стопроцентной возвратности, а также получение средств на прокат, тоже на возвратной основе.

Сценарный конкурс

Одной из задач Министерства культуры на 2013 год значилось возобновление практики проведения сценарного конкурса по тематикам, определенным государством. На осуществление этой инициативы из средств, отведенных из федерального бюджета на кинематографию, тогда была выделена субсидия в размере 21 млн руб. 21 марта 2013 года Министерство подписало Приказ №265 «Об отборе организации кинематографии – получателя субсидии из федерального бюджета на поддержку кинематографии в целях проведения сценарного конкурса», в котором был оговорен принцип отбора организации, которая займется реализацией задачи, и перечень расходов, на которые и потребуются субсидии. С 13 сентября 2013 года был начат конкурс, и 7 октября Министерство подписало соответствующее Соглашение с Фондом кино. Тогда же Фонд выпустил Приказ «Об осуществлении отбора расширенных сценарных заявок в рамках проведения сценарного конкурса», согласно которому заявки должны были приниматься до 1 ноября 2013 года.

Сам сценарный конкурс проводится в два этапа. В ходе первого этапа представленные к отбору проекты направляются на рассмотрение Экспертного жюри в целях определения соответствия объявленной тематике и наличия творческого своеобразия, художественной

целостности, актуальности и творческого потенциала. Фонд на основании рекомендаций жюри формирует список наиболее вероятных кандидатов на написание сценариев (не более 20 проектов) и утверждает его на заседании Экспертного жюри. Затем по согласованию с Министерством утверждается список победителей первого этапа, с которыми подписываются договоры авторского заказа. Размер вознаграждения за написание сценария авторам, отобранным на этом этапе, составляет 250 тыс. руб. В ходе второго этапа созданные в соответствии с договором авторского заказа сценарии направляются на рассмотрение Экспертного жюри, и на основании новых рекомендаций формируется список из победителей сценарного конкурса (не более 10 проектов), который затем утверждается Экспертным жюри и Министерством культуры РФ. С победителями второго этапа подписываются дополнительные соглашения к договору авторского заказа на окончательную доработку представленного сценария с учетом всех рекомендаций. Размер этого вознаграждения составляет уже 750 тыс. руб. По завершении работы подписываются акты, авторы отчуждают исключительное право на созданные сценарии – они ставятся в балансовый учет Фонда как нематериальные активы.

В состав Экспертного жюри Фонда кино вошли девять редакторов, в числе которых председатель, заведующий кафедрой киноведения ВГИК Сергей Лазарук и драматург, заслуженный деятель искусств РФ Александр Бородянский.

21 ноября 2013 года был определен список из 20 победителей первого этапа. 14 марта 2014 года Фонд кино объявил 6 победителей второго этапа, то есть первого сценарного конкурса в целом. Из них один проект – «Вратарь галактики» – удостоился субсидий Фонда для иных организаций на безвозвратной основе. 27 марта Фонд кино объявил о дополнительном отборе расширенных сценарных заявок, 23 апреля были объявлены 3 победителя первого этапа дополнительного отбора, каждый из которых стал впоследствии и победителем второго этапа. Всего по итогам первого сценарного конкурса, по данным на 2 июня 2014 года, было 9 проектов.

Проведение следующего сценарного конкурса пока еще не анонсировано. По сообщению пресс-службы Фонда кино, в 2014 году его объявление не ожидается.

Единая автоматизированная информационная система

С 1 мая 2010 года на территории Российской Федерации действует Единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС), которая обобщает и предоставляет пользователям данные о посещаемости и валовом сборе фильмов на основе информации о проданных кинобилетах. Однако в процессе разработки механизмов функционирования ЕАИС в свое время возникли существенные противоречия с кинотеатрами о порядке предоставления ими сведений оператору системы. Главным предметом разногласий явились периодичность передачи данных в центр и возможность привлечения для этих целей третьих лиц. Крупные

киносети, оснащенные локальными системами обобщения информации о проданных кинобилетах, настаивали на том, чтобы такая передача осуществлялась в режиме онлайн с помощью автоматизированных билетно-кассовых комплексов, что позволило бы избежать фальсификации передаваемых сведений администраторами кинотеатров. Независимые демонстраторы фильмов, которым надлежало самостоятельно приобретать и устанавливать программно-аппаратные средства для работы в ЕАИС, доказывали, что требование передачи информации в режиме реального времени неминуемо приведет их к банкротству. Согласно Постановлению Правительства РФ №837 от 18 октября 2010 года, кинопоказчикам было предписано предоставлять в систему сведения о каждом проданном билете не реже одного раза в час. При этом для кинозрелищных организаций, расположенных в городах с количеством жителей менее 100 тысяч человек и в сельских населенных пунктах, был установлен предельный срок перехода на передачу данных в режиме онлайн – до 1 января 2015 года.

И все же требование передачи в ЕАИС информации о проданных кинобилетах долгое время игнорировалось большинством независимых организаций кинопоказа, поскольку в законе не были предусмотрены конкретные меры административной ответственности, применяемые к нарушителям, а также не был определен субъект, наделенный необходимыми полномочиями в данной области. В этой связи Государственная дума РФ 26 октября 2012 года утвердила штрафы для кинопрокатчиков за неверные сведения о показах.

На основании Федерального закона №126-ФЗ, правомочия обладателя баз данных системы от имени Российской Федерации обеспечивает федеральный орган исполнительной власти, то есть Министерство культуры РФ, обеспечивающее также внедрение и функционирование системы и составляющее протоколы о правонарушениях. Однако в 2013 году заговорили о необходимости наделить Фонд кино полномочиями оператора ЕАИС, оставив за Министерством статус представителя государственного заказчика. Весной текущего года Фонд кино стал победителем открытого конкурса Министерства культуры по модернизации и эксплуатации ЕАИС. Контракт о передаче системы Фонду был подписан 12 мая 2014 года. «С этого момента мы прошли этап приема документов по передаче системы, этап ее технической экспертизы и приступили к выполнению того технического задания, которое есть в госконтракте», – сообщил в сентябре руководитель аналитического департамента Фонда кино Федор Соснов.²⁵

4 июня 2014 года в Сочи по инициативе Фонда кино прошло первое заседание Наблюдательного совета ЕАИС. На встрече дистрибьюторы и представители кинотеатров рассказали о сложностях работы системы, а Фонд наметил возможный вариант трансформации подходов к развитию ЕАИС. Для начала нужно окончательно сформировать государственный механизм учета статистической информации о платных публичных показах кинопродукции. Затем преобразовать ЕАИС в отраслевой

²⁵ Из комментария электронному выпуску журнала «Бюллетень кинопрокатчика» №37 (553) от 19 сентября 2014 года.

инструмент учета и аналитической обработки информации, а впоследствии создать уникальный бесплатный открытый источник достоверной отраслевой аналитической информации. В числе основных недостатков ЕАИС на современном этапе развития были названы:

- развитие системы в отрыве от отрасли;
- недостаточный объем информационного наполнения базы данных;
- отсутствие системы контроля качества обрабатываемой информации;
- слабая информационная поддержка пользователей и участников системы;
- низкое качество собственного программного обеспечения, позволяющего демонстраторам передавать данные в ЕАИС.

По данным на тот момент, всего в ЕАИС было зарегистрировано 2345 демонстраторов, из которых 1070 (720 – автоматизированных, на 2940 залов, 47 7891 место; 350 – неавтоматизированных, на 517 залов, 10 1815 мест) передавали сведения, а 1275 (159 – автоматизированных и 1116 – неавтоматизированных) по-прежнему данные не предоставляли.

В сентябре 2014 года на конференции в рамках форума «Кино Экспо» Федор Соснов отчитался о проделанной за три месяца работе: «Ведется работа по повышению качества содержащихся в ЕАИС данных, исправление ошибок при учете поступающей в ЕАИС информации (дублирование данных, учет пустых протоколов и так далее). Еще одно направление работы – это расширение пользовательского функционала системы. Что касается актуализации базы данных, то в рамках этого процесса мы заново заводим отношения со всеми демонстраторами по стране. Также сверяем базу данных демонстраторов, зарегистрированных в ЕАИС, с имеющимися данными у региональных подразделений Минкультуры России, дистрибьюторов и других. На тот момент, когда мы только начали работать с системой, разница между информацией о сборах, поступающей в ЕАИС и другие системы учета, составляла около 23% (это включая данные по СНГ без Украины, которые в ЕАИС не учитываются). По итогам трех месяцев актуальная разница по сборам в России между ЕАИС и другими системами составляет около 9%. В скором времени мы поймем, выйдем ли на одни и те же цифры».

Тем временем Министерство культуры начало проведение активных проверок демонстраторов на предмет предоставления данных в ЕАИС и исполнения статьи 6.1 Федерального закона №126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации».

2.2.4. Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии

В декабре 2008 года в России был создан Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии²⁶, который является постоянно действующим совещательным органом по разработке

²⁶ Положение о Правительственном совете утверждено постановлением Правительства РФ №1006 от 24 декабря 2008 года.

предложений, связанных с реализацией государственной политики в области кинематографии. Основными задачами Совета являются рассмотрение и подготовка предложений по:

- обеспечению повышения эффективности государственной поддержки производства, проката и показа отечественной кинопродукции и управления федеральной собственностью в сфере кинематографии;
- оказанию поддержки в продвижении и распространении отечественной кинопродукции за рубежом;
- развитию образования и науки и внедрению инновационных технологий в области кинематографии;
- разработке протекционистских мер по отношению к российскому кинорынку.

Председателем Совета является Председатель Правительства РФ, что подчеркивает значение, придаваемое кинематографии высшим органом исполнительной власти. Правительственный совет рассматривает стратегические вопросы развития киноотрасли, содействуя оперативному принятию согласованных решений на надведомственном уровне. В последний раз состав Совета обновлялся в феврале 2014 года в связи с кадровыми изменениями в госструктурах, представители которых составляют значительную часть Правительственного совета.²⁷

2.3. Деятельность региональных и местных органов власти в сфере кинематографии

2.3.1. Общие положения

В соответствии с федеративным государственным устройством России, органы власти регионов и муниципальных образований действуют в рамках полномочий, закрепленных за ними федеральным законодательством²⁸, а также в соответствии с нормативными правовыми актами, принимаемыми на региональном и местном уровнях.

Пунктом 2 статьи 26.3 Главы IV.1 «Общие принципы разграничения полномочий между федеральными органами государственной власти и органами государственной власти субъекта РФ» Федерального закона №184-ФЗ²⁹ устанавливается исчерпывающий перечень полномочий региональных органов государственной власти по предметам совместного ведения, которые осуществляются данными органами самостоятельно за счет средств бюджета региона. При этом указанные полномочия могут в порядке и случаях, установленных федеральными законами, дополнительно финансироваться за счет средств

²⁷ Состав Правительственного совета: <http://government.ru/department/195/>.

²⁸ Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» №131-ФЗ от 6 октября 2003 года.

²⁹ Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» №184-ФЗ от 6 октября 1999 года.

федерального бюджета и федеральных государственных внебюджетных фондов, в том числе в соответствии с целевыми программами.

В число полномочий органов государственной власти субъектов РФ по предметам совместного ведения в соответствии с нормами статьи 26.3 Федерального закона №184-ФЗ, которые можно применить и в сфере кинематографии, входят:

- предоставление среднего профессионального образования (за исключением образования, получаемого в федеральных образовательных учреждениях, перечень которых утверждается Правительством РФ);
- организация и поддержка учреждений культуры, в том числе кинематографии (за исключением федеральных государственных учреждений культуры и искусства, перечень которых утверждается Правительством РФ);
- организация и осуществление межмуниципальных инвестиционных проектов, в том числе в сфере кинематографии;
- осуществление международного сотрудничества, в том числе в сфере кинематографии, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Благодаря этой норме точно обозначена сфера, в которой органы власти субъектов РФ свободны в принятии приемлемых для территорий решений и несут финансовую ответственность за свои действия.

2.3.2. Поддержка регионального кинопроизводства

Полномочие по осуществлению международного сотрудничества в сфере кинематографии подразумевает прежде всего проведение международных кинофестивалей, специальных мероприятий, выставок с участием зарубежных организаций кинематографии. Однако в рамках данного полномочия возможно привлечение к работе на территории региона зарубежных киносъёмочных групп и создание кинокомиссий – специализированных региональных организаций, ответственных за содействие в развитии кинопроизводства на конкретной территории. Идея создания российских кинокомиссий появилась несколько лет назад. В 2009-м подобные проекты были предложены сразу несколькими компаниями. Например, Фонд культурного развития межрегионального кинематографа тогда открыл сайт, где представил базу данных российских городов для натуральных съёмок; компания также предполагала оказывать всесторонние услуги по поддержке съёмочных групп в регионах страны. Тем не менее крупных проектов фонду привлечь не удалось. При поддержке Министерства культуры компания «Rfilms» также попыталась разработать онлайн-базу данных мест для съёмок в России и выпустила ряд аналитических и справочных материалов, посвященных развитию кинопроизводства и производственной инфраструктуры в стране. Позже сотрудники компании продолжили разработку проекта – уже под патронажем международного отдела Фонда кино. Однако все подобные инициативы спустя некоторое время затухали.

Первая региональная кинокомиссия появилась в Санкт-Петербурге³⁰ и явилась примером частно-государственного партнерства в рамках некоммерческой организации между Санкт-Петербургским государственным университетом кино и телевидения и петербургскими кинокомпаниями, на протяжении многих лет работающими с иностранными и российскими съемочными группами («Глобус Фильм», «Корона Фильм», «Управляющая Компания "КС"», «Мастерская Игоря Шадхана» и «АСТ»). Деятельность комиссии была поддержана городскими властями. Своя кинокомиссия есть и во Владивостоке.³¹ Местная организация является постоянным членом Asian Film Commissions Network, объединяющей фильмкомиссии и кинокомпания, профессионально занимающиеся оказанием помощи в кинопроизводстве. Не менее активной сегодня выглядит Пермская кинокомиссия.³² Этот проект получил развитие в 2014 году при поддержке Министерства культуры Пермского края и «Пермкино». Однако в целом можно констатировать, что институт кинокомиссий в России по большей части не развит. Чего нельзя сказать о производстве российского регионального кино.

На протяжении трех последних лет, преимущественно в национальных республиках – субъектах Российской Федерации, возрастает популярность локальной кинопродукции, не только снимающейся в результате местных инициатив, но и находящей своего зрителя. Наиболее яркое воплощение этот феномен получил в Республике Саха (Якутия). Все началось с того, что в далеком в 1992 году в этом регионе по указу местного руководителя была создана кинокомпания «Сахафильм». «В то время как крупные киностудии терпели экономический крах, – вспоминает министр культуры и духовного развития Республики Саха Андрей Борисов, – у нас была создана национальная кинокомпания, а потом – кинохранилище и кинопавильон. Помимо того, чтобы снимать фильмы, была поставлена и более сложная задача – поднять инфраструктуру, и мы приобрели оборудование в большом объеме». На республиканском уровне стала поддерживаться подготовка кадров – якутские кинематографисты получили возможность учиться в Москве и Санкт-Петербурге. В 2002 году проект местного производства «Черная маска» шел в кинотеатре «Центральный» города Якутска и собрал внушительную для одного экрана кассу – 800 тыс. руб. Фильм был снят на Betacam и демонстрировался с DVD-носителя. В 2004-м появилась компания «Алмазфильм», которая выпустила картину «Любовь моя». Фильм с бюджетом в 170 тыс. руб. по итогам проката собрал почти в два с половиной раза больше. Кроме того, «Алмазфильм» запустила сразу несколько франшиз – криминальную комедию «Куот» (2005), частично профинансированную китайскими инвесторами, сиквел которой остается «долгостроем» якутского кино, и хоррор «Тропа смерти» (2006), который вместе с сиквелом 2008 года зародил жанр якутского «ужастика». Кстати, первая часть «Тропы смерти» стала абсолютным рекордсменом

³⁰ Сайт Санкт-петербургской кинокомиссии: www.film-commission.ru.

³¹ Сайт Владивостокской кинокомиссии: www.vlfc.ru.

³² Сайт Пермской кинокомиссии: www.filminperm.com.

бокс-офиса в республике – только за стартовую неделю проката в Якутске фильм с бюджетом в 1 млн руб. полностью окупился. Прорывом якутского кинематографа стал фильм «Тайна Чингисхана», которому удалось выйти не только в республиканский прокат, но и на федеральный уровень. Всего за последние два года в местный прокат вышло свыше 30 фильмов якутских кинематографистов; практически каждый месяц в репертуаре кинотеатров республики появляется новый национальный проект.

Свои примеры успешных местных работ есть и в Удмуртии, Республике Татарстан, Башкортостане, Бурятии и других субъектах Российской Федерации – преимущественно там, где помимо русского языка жители говорят на своем национальном языке.

Тем не менее чисто русскоязычные регионы также стараются не отставать. Например, в Ульяновской области уже второй год подряд проводится Всероссийский форум региональных кинопроизводителей «РегионКино», главной целью которого является создание площадки по обмену опытом для кинопроизводителей, а также привлечение внимания властей и деятелей культуры к проблемам регионального кинематографа. В 2014 году на мероприятие съехались представители региональной киноиндустрии из Тулы, Екатеринбурга, Тюмени, Уфы, Казани, Твери, Оренбурга, Самары, Инзы, Санкт-Петербурга и Москвы. Во время проведения форума в кинотеатрах города было показано более 40 фильмов. Жители города имели возможность увидеть и обсудить киноработы непосредственно с создателями фильмов. Итогами деловой программы форума стали, в частности, инициативы по внесению в федеральное законодательство предложения о создании отдельной строки бюджета в региональных и муниципальных образованиях РФ на производство кинопродукции, а также определение понятия термина «региональное кино» как отдельной самобытной формы кинопроизводства – в первую очередь для демонстрации внутри конкретного региона и рассмотрение возможных форм государственной поддержки такого рода проектов.

2.3.3. Поддержка регионального кинопоказа

Полномочие региональных властей по организации и поддержке учреждений культуры, в том числе кинематографии, сформулировано достаточно абстрактно и относится к существующей сети учреждений кинематографии, находящихся в ведении субъектов РФ. В характеристике полномочия не указано, какие именно учреждения культуры и искусства могут находиться в региональном ведении. В связи с этим у субъектов РФ остается выбор в определении видов учреждений кинематографии, которые могут находиться в его ведении и финансироваться из регионального бюджета. Если относить это полномочие только к существующей сети учреждений, то с появлением негосударственных организаций, обеспечивающих предоставление того же набора и объема услуг, что и бюджетные учреждения кинематографии, реализация рассматриваемого полномочия потеряет свой смысл. Это в полной мере относится к кинотеатрам, часть которых

остаются государственными или муниципальными учреждениями и финансируются из бюджета. При этом для государственных и муниципальных кинотеатров отсутствуют утвержденные требования относительно планирования репертуара. Ситуация может измениться с принятием государственных и муниципальных заданий, в которых появится возможность принимать требования к репертуарному планированию.

Положениями Федерального закона №131-ФЗ от 6 октября 2003 года определяется перечень полномочий в рамках предметов исключительного ведения муниципальных органов власти. К сфере кино относится создание условий для организации досуга и обеспечения жителей услугами организаций культуры. Таким образом, на уровне поселения и городского округа в сфере кинематографии должна проводиться политика по обеспечению населения услугами организаций кинематографии, прежде всего услугами кинопоказа. В идеальном случае создание условий для организации кинопоказа должно находиться в исключительном ведении муниципальных образований.

Наиболее активно реализует свои полномочия в сфере кинематографии Москва. Так, в феврале 2012 года столичные власти приняли решение о реконцепции более 60 кинотеатров, находящихся в городской собственности (ГУП «Объединенная дирекция по управлению имуществом комплексом киносетей» и ГБУК «Московское кино» префектуры Москвы). В отношении 15 объектов было принято решение о привлечении сторонних инвесторов (на условиях концессионных соглашений) для реконструкции, перестройки и редевелопмента (с обязательным условием сохранения функций кинопоказа); остальные кинотеатры планируется сохранить в существующих границах, но при этом разрешить арендаторам использовать 30% площадей под размещение объектов общепита.³³ Концепция разрабатывалась с участием департаментов культуры, имущества и Москомархитектуры. Осенью 2012 года Департаментом культуры Москвы было принято решение об объединении столичных детских кинотеатров в единую киносеть «Московский молодежный кинокультурный центр».³⁴

При этом в конце 2013 года столица начала распродавать кинотеатры, находящиеся в муниципальной собственности. В декабре 2013-го городу принадлежало 78 площадок, из которых 39 Москва решила выставить на аукционы. Сначала это коснулось десяти кинотеатров³⁵; летом 2014 года распродажи продолжились.³⁶

Помимо столицы многие регионы России с 2004 года также реализуют собственные программы по развитию кинематографии, нацеленные на поддержку кинопроката. Причем особенно активны региональные власти стали в связи с переходом на цифровой кинопоказ:

³³ Столичные власти решили судьбу городских кинотеатров: <http://www.rbcdaily.ru/market/562949983640810>.

³⁴ Единая сеть детских кинотеатров будет создана в Москве: <http://ria.ru/culture/20120827/731711887.html>.

³⁵ Власти Москвы выставляют на аукцион 10 кинотеатров: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20131206100509.shtml>.

³⁶ Три московских кинотеатра выставлены на аукцион: <http://lenta.ru/news/2014/07/14/kinoteatryprodayut/>.

все больше муниципальных кинотеатров, особенно в малых городах, получают финансирование для приобретения цифровых кинопроекторов и серверов. Так, в Краснодарском крае в июле 2010-го была принята долгосрочная краевая целевая программа «Развитие инфраструктуры кинопоказа в Краснодарском крае» (на 2011–2015 годы), согласно которой было выделено 205 млн руб. на приобретение кинотехнологического оборудования и театральных кресел в целях модернизации кинозалов муниципальных учреждений культуры, а также на приобретение оборудования цифрового кинопоказа для залов муниципальной киносети «Кубанькино».³⁷

2.4. Международное сотрудничество

2.4.1. Правовая основа совместного кинопроизводства с Россией

Законодательными основами для реализации проектов совместного производства между Россией и другими странами служат:

- Европейская конвенция о совместном кинопроизводстве 1992 года. Документ был подписан и ратифицирован более 40 государствами – членами Совета Европы. Россия стала участницей Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве в 1994 году, что позволило начать реализацию трехсторонних кинопроектов;
- Межправительственные соглашения о совместном кинопроизводстве. В настоящее время протоколы о совместном кинопроизводстве России подписаны с пятью странами и с СНГ (см. Таблица 3).

Таблица 3. Межправительственные соглашения о совместном кинопроизводстве с Россией

Страна	Дата заключения	Название документа
Франция	08.07.1967	Соглашение о сотрудничестве в области кинематографии между Правительством СССР и Правительством Французской Республики ³⁸
	06.02.1992	Соглашение между Правительством РФ и Правительством Французской Республики о культурном сотрудничестве
Канада	05.10.1995	Соглашение между Правительством РФ и Правительством Канады об отношениях в аудиовизуальной сфере
Италия	28.11.2002	Соглашение между Правительством РФ и Правительством Итальянской Республики о сотрудничестве в области кинематографии
Болгария	07.07.2004	Соглашение между Правительством РФ и Правительством Республики Болгария о сотрудничестве в области кинематографии

³⁷ См. КДЦП «Развитие инфраструктуры кинопоказа в Краснодарском крае на 2011–2015 годы»:

<http://kultura.kubangov.ru/www/kultura.nsf/91ec8d66fd21aa2fc32570bf004b76c4/afcc472cb7a55da9c325781800235870!OpenDocument>.

³⁸ МИД России подтвердил, что данное Соглашение может официально использоваться как юридический документ в процессе сотрудничества между российскими и французскими кинематографистами: <http://www.fond-kino.ru/projects/20/38/>.

Страна	Дата заключения	Название документа
Страны СНГ	1994	Хартия об основных направлениях и принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области кинематографии
	14.11.2008	Соглашение о совместном кинопроизводстве
Германия	28.06.2011	Соглашение между Правительством РФ и Правительством Федеративной Республики Германия о сотрудничестве в аудиовизуальной сфере

В настоящее время ведется активная работа по подготовке к подписанию межправительственных соглашений о совместном кинопроизводстве с Чили, Венесуэлой, Индией и Китаем. Так, например, в сентябре 2014 года состоялась встреча директора Департамента кинематографии при Министерстве культуры РФ Вячеслава Тельнова и заместителя руководителя Управления кинематографии Главного государственного управления по делам прессы, печати, радиовещания, кинематографии и телевидения КНР Лян Гэ, на которой помимо соглашения о совместном производстве обсуждалась возможность образовательных обменов между кинематографическими вузами России и Китая, сотрудничество кинофондов, предоставление киноматериалов, участие фильмов двух стран в проводимых ими кинофестивалях, содействие в прокате и показе фильмов. Как показывает статистика, китайские зрители предпочитают масштабные зрелищные кинофильмы, в особенности военной и исторической тематики. «Уже сейчас у российских компаний в разработке есть несколько проектов, которые могли бы реализовываться как совместные, – отметил в ходе встречи Вячеслав Тельнов. – Речь идет о фильмах “Путешествие в Китай 3D”³⁹, “Экипаж”, а также некоторых анимационных проектах»⁴⁰;

- Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22 августа 1996 года №126-ФЗ. В целях расширения возможностей по совместному кинопроизводству со странами, не имеющими международных договоров с Россией и не являющимися членами Европейской конвенции, с 1 мая 2010 года в Федеральный закон №126-ФЗ были внесены изменения в части критериев признания проекта «национальным фильмом», упростившие копродукцию. При этом фильмы, произведенные в сотрудничестве с другими странами и получившие статус национальных, могут не только претендовать на получение государственной поддержки, но и воспользоваться льготой по освобождению от уплаты НДС.

³⁹ Сиквел самого кассового российского проекта 2014 года «Вий 3D».

⁴⁰ Россия и Китай договорились о сотрудничестве в аудиовизуальной сфере: <http://mkrf.ru/press-tsentr/novosti/ministerstvo/rossiya-i-kitay-dogovorilis-o-sotrudnichestve-v-audiovizualnoy-sfere>.

2.4.2. Членство России в международных организациях

С 1993 года Российская Федерация в лице Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям является членом Европейской аудиовизуальной обсерватории⁴¹, чью миссию Совет Европы определяет как совершенствование прозрачности европейской аудиовизуальной сферы путем обеспечения информационных услуг для профессионалов.

С 2010 года некоммерческое партнерство «Киноальянс», объединяющее кинотеатральные сети и кинотеатры РФ, представляет российское кинотеатральное сообщество в Ассоциации кинотеатров Европейского союза UNIC, отстаивающей интересы кинопоказчиков из тридцати стран.

В 2011 году завершились многолетние переговоры с Европейским фондом поддержки совместного кинопроизводства и проката кинематографических и аудиовизуальных работ «Евримаж», и с 1 марта того же года Россия является его официальным членом. По итогам трех лет, по состоянию на 1 марта 2014 года, Фонд поддержал 10 игровых лент с участием российской стороны. Среди них преобладали проекты с мажоритарной долей России, что национальный представитель РФ в совете «Евримаж» Леонид Демченко считает показателем эффективности существующего взаимодействия: «На мой взгляд, это должно поспособствовать дальнейшей активности российских продюсеров в поиске европейских партнеров, которые в свою очередь готовы участвовать в таких проектах своими меньшими вкладами».⁴²

Таблица 4. Российские фильмы совместного производства, получившие поддержку со стороны «Евримажа» (2011–2014 годы)

2014 год	
Не поддержано ни одной копродукции с Россией, по данным на 23 июня 2014 года	
2013 год	
Мажоритарная доля	«Две женщины» Реж. Вера Глаголева (Россия) Выделено: 260 000 евро Сопродюсеры: «Хорошо продакшн» (Россия) «Jura Podnieka Studija» (Латвия) «Rezo Productions Sarl» (Франция)
	«Укус змеи» Реж. Теймураз Бутикашвили (Грузия), Фуад Ибрагимбеков (Россия), Эльдар Шенгелая (Грузия) Выделено: 190 000 евро Сопродюсеры: «Ибрус» (Россия) «Cinetech Ltd» (Германия) «Kinoskopik Sll» (Эстония) «Eaux Vives» (Франция)

⁴¹ www.obs.coe.int.

⁴² Интервью с Леонидом Демченко от 26 февраля 2014 года:
http://www.proficinema.ru/questions-problems/interviews/detail.php?ID=155526&sphrase_id=50721.

2012 год	
Мажоритарная доля	<p>«Роль» Реж. Константин Лопушанский (Россия) Выделено: 260 000 евро Сопродюсеры: «Пролайн фильм»/Студия «Ленфильм» (Россия) «Беларусьфильм» (Белоруссия) «Viifo» (Финляндия)</p>
	<p>«Москва никогда не спит» Реж. Джон О'Рейли (Ирландия) Выделено: 240 000 евро Сопродюсеры: «Snapshot Films East» (Россия) «Snapshot Film Irland»/«Blinder Films» (Ирландия)</p>
	<p>«Я не вернусь» Реж. Ильмар Рааг (Эстония) Выделено: 210 000 евро Сопродюсеры: СТВ (Россия) «Беларусь фильм» (Белоруссия) «Helsinki Filmi Oу» (Финляндия) «Amrion» (Эстония)</p>
Миноритарная доля	<p>«Каннибал» Реж. Мануэль Мартин Куэнк (Испания) Выделено: 250 000 евро Сопродюсеры: «La Loma Blanca Pc»/«Mod Producciones» (Эстония) «Libra Film Production» (Румыния) СТВ (Россия) «Luminor» (Франция)</p>
	<p>«Эпик» Реж. Pawel Pawlikowski (Poland) Выделено: 550 000 евро (поддержка аннулирована 16.10.2012) Сопродюсеры: «20 Steps Film Ltd» (Германия) «Epic Films Ltd» (Великобритания) «Метрафильмз» (Россия) «Haut et Court» (Франция)</p>
2011 год	
Мажоритарная доля	<p>«Мой маленький» Реж. Сергей Дворцевой (Россия) Выделено: 350 000 евро Сопродюсеры: «Кинодвор»/«ПРОФИТ» (Россия) «Pallas Films GmbH»/«Otter Films» (Дания)</p>
Миноритарная доля	<p>«Колоски» Реж. Владислав Пасиковски (Польша) Выделено: 260 000 евро Сопродюсеры: «Apple Film Production Sp. Z.O.O.» (Польша) «Метрафильмз» (Россия) «Attack Film Sro» (Словакия)</p>

	<p>«Чайка» Реж. Мигель Анхель Хименес (Испания) Выделено: 210 000 евро Сопродюсеры: «Kinoskopik SII» (Эстония) «Cinetech Ltd» (Германия) «Ибрус» (Россия) «Eaux Vives» (Франция)</p>
--	--

Примечательно, что новая документальная работа российского режиссера Александра Сокурова «Франкофония. Лувр под немецкой оккупацией» также была поддержана «Евримажем» в 2013 году, однако в ее производстве участвуют лишь Франция, Дания и Голландия – без России.

За время сотрудничества с фондом несколько картин были поддержаны в европейском прокате: например, «В субботу» Александра Миндадзе и «Эйфория» Ивана Вырыпаева (прокат в Румынии), «Елена» Андрея Звягинцева (прокат в Венгрии и во Франции), «Как я провел этим летом» Алексея Попогребского (прокат в Венгрии и Румынии). В свою очередь за поддержкой проката европейского кино на территории России отечественные дистрибьюторы практически не обращались.

Понемногу развивается система поддержки российских кинопоказчиков, специализирующихся на демонстрации европейских проектов. Так, к осени 2014 года, по данным Невафильм *Research*, в российской сети «Eurimages/Europa Cinemas» насчитывается семь площадок с 19 кинозалами, расположенных в Нижнем Новгороде (с 2006 года), Калининграде, Москве, Санкт-Петербурге (с 2012-го), Иркутске и Екатеринбурге (с 2013-го).

2.4.3. Международная деятельность государственных организаций РФ

К компетенции Министерства культуры РФ относится представление отечественной кинематографии на международных кинофестивалях, в рамках недель российского кино за рубежом и ретроспектив фильмов российских режиссеров. С этой целью, например, в 2013 году на указанные мероприятия было направлено 574 фильмокопии российских фильмов, проведено 1176 сеансов. Для участия в зарубежных киномероприятиях было командировано 622 кинематографиста.

Кроме того, Министерство курирует деятельность внешнеэкономической компании «Роскино», осуществляющей меры по продвижению российских фильмов на зарубежные рынки и занимающейся пропагандой отечественного кино за границей. Ранее компания носила название «Совэкспортфильм», а в 2011 году было принято решение о реорганизации данной структуры, в результате чего произошло не только ее переименование, но и рост ее активности на международном рынке, несколько замерший после распада СССР. В 2014 году организация отметила свой 90-летний юбилей. В совет директоров «Роскино» входят заместитель руководителя Аппарата Правительства РФ Денис Молчанов, генеральный директор ОАО «Первый канал» Константин Эрнст, первый заместитель президента-председателя правления банка ВТБ Василий Титов и другие. Генеральным директором

компании является Екатерина Мцитуридзе, также занимающая пост главного редактора в российской версии журнала «Variety».

Задачей организации остается продвижение российских фильмов на международных кинофестивалях (в Каннах, Венеции, Берлине, Торонто), на кинорынках (AFM в Лос-Анджелесе, EFM в Берлине, «Marché du Film» и «MIPCOM» в Каннах) и на церемониях награждения («Оскар», «Золотой глобус», Премия европейской Академии кино), а также осуществление поддержки дистрибьюции российского кино за рубежом и привлечение инвесторов и партнеров, заинтересованных в совместном производстве с Россией.

В феврале 2012 года «Роскино» открыло свое представительство в Лос-Анджелесе – Российскую кинокомиссию, а в 2014 году – в Великобритании.

С 2008 года компания выступает одним из организаторов Российского павильона на каннском кинорынке, где проводятся масштабные встречи с российскими кинематографистами, презентации отечественных фильмов и кинокомпаний, тематические круглые столы и конференции. Стенды «Роскино» ежегодно присутствуют также и на других ведущих международных кинорынках. В 2012 году в рамках 34-го Московского международного кинофестиваля усилиями «Роскино» и Российской кинокомиссии в США был проведен первый Международный передвижной кинорынок «DOORS», в котором приняли участие 35 американских дистрибьюторов, фестивальных отборщиков и представителей ведущих СМИ. Этот кинорынок попытался прийти на смену и по сей день проходящему в рамках ММКФ (в июне) форуму «Moscow Business Square». Однако для обоих мероприятий дата проведения, по мнению экспертов отрасли, выглядит не самой благоприятной: проходит около месяца с момента масштабной встречи в Каннах всех кинематографистов, ориентированных на международное сотрудничество, а студийные боссы тем временем съезжаются на конвенцию «CineEurope» в Барселону; российские же кинематографисты в июне проводят множество внутренних деловых встреч в рамках сочинского фестиваля «Кинотавр» и сопутствующего ему Российского международного кинорынка.

В ноябре 2012 года по итогам рынка «DOORS» «Роскино» и компания «Gravitas Ventures» объявили о начале эксклюзивной трансляции 12 фильмов российского производства на видеосервисе «Hulu». По данным «Роскино», фильм «Шпион» вошел в топ-10 в видеотеке сайта спустя две недели после того, как был выложен в доступ для широкой аудитории. В июле 2014 года было анонсировано, что «Hulu» станет эксклюзивной онлайн-площадкой для просмотра российских фильмов и телевизионных сериалов в США на постоянной основе. Российский контент доступен с английскими субтитрами по ссылке <http://hulu.com/russian>.

Второй Международный передвижной кинорынок «DOORS» состоялся уже в сентябре 2013 года в Санкт-Петербурге, а в 2014 году на смену ему пришел масштабный Санкт-Петербургский международный медиафорум, проводившийся в октябре при поддержке администрации

города и под личным патронажем губернатора Георгия Полтавченко и аккумулировавший три направления – кино, ТВ и новые медиа.

На международных фестивалях «Роскино» обычно представляет проекты, попадающие в конкурсные и внеконкурсные программы киносмотров. Так, например, в 2013 году на 63-м Берлинском международном кинофестивале под эгидой «Роскино» состоялась мировая премьера российского конкурсного фильма – картины Бориса Хлебникова «Долгая счастливая жизнь». В 2012 году в рамках демонстрации в основном конкурсе 65-го Каннского кинофестиваля фильма Сергея Лозницы «В тумане» «Роскино» организовало пиар-кампанию фильма, а также обеспечило приезд участников съемочной группы. Кроме того, организация оказала содействие продвижению короткометражной работы Таисии Игуменцевой «Дорога на». Картина получила главный приз программы «Cinéfondation», а режиссер в 2013 году вернулась в Канны со своим полнометражным дебютом «Отдать концы», вошедшим в гала-программу фестиваля. Тогда же «Роскино» поддержало премьеру фильма «Майор» Юрия Быкова в рамках конкурсной программы «Неделя критики». В 2014 году «Роскино» официально представляло короткий метр «Последний» российско-азербайджанского производства и фильм Андрея Звягинцева «Левиафан», удостоившийся конкурсной награды за лучший сценарий и вышедший во французский прокат 24 сентября 2014 года.

Международный департамент Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии начал работу с 1 января 2011 года и в некоторой степени конкурировал с «Роскино».⁴³ Однако весной 2013 года подразделение было закрыто. «Приоритеты Фонда изменились, – комментировала ситуацию Елена Романова, возглавлявшая международный отдел. – Сейчас главной задачей является увеличение доли локальных картин в российском прокате, поэтому вся деятельность, напрямую не связанная с этой задачей, была свернута». Кроме того, были отменены и все международные соглашения, достигнутые за два года, включая создание киноакадемий вместе с Германией, Францией и Италией, фонд копродукции с Германией и организацию международного кинорынка «Red Square Screenings» в Москве. Ожидалось, что все соглашения будут вновь подписаны министром культуры, однако по сей день этого не произошло. Сама Елена Романова предполагала, что часть повседневных задач Минкульт передаст организации «Открытый мир», и надеялась привлечь частный бизнес для финансирования проектов, – но и этого до сих пор не случилось.⁴⁴

Теперь международная деятельность Фонда кино сосредоточена исключительно на представлении российского контента за рубежом. Так, например, в 2014 году Фонд кино при поддержке Министерства культуры

⁴³ См. подробнее раздел 4.1.5 «Международная деятельность Фонда кино» в отчете «Киноиндустрия Российской Федерации-2012»: <http://publi.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+Film+Industry+2012+Nevafilm+RU.pdf/3bf9c019-2820-470d-9afb-e182659f0c57>.

⁴⁴ Международный департамент фонда кино закрыт: <http://www.kinometro.ru/news/show/name/fond-kino-international-department>.

РФ организовывал объединенный стенд «Russian Cinema» на восьми ведущих международных кинофорумах, включая EFM, «Filmart», «MipTv», «Marché du Film», «MipCom» и др.

2.4.4. Поддержка создания копродукции

В последние годы, особенно после расформирования международного отдела Фонда кино, поддержка совместного с другими странами производства фильмов стала минимальной. В отрасли перестала вестись точная статистика относительно того, какое количество копродукций было произведено или профинансировано. В ходе тематического круглого стола, состоявшегося в августе 2014 года на фестивале «Окно в Европу» в Выборге, исполнительный директор Фонда кино Антон Малышев констатировал: «Относительно результативности поддержки копродукции как отдельного направления говорить сложно. У нас есть замечательные примеры, <...> но в принципе из 18 проектов, которые были поддержаны Фондом по этому направлению, пять, к сожалению, не смогли взлететь вовсе, даже имея деньги российской стороны. То есть даже после выделения больших денег с российской стороны иностранные сопродюсеры как-то отваливались. Не получалось довести проект. Остальные пока в процессе. Кто-то закончил, кто-то еще работает».⁴⁵ В результате с изменением системы выделения государственных средств на кинопроизводство – после того как стали финансировать непосредственно конкретные проекты – стало возможным получить бюджетные деньги на фильм без особого акцента на то, что это копродукция. «Фонд, после уточнения задач, отказался от отдельного направления поддержки копродукции ради развития собственно копродукции, – поясняет Антон Малышев. – Но при этом у нас нет ограничений: если кино имеет зрительский потенциал для внутреннего рынка и имеет внешнего инвестора, сопродюсера, то мы всегда это приветствуем». Так, например, в 2013 году картина Александра Миндадзе «Милый Ханс, дорогой Петр» получила поддержку Фонда, а также нашла средства с немецкой стороны. В 2014 году на питчинге Фонда кино презентовался проект «Путешествие в Китай 3D», который не был в итоге профинансирован, однако уже имеет партнеров в Китае.

Тем не менее свято место пусто не бывает, и в 2013 году, когда было приостановлено финансирование непосредственно копродукций, в Санкт-Петербурге появился фонд «Point Of View» (далее – P.O.V.), основной целью которого является финансовая, образовательная и иные формы поддержки развития кинопроектов совместного производства с участием российского продюсера на стадии разработки. Поддерживаемые проекты должны иметь прокатный и (или) мировой фестивальский потенциал. Поддержка является возвратной в случае запуска фильма в производство и подлежит возврату в первый съемочный день. Продюсеры могут запрашивать поддержку в размере 1

⁴⁵ Стенограмма круглого стола «Копродукция: пути выхода на мировые рынки»: <http://research.nevafilm.ru/presentations/conferences/kruglyi-stol-koprodukcija-puti-vyhoda-na-mirovye-rynki>.

млн руб., что является максимальной суммой для одного проекта. Размер финансовой поддержки не может превышать 80% от доли участия продюсера в финансировании разработки фильма. В 2013 году по итогам отбора проектов экспертным советом Фонда, куда входят продюсеры, зарекомендовавшие себя в копродукционной деятельности, Р.О.В. поощрил три картины на общую сумму 65 000 евро. В 2014 году Фонд отобрал два проекта – «Никто нигде» продюсера Анастасии Павлович и «Тридцатую любовь» продюсера Юлии Мишкинене. Каждый из фильмов удостоился гранта в 15 000 евро.

2.4.5. Последствия вступления России в ВТО для кинематографии

В августе 2012 года Российская Федерация официально стала полноправным членом Всемирной торговой организации (ВТО). 23 июля Правительство РФ уведомило секретариат ВТО о завершении Россией всех внутригосударственных процедур, необходимых для вступления, включая ратификацию подписанного в Женеве 16 декабря 2011 года Протокола о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении ВТО от 15 апреля 1994 года. В соответствии с правилами организации, вступление РФ в ВТО состоялось 22 августа, на тридцатый день после передачи указанного уведомления. Таким образом, Протокол о присоединении РФ к ВТО вступил в силу, и Россия стала 156-м ее членом.⁴⁶

Переговоры о вступлении России в ВТО начались в 1995 году, однако лишь с 2000-го переросли в полномасштабный процесс, охватывающий все аспекты данного присоединения. В числе проблемных вопросов, долгое время препятствовавших вступлению России в ВТО, была и защита интеллектуальной собственности. С 1997 года страна находится в списке приоритетного наблюдения Комитета представительства США по внешней торговле (всего в нем фигурируют 13 стран с наиболее высоким уровнем пиратства). Одной из основных проблем правоприменительной практики в России Международный союз по защите интеллектуальной собственности («International Intellectual Property Alliance») считал то, что почти вся она направлена против распространения контрафакта на физических носителях, в то время как основной угрозой становится распространение пиратства в Интернете. В октябре 2011 года Генпрокуратура направила в суд дело об интернет-пиратстве со стороны основателей сайта Interfilm.ru с рекордной для России суммой ущерба – 38 млрд руб. Интересы, в том числе зарубежных правообладателей-мэйджоров, защищает Российское антипиратское общество (далее – РАПО), созданное еще в ноябре 1997 года Американской ассоциацией кинокомпаний (МРА) при участии крупнейших российских общественных организаций, киностудий и видеодистрибьюторов. В частности, с ее подачи были приняты или находятся в стадии принятия поправки в существующее антипиратское законодательство, которое теперь в целом соответствует нормам Всемирной торговой организации. По данным РАПО, Россия на

⁴⁶ См.: <http://www.rg.ru/sujet/139/>.

сегодняшний день находится на пятом месте по уровню пиратства среди европейских стран.

Будучи членом ВТО, Россия взяла на себя ряд обязательств по снижению ввозных тарифов на продукцию, а также по снятию ограничений доступа на рынок компаниям, оказывающим услуги. Эти обязательства касаются в том числе аудиовизуальной сферы и кинематографии. Однако в целом вступление в ВТО не повлекло за собой серьезных последствий для российской киноотрасли.

ГЛАВА 3. КИНОПРОИЗВОДСТВО В РОССИИ: ПРОДЮСЕРСКИЕ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КОМПАНИИ

3.1. Структура отрасли

3.1.1. Методологические аспекты

Исходными материалами для анализа состояния кинопроизводства в Российской Федерации стал перечень фильмов, производство которых (согласно Государственному реестру фильмов, осуществляемому Министерством культуры) завершилось в 2012-м и 2013 годах. Перечень составлялся на основании данных, полученных также от продюсерских компаний, киностудий и собранных из открытых источников сведений. В него не включались короткометражные художественные фильмы в связи с фрагментарностью информации об их производстве.

По причине закрытости рынка информация о бюджетах и объемах господдержки имеется не обо всех проектах. Для фильмов с недостающими данными оценочный расчет этих показателей был произведен с помощью средних значений по фильмам соответствующей категории с известными бюджетами и господдержкой.

Также следует отметить особенности методологии определения количества фильмов. Так, при подсчете числа произведенных анимационных и документальных фильмов короткометражные многосерийные проекты считались по числу наименований и сезонов, тогда как в документах Министерства культуры фигурируют подсчеты, основанные на числе серий фильмов. При составлении рейтингов российских компаний-производителей (в случае совместного производства фильмов) бюджеты, господдержка и кассовые сборы учитывались в полном объеме у каждого производителя.

3.1.2. Общее состояние рынка

Анализ кинопроизводства в Российской Федерации (в сфере художественного, документального и анимационного кино) показал, что в год производится более 700 фильмов. В 2012 году произведено 250 художественных полнометражных, 440 документальных и 105 анимационных фильмов, а в 2013-м – 211 художественных полнометражных, 390 документальных и 112 анимационных. Это превышает аналогичные данные по 2010–2011 годам, так как за 2011–2012 годы в анализ включались и фильмы, производимые при поддержке телеканалов, в дальнейшем получившие прокатные удостоверения и распространяющиеся на различных носителях и через онлайн-кинотеатры.

Таблица 5. Объемы кинопроизводства в России (2010–2013)

Год	всего фильмов		художественных		документальных		анимационных	
	всего	в т. ч. с господдержкой	всего	в т. ч. с господдержкой	всего	в т. ч. с господдержкой	всего	в т. ч. с господдержкой
2010	692	508	133	77	451	360	108	71
2011	662	507	103	45	481	426	78	36
2012	795	252	250	37	440	184	105	31
2013	713	319	211	37	390	227	112	55

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ, Невафильм Research

В целом объемы кинопроизводства в России находятся на стабильном уровне, за исключением объемов анимационного производства, которое имеет тенденцию к росту.

3.1.3. Художественные фильмы

Анализ успешности кинотеатрального проката российских фильмов в 2012 году (через отношение кассовых сборов за все время проката к производственным бюджетам по фильмам, вышедшим в прокат в изучаемом году) свидетельствует о постепенном росте количества успешных проектов. Так, если в 2010 году фильмов со сборами в кинотеатральном прокате, превышающими производственный бюджет, было 11, а в 2011 году – 15, то в 2012 году их стало 20. Самыми успешными стали «Три богатыря на дальних берегах» (Студия анимационного кино «Мельница» и Компания «СТВ»), «С Новым годом, мамы!», «Мамы» и «Няньки» («Enjoy Movies»), «ДухLess» (Киностудия «Слово» и «Арт Пикчерс»); при этом картина «Три богатыря на дальних берегах», собрав 950 млн руб., стала вторым фильмом по сумме кассовых сборов в истории российского кинопроката. Также необходимо отметить, что в десятке наиболее успешных фильмов оказался малобюджетный фильм «На Байкал» («Синема+») с бюджетом 3,4 млн руб., вышедший в прокат на 50 копиях и собравший в региональных кинотеатрах в 2,8 раза больше своего бюджета.

2013 год ознаменовался выходом на экраны самого кассового в истории российского фильма «Сталинград», выпущенной также в формате IMAX и собравшего кассу в 1,7 млрд руб. Картина, тем не менее, не попала в десятку самых успешных релизов (сборы превысили бюджет в 1,4 раза). Самым же успешным фильмом стала кинокартина «Горько!» («Базелевс» и «Лунапарк продакшн»), чьи сборы превысили производственный бюджет более чем в 16 раз (так же как и у лидера прошлого года («Три богатыря на дальних берегах»)). В топе успешных фильмов также «Елки 3» («Базелевс»), «Иван Царевич и Серый Волк 2» (Студия анимационного кино «Мельница» и Кинокомпания «СТВ») и два фильма «Enjoy Movies» – «Что творят мужчины» и «Дублер». Как и в предыдущем году, в десятке лидеров один малобюджетный фильм – «За Маркса» («АД студия»), кассовые сборы которого превысили 100-тысячный бюджет (в рублях) в три раза (при 20 копиях). Всего же в

2013 году на экраны вышло 19 фильмов, чьи кассовые сборы превысили производственные бюджеты.

Продюсерскими компаниями, чьи фильмы в совокупности собрали наибольшую кассу, в 2012 году стали СТВ, «Enjoy Movies» и Студия анимационного кино «Мельница».

Таблица 6. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2012 году

Место	Компания	Число релизов	Кассовые сборы (млн руб.)
1	СТВ	4	1381,0
2	Enjoy Movies	5	1213,7
3	Мельница	1	989,7
4	Базелевс	3	688,5
5	Квартал Леополис	2	462,0
6	Слово	1	414,3
7	Арт Пикчерс	1	414,3
8	Главкино	1	296,0
9	Триада-Фильм	1	245,5
10	Визарт Фильм	1	244,8

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Невафильм Research

Лидерами среди продюсерских компаний в 2013 году стали «Базелевс», «Нон-Стоп продакшн» и «Арт Пикчерс Студия».

Таблица 7. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2013 году

Место	Компания	Число релизов	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Базелевс	3	2144,9
2	Нон-Стоп продакшн	2	1851,0
3	Арт Пикчерс	2	1816,8
4	ТРИТЭ	1	923,0
5	СТВ	4	820,4
6	Лунапарк Продакшн	1	811,0
7	Enjoy Movies	3	652,4
8	Мельница	1	632,1
9	Продюсерская фирма Игоря Толстунова	1	364,9
10	МГ медиа	1	204,3

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Невафильм Research

Стоит отметить, что на протяжении последних четырех лет в число лучших кинопроизводителей каждый год входят компании «Базелевс», Кинокомпания «СТВ» и Студия анимационного кино «Мельница», три последних года в топ также попадала компания «Enjoy Movies». При этом если в 2012 году (по сравнению с 2011-м) сборы тройки компаний-лидеров выросли ненамного, то рост их показателей в 2013 году оказался значительным.

Таким образом, за последние годы сложилась группа лидеров среди кинопроизводителей, чьи фильмы постоянно собирают в кинотеатральном прокате суммы большие, чем их производственные бюджеты, однако их количество невелико. В тоже время большинство

картин российского производства не окупаются в кинопрокате⁴⁷. Безубыточность продюсеров при этом обеспечивается за счет государственной поддержки.

Всего за 2012 год было произведено 250 полнометражных игровых художественных фильмов (для кинотеатрального проката, распространения на различных носителях и через онлайн-показ), 89 из которых за период с начала 2012 года до середины 2014-го вышли в кинотеатральный прокат. Суммарный производственный бюджет последних составил 8,3 млрд руб., при этом государственная поддержка была оказана 37 фильмам на сумму 2,3 млрд руб.

В 2013 году было завершено производство 213 полнометражных игровых художественных фильмов, 86 из которых вышли в кинотеатральный прокат. Суммарный производственный бюджет последних вырос по сравнению с 2012 годом и составил 10,8 млрд руб. 35 кинокартин из вышедших в кинотеатральный прокат были сделаны при государственной поддержке, суммарный объем которой составил 2 млрд руб. (этот показатель уступает данным по фильмам, законченным в 2012 году, в связи с тем, что девять из них – с суммарной государственной поддержкой в 0,3 млрд руб., производство которых было завершено в 2013 году, – еще не вышли в прокат).

Рисунок 2. Количество произведенных полнометражных художественных фильмов, вышедших в кинотеатральный прокат (2012–2013)



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ, Невафильм Research

⁴⁷ Выше черты на графиках (см. Рисунок 4 и Рисунок 5) находятся фильмы, принесшие доход продюсеру. При этом под доходом считается разница между кассовыми сборами, уменьшенными на долю кинотеатров (50%) и дистрибьюторов (7,5%), и производственным бюджетом фильма. Такой расчет является условным, так как основан на средних значениях вознаграждения кинотеатров и дистрибьюторов, не учитывает расходов на продвижение, доходов от других видов реализации прав на фильм.

Рисунок 3. Суммарный производственный бюджет произведенных полнометражных художественных фильмов, вышедших в кинотеатральный прокат (2012–2013)



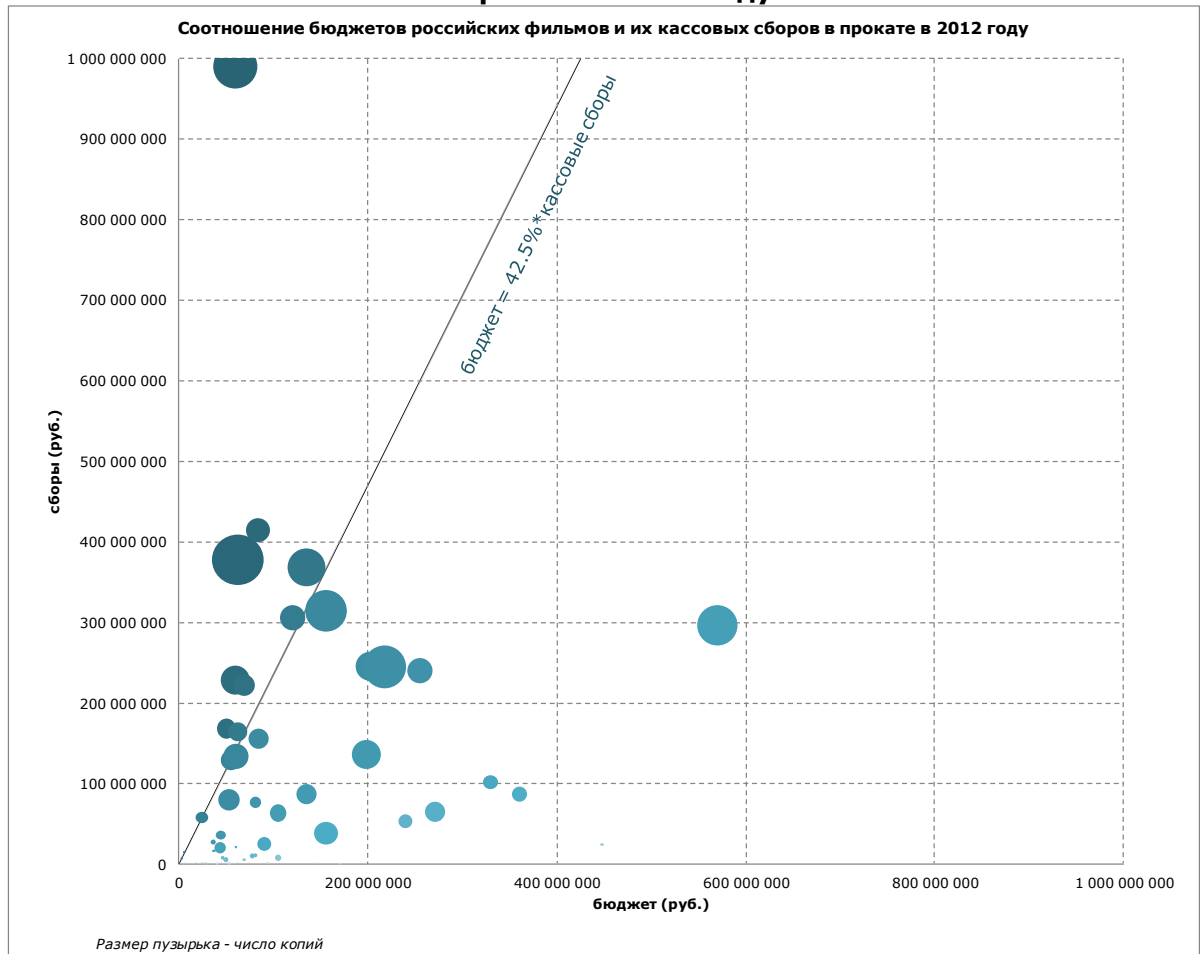
Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ, Невафильм Research

Как и в предыдущие годы, российские производители явно в недостаточных объемах сотрудничают с зарубежными кинематографистами. Так, в 2012 году были завершены шесть лент, партнерами по производству которых выступали представители из США, Казахстана, Нидерландов, Польши, Австрии, Словакии и Германии. Все эти картины вышли в прокат, однако их суммарные сборы составили всего 128,9 млн руб., причем 125 млн руб. принес один фильм – «Москва 2017». В 2013 году вышло выпущено только два фильма совместного производства, один из которых не вышел в кинотеатральный прокат. Вторым фильмом, «Джек Райан. Теория хаоса», собрал в мировом прокате 135,5 млн долл., в том числе в России – 122 млн руб. (3,4 млн долл.).

В 2012–2013 годах продолжился выпуск художественных сериалов, снимаемых по заказу телевизионных компаний и в дальнейшем распространяемых на различных носителях и через онлайн-кинотеатры. Так, в 2012 году было завершено производство 211 наименований сериалов (4255 серий) общей продолжительностью в 3,3 тыс. часов, в 2013 году объем сериального производства, исходя из анализа фильмов, по которым выданы прокатные удостоверения⁴⁸, несколько сократился – было выпущено 212 наименований (3015 серий) суммарной продолжительностью 2,3 тыс. часов.

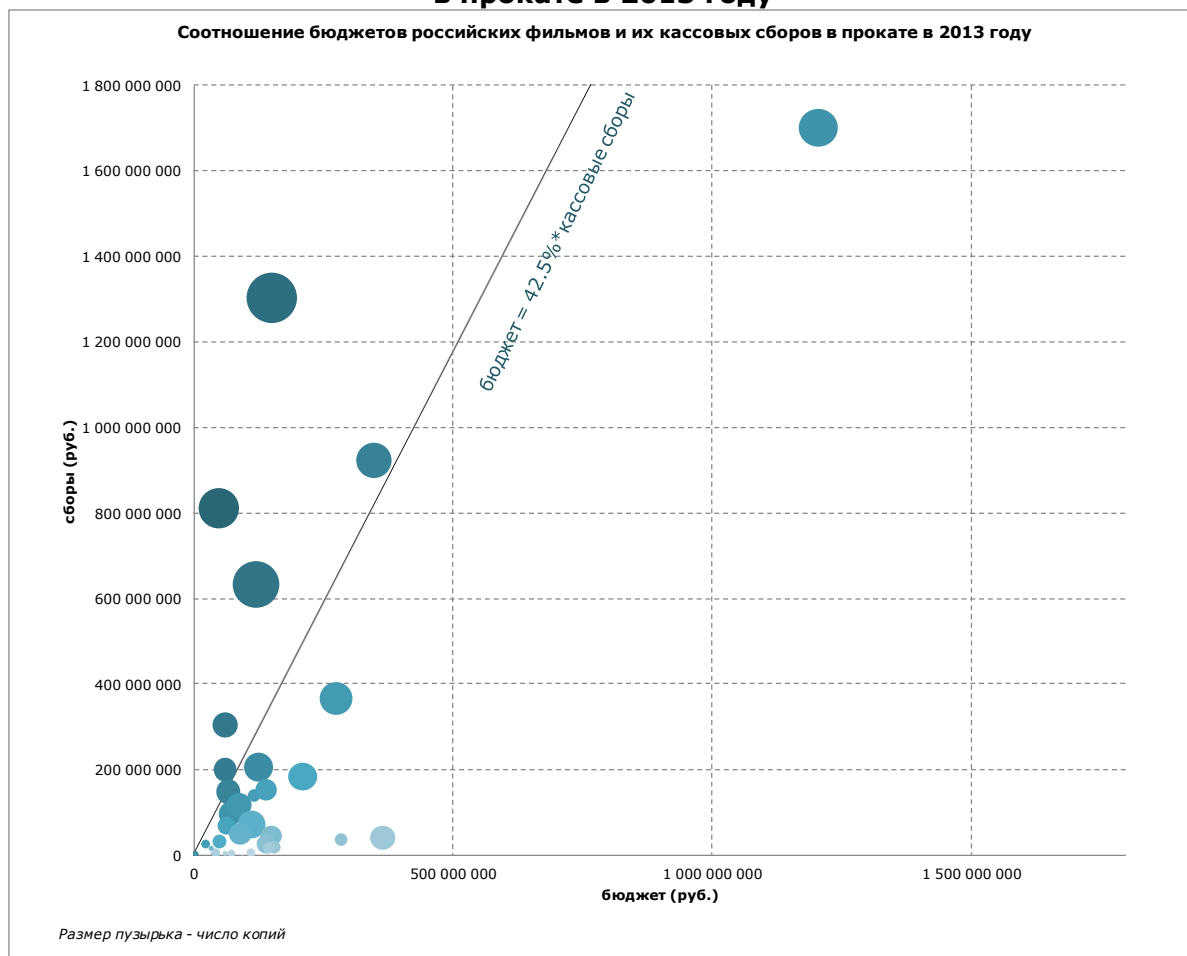
⁴⁸ Получение прокатных удостоверений формально не является обязательным для фильмов, сделанных для телетрансляции, однако практически все такие фильмы в дальнейшем распространяются через другие каналы и получают прокатные удостоверения.

Рисунок 4. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2012 году



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Невафильм Research

Рисунок 5. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2013 году



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Невафильм Research

3.1.4. Анимация

В 2012 году завершено производство 105 анимационных фильмов общей продолжительностью 3178 минут, включая сериалы, суммарно вышедшие 433 сериями (вне зависимости от количества серий, многосерийные телефильмы учитывались как одно наименование). Также было произведено (без получения прокатного удостоверения) около 10,5 часов анимации для показа на телевидении и более 4 часов мультипликационных фильмов для фестивальных показов. Среди произведенных фильмов пять полнометражных («Возвращение Буратино», «От винта!», «Похождения бравого солдата Швейка», «Снежная королева», «Три богатыря на дальних берегах»). 31 фильм (116 серий) из вышедших в рассматриваемый период был сделан с государственной поддержкой; суммарная продолжительность составила 1171 минут (36,8% от общей продолжительности произведенной продукции). При этом размер средств, выделенных Минкультуры на производство этих фильмов, составил 287,9 млн руб., а Фондом кино – 618,9 млн руб.

Наибольший объем анимационного контента произвели следующие компании: «Смешарики» (546 мин.), Студия анимационного кино «Мельница» (218 мин), «КиноАтис» (170 мин.).

**Таблица 8. Топ-10 производителей анимационных фильмов
(по объему произведенного контента) в 2012 году**

Продюсер/производитель	Продолжительность (мин)	Серий	Наименований
Смешарики	546	55	9
Мельница	218	31	2
КиноАтис	170	34	1
Аэроплан	164	31	2
Маша и Медведь	154	26	2
Татармультифильм	141	122	5
Анимос	115	4	4
Мироздание	113	11	2
ВГИК-Дебют	102	20	10
Студия Продюсерского кино	97	9	3

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

В 2013 году продолжился рост объема анимации, производимого российскими компаниями. За год было завершено производство 112 наименований (сериалы учитывались как одно наименование) общей продолжительностью 3681 минут, включая сериалы, суммарно вышедшие 390 сериями. Также было произведено (без получения прокатного удостоверения) более 12 часов анимации для показа на телевидении и около 1 часа для фестивальных показов. Сокращение объема фильмов, сделанных для фестивального показа (без получения прокатного удостоверения) объясняется тем, что все большее число таких фильмов получает прокатные удостоверения, чтобы иметь возможность продаваться на различных носителях. Увеличилось до семи и число выпущенных полнометражных анимационных фильмов («Белка и Стрелка. Лунные приключения», «Иван Царевич и Серый Волк 2», «Печать царя Соломона», «Попугай Club», «Тайна Сухаревой башни. Чародей равновесия», «Как поймать перо Жар-Птицы», «Ку! Кин-дза-дза»). Государственная поддержка была привлечена для производства 55 (по наименованиям, 135 серий) из выпущенных фильмов общей продолжительностью 1512 минуты. При этом размер средств, полученных производителями на работу над этими фильмами от Министерства культуры, составил 416,1 млн руб., а от Фонда кино – 442,5 млн руб. Таким образом, размер суммарной государственной поддержки анимационных фильмов, производство которых было завершено в 2013 году, несколько сократился по сравнению с 2012 годом. Изменение соотношения размеров оказанной поддержки между Министерством культуры и Фондом кино связано с перераспределением полномочий этих структур (изменения см. в разделе 2.2.2. *Фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии*).

Лидерами по объему производства анимационного контента в 2013 году стали «Смешарики» (582 мин), Студия «Мастер-Фильм» (307 мин.) и Студия анимационного кино «Мельница» (298 мин.).

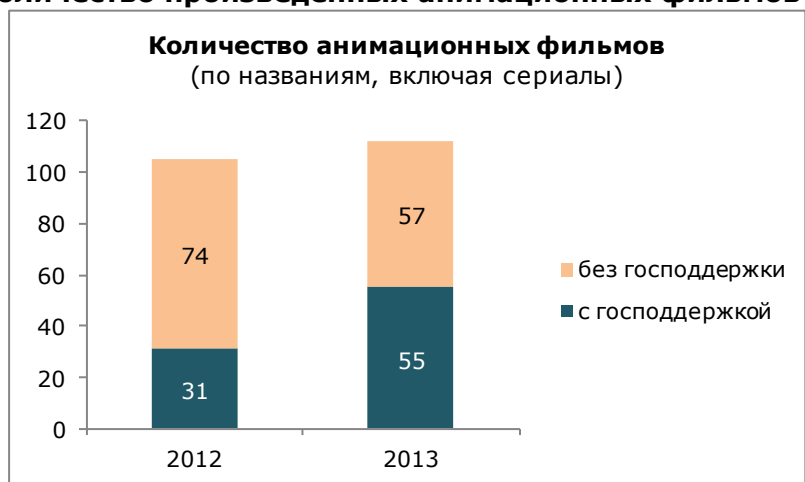
Таблица 9. ТОП-10 производителей анимационных фильмов (по объему произведенного контента) в 2013 году

Продюсер/производитель	Продолжительность (мин)	Серий	Наименований
Смешарики	582	53	6
МАСТЕР-ФИЛЬМ	307	26	10
Мельница	298	51	2
АА Студио	240	48	2
СТВ	237	7	3
Анимационная студия «Москва»	156	7	2
Аэроплан	153	28	2
КиноАтис	143	13	3
Маша и Медведь	108	17	2
Анимационная студия «Пилот» Александра Татарского	108	8	8

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

Необходимо отметить рост эффективности государственной поддержки производства анимационного кино, произведенного в 2013-м, по сравнению с тем же показателем относительно фильмов, произведенных в 2012 году. Так, доля фильмов (по наименованиям), выпущенных с господдержкой выросла с 29,5% до 49%, их доля по суммарной продолжительности – с 36,8% до 41,1% при 16%-м росте суммарной продолжительности фильмов, поддержанных государством. Стоит отметить, что это было достигнуто при снижении расходов государства на поддержку производства одной минуты анимационного контента с 0,77 млн руб. до 0,57 млн руб.

Рисунок 6. Количество произведенных анимационных фильмов (2012–2013)



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ, Невафильм Research

Рисунок 7. Суммарная продолжительность произведенных анимационных фильмов (2012–2013)



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

3.1.5. Документальные

В связи с изменением приоритетов относительно государственной поддержки документальных фильмов, связанных с ориентацией на выпуск более качественного, востребованного зрителями контента, в анализируемый период произошло значительное снижение количества производимых фильмов с государственной поддержкой по сравнению с 2010–2011 годами. В 2012 году было произведено 440 документальных фильмов (общей продолжительностью 395,2 часа), из них 184 (суммарной продолжительностью 133,1 часа) получили государственную поддержку в общей сумме 226,3 млн руб. Среди произведенных фильмов – 81 полнометражный, в том числе 33, сделанных с государственной поддержкой.

В 2013 году было закончено производство 390 документальных фильмов (общей продолжительностью 405,3 часа), из которых 227 (167,7 часа) произведено с государственной поддержкой в размере 333,7 млн рублей. В числе фильмов, производство которых было завершено в этом году, 87 полнометражных картин, из них 44 получили государственную поддержку.

Таким образом, в 2013 году по сравнению с 2012 годом незначительно (на 2,5%) выросла суммарная продолжительность произведенных документальных фильмов, при этом рост суммарной продолжительности фильмов с государственной поддержкой составил 25,9%; выросло на треть и количество полнометражных документальных фильмов, поддержанных государством. При этом если на производство полнометражных документальных лент, завершенных в 2012 году, приходилось 18,3% от суммарной государственной поддержки, то в 2013 году этот показатель вырос до 27,6%.

Рисунок 8. Количество произведенных документальных фильмов (2012–2013)



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ, Невафильм Research

Рисунок 9. Количество произведенных полнометражных документальных фильмов (2012–2013)



Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

В производстве документальных фильмов за два года участвовало 326 компаний, при этом 157 из них за этот период выпустило только по одному фильму. Однако так как учет фильмов ведется по наименованиям, малое количество производимых фильмов не является поводом отнести такие компании к разряду малопроизводящих. Например, некоторые из лидеров рейтинга производителей по продолжительности контента выпускают по одному-двум наименованиям в год, однако это многосерийные документальные фильмы. В тоже время 31 производитель за два года выпустил по 6 и более фильмов.

Таблица 10. Компании-производители документальных фильмов по количеству выпущенных картин

Кол-во фильмов, выпущенных одной компанией	Число компаний, выпустивших указанное количество фильмов			Число компаний, выпустивших указанное количество фильмов с государственной поддержкой		
	2012 год	2013 год	Всего за два года	2012 год	2013 год	Всего за два года
1 фильм	113	124	157	65	69	79
2 фильм	62	46	73	42	36	52
3 фильм	21	15	35	5	9	22
4–5 фильмов	14	20	30	3	14	18
6–10 фильмов	9	4	24	1	0	11
более 10 фильмов	1	1	7	0	0	1

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

Таблица 11. Топ-10 производителей по количеству выпущенных документальных фильмов

Компания	2012	2013	Всего
Центр национального фильма	19	8	27
Культурно-этнографический фонд «Вне времени»	11	12	23
Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	7	8	15
ДС фильм	6	7	13
Ассоциация «Наше Кино»	8	4	12
Кинотелекомпания «Православная энциклопедия»	10	1	11
КиноАртель	6	5	11
Дирекция президентских программ	5	5	10
Голд Медиум	4	6	10
Точка зрения	6	4	10

Примечание. Данные по ОАО «Центр национального фильма» даны с учетом филиала «Леннаучфильм» (произвел 10 фильмов в 2012-м общей продолжительностью 454 мин).

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

Таблица 12. Топ-10 производителей документальных фильмов по продолжительности произведенных лент (в минутах)

Компания	2012	2013	Всего
ВИАНЖ ПРОДАКШН	0	3720	3720
Наше Кино	1239	297	1536
ВЕРСИЯ	768	747	1515
Синема Продакшн	780	608	1388
Центр национального фильма	867	367	1234
Авиатор Продакшн	539	220	759
Кинотелекомпания «Православная энциклопедия»	713	39	752
ВЕРСИЯ	0	748	748
Лекс фильм	315	352	667
Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	283	364	647

Примечание. Данные по ОАО «Центр национального фильма» даны с учетом филиала «Леннаучфильм» (произвел 10 фильмов в 2012 общей продолжительностью 454 мин).

Источники: Универс-Консалтинг (проект Movie Research), Минкультуры РФ

Анализируя ТОП-10 производителей по продолжительности выпущенных фильмов необходимо отметить, что только восемь из указанных компаний имеют в своем портфеле объемные заказы от телекомпаний, тогда как «Центр национального фильма» и Санкт-Петербургская студия документальных фильмов не производят многосерийных лент по заказу телевидения.

3.2. Основные игроки

3.2.1. Классификация российских кинопроизводителей

Участниками российского рынка кинопроизводства являются продюсерские и производственные компании, государственные и частные киностудии, а также мастерские при кинематографических высших учебных заведениях. По состоянию на середину 2014 года, на российском рынке действует около 450 кинопроизводственных компаний.

Таблица 13. Классификация кинопроизводственных компаний

Тип	Крупнейшие представители (по итогам 2012–2013 годов)	Основные сегменты рынка
Продюсеры, получившие статус лидеров кинопроизводства от Фонда кино (2010–2013 годы)	«Базелевс» (ТаББаК), Кинокомпания «СТВ», «Арт Пикчерс Студия», «Студия ТРИТЭ Никиты Михалкова», «Дирекция кино», «Централ Партнершип», «Продюсерская фирма Игоря Толстунова», «Enjoy Movies»	Художественные фильмы
Независимые продюсерские компании	«Лунапарк Продакшн», «МГ медиа», «Мастерская Павла Лунгина», «Бульдозер Фильмс Продакшн»	Художественные фильмы
	«Визарт Фильм», Студия анимационного кино «Мельница», «Смешарики», Студия «Мастер-Фильм», «АА Студио»	Анимационные фильмы
	Культурно-этнографический фонд «Вне времени», «ДС фильм», «Киноартель», Кинокомпания «Мегафильм»,	Документальные фильмы
	«Вианж продакшн», Ассоциация «Наше Кино», Киностудия «Версия», Продюсерский центр «Синема продакшн»	Документальные фильмы по заказу ТВ
Государственные киностудии	Мосфильм, Ленфильм, Киностудия им. Горького	Художественные фильмы
	Центр национального фильма, Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	Документальные фильмы
Частные киностудии	Главкино, «Амедиа», Всемирные Русские студии (RWS)	Художественные фильмы
	Дальневосточная киностудия	Документальные фильмы
Мастерские при высших учебных заведениях	ВГИК, СПбГУКИТ	Короткометражные фильмы

3.2.2. Основные игроки российского кинопроизводства, фильмы которых выходят в кинопрокат

В данный список включены российские продюсерские компании, фильмы которых показали наилучшие результаты в российском прокате в период с 2010-го по 2013 год, а также продюсеры-лидеры, получившие поддержку Фонда кино за аналогичный период. В строке «Количество фильмов» указывается число проектов компании, завершенных в 2010–2013 годах.

AR Films (Нон-стоп Продакшн)

Сайт: <http://www.a-r-films.com>, <http://www.nonstop-kino.ru/>

Год основания: 2009 – AR Films, 2005 – Нон-стоп Продакшн

Количество фильмов в прокате: 5

Главные продюсеры: Александр Роднянский, Сергей Мелькумов

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

Art Pictures

Сайт: <http://www.art-pictures.ru/>

Год основания: 1992

Количество фильмов в прокате: 7

Главные продюсеры: Федор Бондарчук, Дмитрий Рудовский

Enjoy Movies

Сайт: <http://enjoy-movies.ru/>

Год основания: 2010

Количество фильмов в прокате: 10

Главный продюсер: Георгий Малков

Базелевс (ТаББаК)

Сайт: <http://www.bazelevs.ru/>

Год основания: 1994

Количество фильмов в прокате: 8

Главный продюсер: Тимур Бекмамбетов

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

Главкино

Сайт: <http://glavkino.ru>

Год основания: 2012

Количество фильмов в прокате: 1 («Август. Восьмого»)

Главный продюсер: Федор Бондарчук

Дирекция кино

Сайт: <http://www.rusproducers.com/Page/13861>

Год основания: 2006

Количество фильмов в прокате: 2

Главный продюсер: Анатолий Максимов

Интерфест (Реал-Дакота)

Сайт: <http://www.interfest.ru/>

Год основания: 1975

Количество фильмов в прокате: 8

Главный продюсер: Ренат Давлетьяров

Дополнительная деятельность компании: организация и проведение международных и отечественных кинофестивалей на территории России и за рубежом

Коктебель

Сайт: <http://www.koktebelfilm.ru/>

Год основания: 2003

Количество фильмов в прокате: 3

Главный продюсер: Роман Борисевич

Леополис

Сайт: <http://www.leopolis.ru/>

Год основания: 2007

Количество фильмов в прокате: 6

Главные продюсеры: Сергей Ливнев, Лев Николау

Анимационная студия «Мельница»

Сайт: <http://melnitsa.com/>

Год основания: середина 1990-х

Количество фильмов в прокате: 5
Главный продюсер: Сергей Сельянов

Монументал пикчерз

Сайт: <http://www.monumental-pictures.ru/>
Год основания: 2007
Количество фильмов в прокате: 3
Главный продюсер: Михаэль Шлихт

Парадиз

Сайт: <http://www.paradisegroup.ru/production/>
Год основания: 2003
Количество фильмов в прокате: 6
Главный продюсер: Геворг Нерсисян
Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция, кинопоказ

ПРОФИТ (Продюсерская Фирма Игоря Толстунова)

Сайт: <http://www.profitkino.ru/>
Год основания: 1995
Количество фильмов в прокате: 5
Главный продюсер: Игорь Толстунов

Рекун-синема

Сайт: <http://www.racooncinema.com/>
Год основания: 1996
Количество фильмов в прокате: 4
Главный продюсер: Илья Неретин

Рок

Сайт: <http://rockfilm.ru/>
Год основания: 1991
Количество фильмов в прокате: 11
Главный продюсер: Алексей Учитель

СТВ

Сайт: <http://www.ctb.ru/>
Год основания: 1992
Количество фильмов в прокате: 20
Главный продюсер: Сергей Сельянов
Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова

Сайт: <http://www.trite.ru/>
Год основания: 1987
Количество фильмов в прокате: 5
Главные продюсеры: Никита Михалков, Леонид Верещагин

Центр национального фильма (ЦНФ)

Сайт: <http://www.cnf.ru/>

Год основания: 1933
Количество фильмов в прокате: 3
Главный продюсер: Владимир Бажин
Дополнительная деятельность компании: киностудия

Централ Партнершип

Сайт: <http://www.centpart.ru/>
Год основания: 1996
Количество фильмов в прокате: 13
Главный продюсер:
Дополнительная деятельность компании: кино- и теледистрибуция

3.3. Основные тенденции

- Российский кинематограф, обеспеченный достаточно стабильной государственной поддержкой, продолжил в 2012–2013 годах свое поступательное развитие. Кинопроизводители, признанные (с точки зрения получения государственной поддержки) лидерами отечественного производства, стабильно обеспечивают более 80% кассы отечественных фильмов в российском прокате, постоянно растет и количество выпускаемых ими фильмов, в том числе и картин, выходящих без государственной поддержки. Созданная система государственного финансирования кинопроизводителей позволила наращивать производственные бюджеты без увеличения государственных средств, направляемых на поддержку кинопроизводства, и привела к росту числа фильмов, окупившихся в прокате.
- Дальнейшее развитие принципов государственной поддержки кинематографии, в первую очередь введение в 2013 году системы финансирования производителей на возвратной основе, должна, по мнению авторов реформы, привести к росту числа окупающихся в прокате фильмов.
- По-прежнему проблемной остается сфера копроизводства. Изменения, произошедшие в рассматриваемый период в системе финансирования копродукции (передача функций от Фонда кино к Минкультуры), затормозили начавшийся в 2012 году рост объемов картин, производимых совместно с иностранными партнерами.
- В конце 2013 года стало известно о продаже холдинга «ПрофМедиа» «Газпром-Медиа Холдингу». Таким образом, произошла смена собственников и компании «Централ Партнершип» (ЦПШ), которая в 2012 году создала «Студию Централ Партнершип», занявшуюся собственным кинопроизводством. До этого один из крупнейших российских дистрибьюторов занимался финансированием и прокатом фильмов и сериалов, но само производство поручал подрядчикам. При этом планируется, что к 2017 году все кинопроизводство ЦПШ будет осуществляться собственной студией.
- Продолжилось продвижение компаний, связываемых с Александром Роднянским, на международный рынок. После

приобретения немецкого кинопроизводителя и дистрибьютора «А Company» был сделан еще один шаг к интеграции в мировое кинопроизводство – «А Company» в 2013 году вместе с компаниями «New Myth» и «Toonz Entertainment» создали фонд «Epiphany» с капиталом в размере 200 млн долл. Цель фонда – создание собственного контента и участие в производстве франшиз голливудских мейджоров с акцентом на мировой прокат.⁴⁹

- Изменилась структура собственности и у кинокомпании «Всемирные русские студии» (ВРС), холдинг «Система Масс-медиа» (СММ) передал в конце 2013 года 49% ее гендиректору Юрию Сапронову. Акции кинокомпании Сапронов получил в обмен на принадлежащие ему 12,5% самой СММ.
- Дальнейшее развитие получили краудфандинговые проекты по поддержке создания анимационных, документальных и короткометражных фильмов. Значимым для отрасли событием можно считать краудфандинговый проект для съемок полнометражного художественного фильма «Двадцать восемь панфиловцев», работа над которым началась в 2013 году. К октябрю 2014 года собрано более 22 млн руб. из необходимых 60.

⁴⁹ «А Company» приняла участие в создании нового фонда – <http://cinemaplex.ru/2013/06/18/a-company-epiphany.html>

ГЛАВА 4. КИНОПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

4.1. Киностудии

По состоянию на 2014 год производственные мощности отечественной кинопромышленности включают в себя более 100 павильонов. Пять крупнейших киностудий «Амедиа», «Мосфильм», «Главкино», «Cinelab» (включая компанию «Моя Студия»), «Центр национального фильма» (включая его филиал «Леннаучфильм») имеют от 7 до 16 павильонов.

Все крупнейшие киностудии помимо аренды павильонов также предлагают услуги (собственные или тесно сотрудничающих с ними структур) по обеспечению своих клиентов оборудованием, необходимым для съемочного периода: камерами, операторской техникой, звуковыми и осветительными приборами. Старейшая государственная киностудия «Мосфильм» и частная студия «Амедиа», открытая в 2004 году, обладают большим ассортиментом костюмов и реквизита. Все лидеры рассматриваемого сектора предоставляют монтажно-тонировочные услуги. В рассматриваемой сфере часто сотрудничают друг с другом частные организации. Так, компания «Кинофабрика №2» предоставляет в аренду только павильоны, а услуги по съемочному периоду оказывают рядом расположенные сервисные компании «Богдан и Бригада» и «Рентакам». Организация «Cinelab» реализует мощности своей прокатной базы на территории киносъёмочных павильонов своего партнера – компании «Моя Студия».

Таблица 14. Рейтинг киностудий России в 2013 году по числу павильонов

№	Студия	Расположение	Кол-во павильонов	Количество павильонов различного размера, м ²				Кол-во натуральных площадок	Кол-во хромакеев
				до 400	400-800	800-1000	>1000		
1	Амедиа	Москва	16	3	8	3	2	1	1
2	Мосфильм	Москва	12	3	3	3	3	3	1
3	Главкино	Москва	10	5	0	1	4	-	2
4	Cinelab (Моя студия)	Москва	9	1	3	3	2	-	1
5	Центр национального фильма и Леннаучфильм	Москва Санкт-Петербург	7	4	3	-	-	1	1
6	Всемирные русские студии	Санкт-Петербург	6	2	4	0	0	-	1
7	ТВ-Фильм (Новелла)	Москва	5	0	0	5	0	-	-
8	Киностудия имени М. Горького	Москва	5	0	4	0	1	-	-
9	Ленфильм	Санкт-Петербург	4	-	2	1	1	-	1
10	КИНОЛИНИЯ	Москва	4	1	1	-	2	-	-
11	Телесити	Москва	4	-	1	1	2	-	-
12	Кинофабрика №2	Москва	3	1	1	1	-	-	1
13	Мэджик Фильм	Москва	3	-	2	1	-	-	1
14	ChromaKey.Center	Москва	3	3	-	-	-	-	3
15	R Studios	Москва	2	2	-	-	-	-	2
16	А в квадрате	Москва	2	2	-	-	-	-	1
17	Краснодарская киностудия им. Н. Минервина	Краснодар	2					-	-

№	Студия	Расположение	Кол-во пави-	Количество павильонов различного размера, м ²				Кол-во натуральных	Кол-во хро-
				-	1	1	-		
18	JV Production	Москва	2	-	1	1	-	-	1
19	Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	Санкт-Петербург	2	2	-	-	-	-	1
20	Свердловская киностудия	Екатеринбург	1	-	1	-	-	-	1
21	СЛ-Студия	Москва	1	1	-	-	-	-	1
22	2Mint studio	Москва	1	1	-	-	-	-	1
23	WayFilm	Москва	1	-	-	-	1	-	1
24	Нижне-Волжская студия кинохроники	Саратов	1					-	-
25	Западно-Сибирская киностудия	Новосибирск	1						
26	Казанская киностудия	Казань	н/д						
27	Северо-Кавказская студия кинохроники	Владикавказ	н/д						
28	Югра-фильм	Ханты-Мансийск	н/д						
29	Дальневосточная киностудия	Хабаровск	н/д						
30	Российская центральная кино-видеостудия хроникально-документальных и учебных фильмов	Москва	н/д						
31	Дальневосточная ордена «Знак Почета» студия кинохроники	Хабаровск	н/д						

4.1.1. Государственные студии

Многие старейшие государственные киностудии, находящиеся вне современных центров кинопроизводства (Москвы и Санкт-Петербурга) сейчас переживают тяжелые времена. Большие площади их земельных участков и многочисленные строения, ранее используемые для производства кино на пленочных носителях, становятся не востребованными и приходят в негодность. Часто имеющиеся павильоны у таких студий требуют ремонта, но из-за отсутствия собственных или внешних источников финансирования он не осуществляется. Большинство государственных киностудий, которым удается удержаться на плаву и в той или иной мере заниматься собственным производством, как правило, специализируется на документальном кино, для которого не требуется обширной производственной базы, и не предоставляет услуги по производству кинокартин сторонним организациям.

Самой успешной государственной киностудией остается «**Мосфильм**», как сам снимающий фильмы и сериалы, так и предоставляющий широкий спектр кинопроизводственных услуг другим компаниям.

В последние годы две старейшие киностудии страны сделали серьезные шаги в своем развитии. Так, **Киностудия имени**

М. Горького налаживает собственное кинопроизводство. Осенью 2013 года была принята десятилетняя «Концепция развития студии на 2013–2023 годы», в рамках которой было решено создать Национальный центр детского и семейного кино, который осуществлял бы свою деятельность на производственной базе студии.⁵⁰ Основным направлением развития Центра станет производство социально-значимых фильмов для детей и юношества при поддержке государства, представителей киноиндустрии и частного бизнеса.

Убыточность и рост долгов старейшей отечественной киностудии «Ленфильм» привели к необходимости выбора дальнейшей концепции ее развития. В начале осени 2012 года прошло открытое общественное обсуждение двух предлагаемых путей спасения кинокомпании, исключающих вариант ликвидации студии. Первая концепция возрождения компании подразумевала создание на базе «Ленфильма» современного универсального кинематографического центра, проведение реконструкции студии и ее переоснащения, для чего требовалось из федерального бюджета 2 млрд руб. безвозмездно. Целью второй концепции было превращение студийного комплекса в продюсерский центр, который помимо предоставления оборудования и павильонов будет привлекать заказы, возможно, при поддержке Фонда кино.⁵¹ На ее осуществление требовалось 1,5 млрд руб., причем большая часть средств на возвратной основе.

Вторую концепцию поддержало большинство членов общественного совета, которая, в отличие от первой, делавшей упор на авторское, детское, историческое и научное кино, не предполагала никаких жестких ограничений.⁵² Через месяц после выбора дальнейшего пути развития «Ленфильма» государство сменило руководство студии – на пост генерального директора пришел Эдуард Пичугин – основатель федеральных киносетей «Кронверк Синема» и «Киносити»; место председателя совета директоров ОАО «Киностудия «Ленфильм» занял кинорежиссер Федора Бондарчук.⁵³

Спустя год, по словам Э. Пичугина, стало возможным говорить о выправлении ситуации на «Ленфильме». Долги студии стали сокращаться, два из трех фильмов, которые студия должна была сдать в 2010 году – «Крылья» и «Дар» («Моя бабушка ведьма»), были завершены, разработаны новые проекты, по трем из которых было получено решение на предоставление государственных субсидий.⁵⁴ Между «Ленфильмом» и ВТБ подписан договор о кредитной линии на сумму в 1,5 млрд руб., которые будут потрачены на ремонт павильонов и других рабочих помещений, что позволит принять в работу новые проекты. Приобретаются современные камеры, осветительная техника и

⁵⁰ На киностудии им. М. Горького будет создан Центр детского и семейного кино // ProfiCinema. 20 сентября 2013 г.

⁵¹ «Ленфильм»: по какому сценарию? // Российская Газета. 12 сентября 2012 г.

⁵² «Ленфильм» ужасов // Коммерсантъ. 26 ноября 2012 г.

⁵³ Росимущество одобрило предложенный состав руководства «Ленфильма» // РИА Новости. 12 октября 2010 г.

⁵⁴ Гендиректор «Ленфильма» Э. Пичугин: «Студия погасила все операционные долги, закупает лучшее оборудование и отправляет сотрудников на стажировку в Голливуд» // Интерфакс. 3 октября 2013 г.

другое необходимое оборудование, которое раньше приходилось возить из Москвы. Цель кинокомпании – сосредоточить весь комплекс кинопроизводственного оборудования на «Ленфильме».

Принятая концепция предусматривала возвращение «Ленфильму» прав на «золотую коллекцию» фильмов (некогда переданную структуре ОГК «Государственная киноколлекция», которую затем было решено объединить с Госфильмофондом), однако вопрос о возврате прав до сих пор не решен. «Золотая коллекция» – это условное название порядка сотни самых популярных, востребованных и любимых зрителями картин, ранее произведенных студией; при этом речь идет о возвращении прав на все фильмы, снятые «Ленфильмом» до 2001 года, а их около 1,5 тысячи. Передача прав киностудии на ее собственные фильмы – важнейший этап возрождения компании – застопорился во многом из-за юридических сложностей. «Ленфильм» же рассчитывал реконструировать и реставрировать павильоны за счет денежных поступлений от демонстрации фильмов на телевидении. Так, по словам главы «Мосфильма» Карена Шахназарова, на отчисления с коллекции лент студии сейчас приходится примерно 30% всех доходов «Мосфильма», что позволяет компании быть стабильно прибыльной.⁵⁵

В 2011 году ряд открытых писем президенту России помогли исправить аналогичную ситуацию на киностудии «**Союзмультфильм**», и коллекция фильмов была передана в ее ведение. В это же время исполняющим обязанности директора был назначен Николай Маковский. В настоящее время долги студии существенно сокращаются, происходит ее реорганизация и модернизация, планируется переезд в новое помещение и дальнейшее развитие производства. В производстве киностудии находятся 12 фильмов, к запуску в 2014 году готовится 160 минут анимации.⁵⁶

В марте 2014 года директором киностудии «Союзмультфильм» назначен сценарист и продюсер Андрей Добрунов. Основная задача, поставленная перед ним государством, – это переезд студии в новое здание, которое сначала необходимо отремонтировать как внутри, так и снаружи (окончание ремонтных работ планируется к февралю 2015 года⁵⁷), и активное наращивание производства.

Свердловская киностудия – акционерное общество со стопроцентным участием государства в содружестве с группой компаний «Страна» ищет новые направления в работе и кроме развития своей киношколы открыла кинокластер «Sverdlovsk Film Studios».

Уже более восьми лет предпринимаются безрезультатные попытки продажи 100% пакета акций ОАО «Творческо-производственное объединение **Северо-Кавказская студия кинохроники**» (сегодня принадлежащих государству) на аукционах с дальнейшим репрофилированием студии. Покупатели не находятся, а студия практически прекратила свою работу. В конце 2013 года Пленум Правления Союза кинематографистов России, рассматривая вопросы

⁵⁵ «Ленфильм» не может собрать коллекцию // Коммерсант. 26 мая 2014 г.

⁵⁶ Сайт киностудии «Союзмультфильм»: www.new.souzmult.ru/.

⁵⁷ Новое здание «Союзмультфильма» отремонтируют к февралю 2015 г. // РИА Новости. 28 марта 2014 г.

развития неигрового кино, счел целесообразным возродить эту киностудию и обратился с соответствующим заявлением в Правительство РФ⁵⁸, однако до сих пор вопрос о будущем киностудии не ясен.

4.1.2. Частные студии

Один из крупнейших частных кинотелевизионных концернов России «**Главкино**», одной из основных сфер деятельности которого являются производство и постпродакшн, открылся в первом квартале 2012 года. При основании компании задумывалось, что 40% загрузки студии будет приходиться на кино. Однако рост числа цифровых каналов и необходимость включения в их эфиры нового, оригинального, а главное, качественного ТВ-контента привели к тому, что в настоящее время деятельность «Главкино» почти на 90% направлена на телевидение.⁵⁹ Услугами студии пользуются самые рейтинговые ТВ-каналы.

Возобновилось развитие студии «**Всемирные Русские Студии**» (RWS), входящей в состав ОАО «Система Масс-медиа», компании, управляющей медийными активами АФК «Система». Напомним, что в августе 2012 года АФК «Система» была вынуждена отказаться от объединения со студией «Ленфильм», а затем закрыла студию RWS в Москве. Тогда же компания отказалась от планов по строительству второй очереди своей студии в Санкт-Петербурге по причине недостаточной загрузки студийных мощностей и уменьшения числа заказов. К 2014 году RWS преодолела кризис и расширила спектр предоставляемых услуг в области постпродакшн (появилась, например, цветокоррекция), производства бутафорских изделий, расширился объем предоставляемой для работы операторской, осветительной и видеотехники. Основным направлением для студии являются съемки телевизионных фильмов, при этом ежегодно проходят съемки и нескольких художественных фильмов для кинотеатрального проката.

4.1.3. Проекты новых киностудий

В стадии активного обсуждения находится несколько проектов строительства новых киностудий в регионах. Так, в **Ульяновской области** одним из 50 сформированных инвестиционных проектов в сфере социальной инфраструктуры стало обустройство киностудии на берегу Волги. В качестве инвесторов выступают местная компания «ВолгаКино» и ее европейский партнер. По мнению инвесторов, Ульяновская область отлично подходит для съемок исторических фильмов: здесь есть бескрайние волжские просторы, которые вполне могут сойти и за море (самое широкое место реки – около 40 км); живописные степи и леса.⁶⁰ В **Калужской области** в начале 2014 года также было заявлено о строительстве киностудии. Об этом сообщил

⁵⁸ Материалы IV Пленума Правления Союза кинематографистов России // Электронный ресурс <http://ascinemadoc.ru/vnimayu-chlenov-soyuza-kinematografistov-rossii/>.

⁵⁹ Ставлю на кино // Дорогое удовольствие. 31 января 2013 г.

⁶⁰ В Ульяновске построят киностудию // Российская газета. 21 октября 2013 г.

глава администрации Ферзиковского района Алексей Никитенко. Расположение стройплощадки планируется у поселка Дугна. Переговоры с неназванными московскими инвесторами уже успешно прошли. Главным образом там будут снимать фильмы исторической и патриотической направленности.⁶¹ В предпроектной стадии находится создание в **Москве** кинопавильонного комплекса российско-украинским производителем и дистрибьютором «Star Media». Летом 2014 года градостроительно-земельная комиссия Москвы согласовала разрешение на строительство комплекса площадью 12 тыс. м², который может стать одним из крупнейших по площади в России, однако инициаторы проекта пока не огласили даже даты начала строительных работ.

При этом необходимо отметить, что ранее обсуждавшиеся и даже стартовавшие проекты по строительству региональных студий в Коломне, Константиново и Перми заморожены.

⁶¹ Киностудию «Ферзиковфильм» построят под Калугой // Строительство. 22 января 2014 г.

Таблица 15. Ассортимент услуг российских киностудийных комплексов

№	Название киностудии	Распо-ложение	Собствен-ность	Съемочный период								Монтажно-тонировочный период							Общее кол-во услуг
				Павильоны	Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Реквизит	Декорации	Обработка пленки	Монтаж	Тонстудия	Комп-ью-терная графика	Устройства телекино	Печать пленочных копий	Цифровой мастеринг, DCP, KDM	
1	Мосфильм	Москва	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	15
2	Cinelab (Моя студия)	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	15
3	Киностудия имени М. Горького	Москва	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	14
4	Свердловская киностудия	Екатеринбург	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	+	13
5	Центр национального фильма и Леннаучфильм	Москва	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	12
6	Всемирные русские студии	С.-Петербург	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	+	12
7	Ленфильм	С.-Петербург	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	12
8	Главкино	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	+	10
9	JV Production	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	9
10	Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	С.-Петербург	гос.	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	+	-	-	-	-	9
11	R Studios	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+	+	-	-	+	9
12	ТВ-Фильм (Новелла)	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	-	9
13	Амедиа	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	-	9
14	Краснодарская киностудия им. Минервина	Краснодар	частн.	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	9
15	А в квадрате	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	-	-	-	8
16	WayFilm	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	-	-	-	-	8
17	Кинофабрика №2	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	8
18	Нижне-Волжская студия кинохроники	Саратов	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	+	-	-	7
19	Дальневосточная студия кинохроники	Хабаровск	гос.	-	+	+	+	+	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	7
20	СЛ-Студия	Москва	частн.	+	+	+	+	+	-	+	-	-	-	-	-	-	-	-	5
21	ChromaKey.Center	Москва	частн.	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
22	КИНОЛИНИЯ	Москва	частн.	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
23	2Mint studio	Москва	частн.	+	+	+	+	+	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
24	Мэджик Фильм	Москва	частн.	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
25	Западно-Сибирская киностудия	Новосибирск	гос.																
26	Казанская киностудия	Казань	гос.																
27	Северо-Кавказская студия кинохроники	Владикавказ	гос.																
28	Дальневосточная киностудия	Хабаровск	частн.																
29	Телесити	Москва	частн.																
30	Российская центральная кино-видеостудия хроникально-документальных и учебных фильмов	Москва	гос.																
31	Югра-фильм	Ханты-Мансийск	частн.																

4.2. Киносервисные компании

К сервисным компаниям относятся фирмы, оказывающие кинопроизводственные услуги, но не имеющие собственных павильонов. Все они являются частными и почти все располагаются в Москве или Санкт-Петербурге. Одна из успешных кинокомпаний – «29 февраля» – находится в Екатеринбурге. Большинство сервисных компаний предоставляют услуги как по съемочному периоду создания кинофильмов, так и по монтажно-тонировочному периоду. Четверть всех компаний занимается только предоставлением в аренду оборудования, необходимого для съемочного процесса.

Наиболее широко представлены на рынке услуги монтажа и компьютерной графики (их оказывают около 15 компаний), а также аренды съемочной и осветительной техники (13 компаний). Арендовать специализированный автотранспорт (светобазы с генераторами, гримвагены, камервагены и т. п.) можно в 7 компаниях Москвы, а также в петербургской «Студии ВЕК».

Что касается услуг по мастерингу и тиражированию цифровых копий в формате DCP, их предоставляет цифровые лаборатории «DCP24», «Невафильм Digital», «29 февраля», «Cinelex», «ProDigi», «Central Production International Films» и компания «Конвейер». На киностудии «Мосфильм» также есть специальный отдел, занимающийся мастерингом и ремастерингом цифровых кинокопий (DCP). Некоторые компании, обладая цифровыми лабораториями, не предоставляют услуги на коммерческой основе. Например, прокатчик «Синема Престиж» использует свою лабораторию только в собственных целях.

В связи с переходом киноотрасли к цифровому производству самая крупная частная лаборатория по обработке пленки «Саламандра», не выдержав конкуренции на рынке, на рубеже 2012–2013 годов прекратила свое существование.

Появление новых форматов кинотеатрального звука не обошло стороной и Россию – к осени 2014 года уже четыре тон-студии в стране предоставляют услуги перезаписи в формате Dolby Atmos («Централ Партнершип Продакшн», «Central Production International Films», «CineLab» и «Невафильм»), а одна – Varco Auro («Невафильм»).

Помимо указанных в таблице услуг многие сервисные компании работают и в других направлениях: например, размещение Product Placement, дублирование на русский язык, проведение кастингов, продажа оборудования и, конечно же, производство собственных фильмов, сериалов, рекламных роликов.

Таблица 16. Ассортимент услуг российских сервисных компаний

№	Название сервисной компании	Съемочный период					Монтажно-тонировочный период						Общее кол-во услуг
		Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Обработка пленки	Монтаж	Тон-студия	Компьютерная графика	Печать плеченых копий	Цифровой мастеринг, DCP, KDM	
1	29 февраля	+	+	+	+			+	+	+		+	8
2	RUmedia	+	+	+		+		+	+	+			7
3	Студия БЕК	+	+	+		+		+	+	+			7
4	G-BRO	+	+	+				+		+			5
5	Cinelex							+	+	+		+	4
6	X-Ray	+	+	+		+							4
7	Богдан и бригада		+	+	+	+							4
8	Кинопрограмма XXI век	+	+	+				+					4
9	Рентакам	+	+	+		+							4
10	Baselevs							+	+	+			3
11	ННГ	+		+				+					3
12	PS TVC							+		+			3
13	RussianFilmGroup							+	+	+			3
14	АСТ	+	+	+									3
15	ИМТ		+	+		+							3
16	Невафильм								+			+	3
17	Централ Партнершип Продакшн							+	+	+			3
18	Central Production International Films								+			+	2
19	Миди Синема (Мельница)								+	+			2
20	СинеСофт							+		+			2
21	Конвейер										+	+	2
22	DCP24											+	1
23	ProDigi											+	1

4.3. Тенденции на рынке кинопроизводственных услуг

- По состоянию на середину 2014 года в России действуют около 110 съемочных студийных павильонов. При этом большинство государственных киностудий (за исключением «Мосфильма») до сих пор располагают устаревшим оборудованием и нуждаются в модернизации и в современном подходе в организации бизнес-процессов. Так, многие региональные государственные киностудии, занимающиеся в той или иной мере собственным производством (как правило, документальных фильмов), обладают крайне скудной производственной базой и не предоставляют услуг сторонним организациям.
- Попытки создания совместных производств в рамках частно-государственного партнерства (когда на базе

государственных студий при участии сторонних компаний создаются современные комплексы по предоставлению услуг монтажно-тонировочного периода), предприняемые в 2010–2011 годах, успехом не увенчались, и ни одно партнерство юридически оформлено не было.

- Зато за два последних года был открыт современнейший производственный комплекс «Главкино» с десятью павильонами и были созданы несколько небольших павильонных комплексов.
- Помимо студий на рынке действует большое количество киносервисных компаний, не имеющих собственных павильонов. Большинство из них расположены в Москве и Санкт-Петербурге. При этом в последнее время студии цифрового мастеринга и тиражирования серьезно потеснили компании, занятые обработкой и печатью пленочных копий, в результате чего закрылась одна из ведущих компаний в области цетокоррекции и пленочной печати – «Лаборатория Саламандра».
- Основными проблемами отрасли по-прежнему являются устаревающая кинопроизводственная база государственных студий и переориентация крупных киностудийных комплексов с большим количеством павильонов на производство телевизионного контента. Также на рынке ощущается нехватка современных съемочных павильонов вне Москвы и Санкт-Петербурга и недостаток квалифицированных кадров.
- Следует отметить, что бум инвестиционных проектов, о которых заявляли в 2008–2010 годах, ничем практически не завершился. Многие проекты, заявленные в то время, заморожены или прекращены.

4.4. Основные игроки рынка производственных услуг

4.4.1. Киностудии

2Mint studio

Сайт: <http://2mint.ru/index.php>

Город: Москва

Адрес: ул. Летниковская, д. 6А, стр. 10

E-mail: rent@2mint.ru

Телефон: +7 (495) 509-20-56

Форма собственности: Частная

Chromakey.Center

Сайт: <http://chromakey.center/>

Город: Москва

Адрес: Лефортово, ул. Авиамоторная, д. 55 стр. 31, офис 503-2

E-mail: info@chromakey.center
Телефон: +7 (495) 999-53-90
Год основания: 2013
Форма собственности: Частная

Группа компаний «Cinelab» (включая компанию «Моя Студия»)

Сайт: <http://www.cinelab.ru> (<http://www.kinodomms.ru/>)
Город: Москва
Адрес: Ленинградское ш., д. 65, стр. 5 (ул. Подъемная, д. 12)
E-mail: info@cinelab.ru (mystudio@inbox.ru)
Телефон: +7 (495) 626-11-77
(925) 500-28-87, (925) 507-2945 – Моя студия)
Год основания: 2001
Форма собственности: Частная

JV Production

Сайт: <http://www.jvpro.ru/>
Город: Москва
Адрес: ул. Сергея Эйзенштейна, д. 8
E-mail: dvoitenko@jvpro.ru; tgurov@jvpro.ru
Телефон: +7 (965) 362-53-55; +7 (903) 974-95-73
Форма собственности: Частная

R Studios

Сайт: <http://r-studios.ru/>
Город: Москва
Адрес: ул. Подъемная, д. 9
E-mail: connect@r-studios.ru (павильонная служба)
Телефон: +7 (916) 581-97-56 (Екатерина Коновалова)
Форма собственности: Частная

А в квадрате

Сайт: <http://a-2-a.ru/>
Город: Москва
Адрес: Преображенская пл., д. 12
E-mail: mail@a-2-a.ru
Телефон: +7 (495) 544 76 50
Форма собственности: Частная

«Амедиа» (ЗАО «Медиа Сити»)

Сайт: <http://amediastudio.ru/>
Город: Москва
Адрес: ул. Новоостаповская, д. 5, стр. 3
E-mail: mail@amediastudio.ru
Телефон: +7 (495) 744-16-16
Год основания: 2004

Форма собственности: Частная

«Вей-фильм» (Way Film Company)

Сайт: <http://www.waycompany.ru/>

Город: Москва

Адрес: Партийный пер., д. 1, корп. 6

E-mail: way.pro@mail.ru, sintao77@gmail.com

Телефон: +7 (495) 785-04-51

Форма собственности: Частная

ЗАО «Всемирные русские студии» («Russian World Studios»)

Сайт: <http://rustudios.ru/>

Город: Санкт-Петербург

Адрес: ул. Генерала Хрулева, д. 9А

Телефон: +7 (812) 600-03-01

E-mail: sales@rwstudio.com

Год основания: 1998

Форма собственности: Частная

ЗАО «Главкино»

Сайт: <http://glavkino.ru>

Город: Москва

Адрес: 7 км Новорижского шоссе

E-mail: info@glavkino.ru

Телефон: +7 (495) 225-58-83

Год основания: 2012 (завершен первый этап строительства)

Форма собственности: Частная

ООО «Дальневосточная киностудия»

Сайт: <http://vk.com/dvkinost>

Город: Хабаровск

Адрес: ул. Санитарная 7, оф. 212

E-mail: xyz64@mail.ru

Телефон: (4212) 74-67-90, +7-909-844-68-71

Год основания: 2007

Форма собственности: Частная

ФГУП ТПО «Дальневосточная ордена "Знак Почета" студия кинохроники»

Сайт: -

Город: Хабаровск

Адрес: ул. Карла Маркса, д. 74

Телефон: +7 (4212) 45-23-21; +7 (4212) 69-43-89

Форма собственности: Государственная

ОАО «Западно-Сибирская киностудия»

Сайт: <http://www.zskino.narod.ru/>

Город: Новосибирск
Адрес: ул.Немировича-Данченко, д. 122
E-mail: zskino@ngs.ru
Телефон: +7 (383) 346-12-10; +7 (383) 346-12-12
Форма собственности: Государственная

ОАО «Казанская киностудия»

Город: Казань
Адрес: ул. Восстания, д. 98
Телефон: +7 (843) 542-28-20, 542-24-08, 212-55-36
Год основания: 1932
Форма собственности: Государственная

КИНОЛИНИЯ

Сайт: <http://kl-pro.ru/>
Город: Москва
Адрес: Кавказский бульвар, д. 59
E-mail: simonovvy@rambler.ru
Телефон: +7(495) 971-18-93 (охрана), +7 (905) 533 52 52 (зам. дир. Альбина Викторовна)
Форма собственности: Частная

Кинофабрика №2

Город: Москва
Адрес: 5-й Донской пр., д. 15, стр.7
E-mail: kinofabrika2@mail.ru
Телефон: +7 (903) 679-99-94, +7 (903) 977-64-52
Форма собственности: Частная

АНО «Краснодарская киностудия им. Н. Минервина» (ООО «Краснодарская киностудия им. Н.Минервина»)

Город: Краснодар
Адрес: ул. Северная, д. 279, 1-й этаж
E-mail: wetka@inbox.ru
Телефон: +7 (961) 531-29-40
Форма собственности: Частная

ОАО «Киностудия "Ленфильм"»

Сайт: <http://www.lenfilm.ru>
Город: Санкт-Петербург
Адрес: Каменноостровский пр., д. 10
E-mail: info@lenfilm.ru
Телефон: +7 (812) 603-29-24
Год основания: 1918
Форма собственности: ОАО со стопроцентным государственным участием

ФГУП «Киноконцерн “Мосфильм”»

Сайт: <http://www.mosfilm.ru>

Город: Москва

Адрес: Мосфильмовская ул., д. 1

E-mail: referent@mosfilm.ru

Телефон: +7 (499) 143-92-38; +7 (499) 143-98-56; +7 (495) 705-93-03 – канцелярия

Год основания: 1920

Форма собственности: Государственная

ЗАО «Студия Мэджик Фильм»

Сайт: <http://www.magicfilm.ru/>

Город: Москва

Адрес: ул. Викторенко, д. 16

E-mail: studio@magicfilm.ru

Телефон: +7 (495) 974-79-94

Год основания: 2006

Форма собственности: Частная

ОАО «ТПО «Нижне-Волжская студия кинохроники»

Город: Саратов

Адрес: ул. Октябрьская, д. 43

Телефон: (8452) 23-22-82, 23-73-16, 23-73-38

Форма собственности: Государственная

Группа компаний «Новелла» (ТТО «ТВ-Фильм»)

Сайт: <http://www.tto-novella.ru/>; <http://www.tv-film.tv/>

Город: Москва

Адрес: М. Кожуховская, Бизнес-парк «Синтез», ул. Угрешская, д. 2, стр. 21, 4-й этаж.

E-mail: info@tto-novella.ru

Телефон: +7 (495) 647-13-13

Год основания: 2000

Форма собственности: Частная

**ФГУП «Российская центральная кино-видеостудия
хроникально-
документальных и учебных фильмов»**

Город: Москва

Адрес: Кулаков пер., д. 11, стр. 1

Телефон: +7 (495) 686-13-09

Год основания: 1927

Форма собственности: Государственная

ООО «Санкт-Петербургская студия документальных фильмов»

Сайт: <http://www.cinedoc.ru>; <http://www.lendoc.ru/>;
<https://vk.com/lendoc>; <https://vk.com/auditoriaspace>

Город: Санкт-Петербург

Год основания: 1932

Адрес: наб. Крюкова канала, д.12

E-mail: krukovkanal12@gmail.com

Телефон: +7 (812) 714-5312

Форма собственности: Государственная

ОАО «Свердловская киностудия»

Сайт: <http://sverdlovskfilmstudios.com/>

Город: Екатеринбург

Адрес: пр. Ленина, д. 50 Б, Ж и Д

E-mail: info@stranamedia.com

Телефон: +7 (343) 350 00 13

Год основания: 1943

Форма собственности: Государственная

ОАО «ТПО "Северо-Кавказская студия кинохроники"»

Город: Владикавказ

Адрес: Московское ш., д. 5

Форма собственности: Государственная

«СЛ-Студия»

Сайт: <http://slstudio.spb.ru/>

Город: Москва

Адрес: Ириновский пр., д. 2

Телефон: +7 (911) 233-88-52; +7 (921) 943-26-73

Форма собственности: Частная

ООО «Телесити»

Сайт: <http://www.telealliance.ru>

Город: Москва

Адрес: ул. Клары Цеткин, д. 33

Телефон: +7 (495) 617-03-25

Год основания: 2007

Форма собственности: Частная

ОАО «Центр национального фильма» и «Леннаучфильм»

Сайт: <http://www.cnf.ru>, <http://lennauchfilm.ru/>

Город: Москва, Санкт-Петербург

Адрес: Москва, Валдайский проезд, д. 16; Санкт-Петербург, ул.

Мельничная, д. 4

E-mail: cnf@cnf.ru

Телефон: +7 (495) 455-92-13

Год основания: 1933
Форма собственности: Государственная

ОАО «ТПО «Центральная киностудия детских и юношеских фильмов имени М.Горького»»

Сайт: <http://www.gorkyfilm.ru>
Город: Москва
Адрес: ул. С. Эйзенштейна, д. 8
E-mail: secretary@gorkyfilm.ru
Телефон: +7 (499) 181-04-34 – диспетчерская
Год основания: 1915
Форма собственности: ОАО со стопроцентным государственным участием

Кинокомпания «Югра-фильм»

Город: Ханты-Мансийск
Адрес: ул. Гагарина, д. 4
Год основания: 2003
Форма собственности: Частная

4.4.2. Киносервисные компании

Кинокомпания «29 февраля»

Сайт: <http://29f.org>
Год основания: 2004
Город: Екатеринбург
Основные направления деятельности:
организация производства кино- и телефильмов, анимационного кино; производство компьютерной графики и спецэффектов;
организация и проведение павильонных и выездных съемок;
производство рекламы и видеоклипов, монтажно-тонировочных работ

Группа компаний «Bazelevs»

Сайт: <http://www.bazelevs.ru/>
Год основания: 1994
Город: Москва
Основные направления деятельности:
полный цикл кинопроизводства (продюсирование, выбор природы для съемок, кастинг, техническое обеспечение съемок в России и за рубежом), полный спектр услуг монтажно-тонировочного периода (монтаж, озвучивание, компьютерная графика и анимация, спецэффекты для кино и видео)

Central Production International Films

Сайт: <http://www.centralize-it.com/>, <http://www.centraisound.ru/>

Год основания: 1997

Город: Москва

Основные направления деятельности:

озвучивание, монтаж, запись синхронных шумов, саунд-дизайн, сведение 2.0, 5.1., Atmos, дублирование, субтитрирование, телевизионный мастеринг, цифровой мастеринг и тиражирование (DCP), управление ключами (KDM)

«Cinelex»

Сайт: <http://cinelex.ru/>

Город: Москва

Основные направления деятельности:

монтаж кинокартин, трейлеров, музыкальных видеоклипов, рекламных роликов; компьютерная графика, цветокоррекция, дизайн проектов, звуковая студия

DCP24

Сайт: <https://www.dcp24.ru/>

Год основания: 2009

Город: Москва

Основные направления деятельности:

мастеринг фильмов для цифрового кинопоказа, тиражирование DCP, доставка копий в кинотеатры, изготовление KDM

«G-BRO» (ранее известная как «Cinematronic»)

Сайт: <http://cinematronic.ru>

Год основания: 2003

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

видеопроизводство (рекламные ролики, презентационные фильмы, музыкальное видео); многокамерная съемка, онлайн-видеотрансляции, аренда техники

Кинокомпания «ННГ»

Сайт: <http://www.hhg.ru/>

Год основания: 1998

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

коммерческое кино- и видеопроизводство, организация и проведение съемок, монтаж, продвижение фильмов, организация кинопоказов, поддержка студенческого кино, прокат съемочной техники, некоммерческая и арт-деятельность

ProDigi

Сайт: <http://www.prodigidcp.net/>

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

создание DCP пакетов (мастеринг), ремастеринг DCP, тиражирование DCP, изготовление роликов, трейлеров, конвертация различных видео форматов, изготовление ключей KDM, доставка контента, работа с «торрентами» (отслеживание появления фильма, блокировка), получение прокатного удостоверения

Студия «PS TVC»

Сайт: <http://pstvc.ru/>

Год основания: 1993

Город: Москва

Основные направления деятельности:

телевизионные рекламные ролики, музыкальные клипы, монтаж, кастинг, адаптация рекламных роликов, радиоролики, корпоративные фильмы, тиражирование, мультипликация, компьютерная графика, создание DVD-видео

Кинокомпания «RUmedia»

Год основания: 2006

Город: Москва

Основные направления деятельности:

полный цикл кинопроизводства и реализация проектов (телевизионные сериалы, художественные телевизионные фильмы, полнометражные художественные фильмы, рекламные и музыкальные видеоролики, телеконтент для цифровых и кабельных каналов). Услуги монтажно-тонировочного периода

«RussianFilmGroup» («RFG»)

Сайт: <http://www.russianfilmgroup.ru/>

Год основания: 2000

Город: Москва

Основные направления деятельности:

производство художественных и документальных фильмов, телевизионных программ и анимации, музыкальных клипов и рекламных роликов; оказание полного комплекса монтажно-тонировочных услуг (монтаж, компьютерная графика, озвучивание); дистрибьюция, приобретение и реализация прав на кино-, теле- и видеопroduкцию; информационная поддержка пиар-проектов

Кинокомпания «X-Ray»

Сайт: <http://www.xraycompany.ru/>

Год основания: 2009

Город: Москва

Основные направления деятельности:

предоставление полного комплекса услуг по обеспечению съемочного процесса; аренда и продажа оборудования

«АСТ» («Агентство съемочной техники Сергея Астахова»)

Сайт: <http://www.actfilm.ru/>

Год основания: 1999

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

аренда съемочного оборудования

ООО «Богдан и бригада»

Сайт: <http://www.bogdanibrigada.ru/>

Год основания: 2000

Город: Москва

Основные направления деятельности:

аренда съемочного оборудования, транспорта

«Интернешнл Муви Техник» (ИМТ)

Сайт: <http://www.imt-group.ru/>

Город: Москва

Основные направления деятельности:

аренда осветительной и операторской техники

Творческое объединение «Кинопрограмма XXI век»

Сайт: <http://www.kp21vek.ru/>

Год основания: 2000

Город: Москва

Основные направления деятельности:

кино- и видеопроизводство (художественные, документальные и презентационные фильмы, рекламные ролики); монтаж; аренда оборудования

Конвейер

Год основания: 2007

Город: Москва

Основные направления деятельности:

лаборатория обработки пленки, Digital Intermediate, тиражирование 35-мм копий, цифровой мастеринг и тиражирование (DCP)

Тон-студия «Миди Синема» (в составе Студии анимационного кино «Мельница»)

Сайт: <http://www.midicinema.ru/#>, <http://www.melnitsa.com>

Год основания: 1992

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

запись речи, шумов; монтаж фонов, создание и монтаж FX;
перезапись TV, перезапись кино и кодирование звука в системе
Dolby

ЗАО «Компания “Невафильм”»

Сайт: <http://www.nevafilm.ru>

Год основания: 1992

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

тон-студии в Санкт-Петербурге и Москве. Озвучивание,
дублирование на русский язык, сведение и кодирование фонограмм
Dolby, Atmos, Auro; производство цифровых копий фильмов,
мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP, управление
ключами воспроизведения фильмов

ООО «Рентакам»

Сайт: <http://www.rentacam.ru>

Год основания: 2004

Город: Москва

Основное направление деятельности:

аренда кинотехники

«СинеСофт»

Сайт: <http://www.cinesoft.ru>

Год основания: 2009

Город: Москва

Основные направления деятельности:

разработка программ для производства и распространения
медиаконтента

Кинокомпания «Студия ВЕК»

Сайт: <http://www.studiavek.ru/>

Год основания: 1994

Город: Санкт-Петербург

Основные направления деятельности:

производство и техническое обеспечение фильмов
(художественных, документальных, научно-популярных,
рекламных, телесериалов и т. п.)

Централ Партнершип Продакшн («НТВ кино»)

Сайт: <http://cp-pro.ru/>

Год основания: 2010

Город: Москва

Основные направления деятельности:

студия перезаписи (включая Dolby Atmos), речевое озвучивание,
шумовое оформление, монтаж, цветокоррекция, компьютерная
графика

ГЛАВА 5. КИНОПОКАЗ

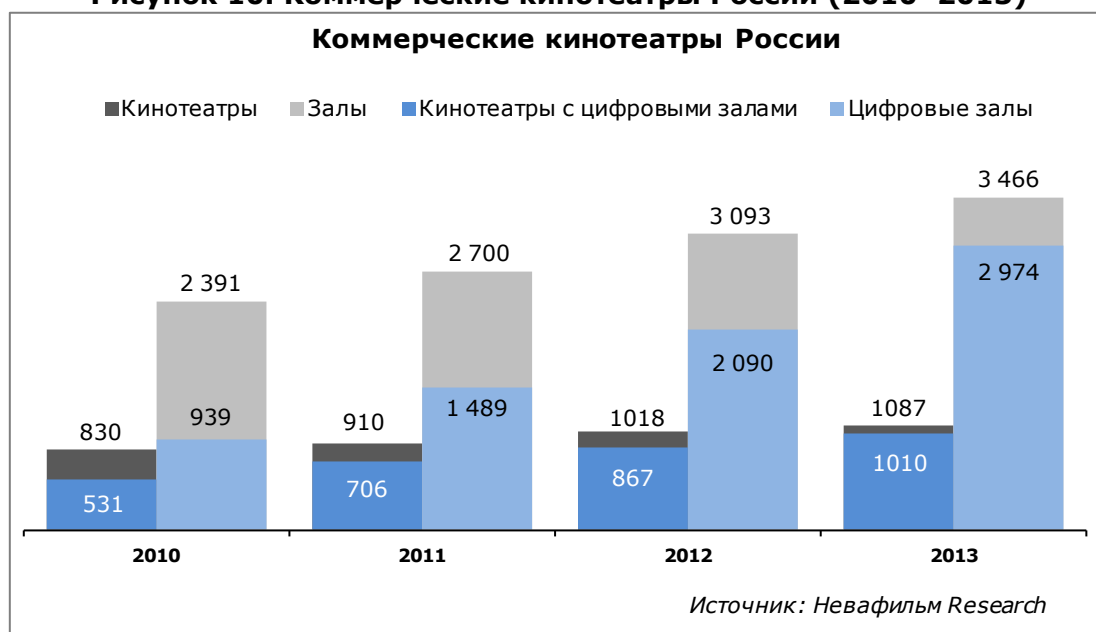
5.1. Структура отрасли

5.1.1. Современный рынок кинопоказа

До недавнего времени для описания кинотеатров, осуществляющих регулярный коммерческий кинопоказ в комфортабельном зале с многоканальным звуком, мы использовали термин «современные кинотеатры». Однако с развитием индустрии значение термина несколько размылось ввиду установки цифровых проекторов, например в ресторанах или закрытых клубах, и на первое место в определении кинотеатров, играющих реальную роль на отечественном рынке, вышла их направленность на получение основного дохода именно от кинопоказа. Термин «современный кинотеатр» был заменен на «коммерческий кинотеатр», а критерием отбора таких кинотеатров стало то, что основным источником дохода коммерческого кинотеатра должен являться кинопоказ, в отличие от, например, упомянутых ресторанов или сельских киноустановок с ценой билета в 10–20 руб.

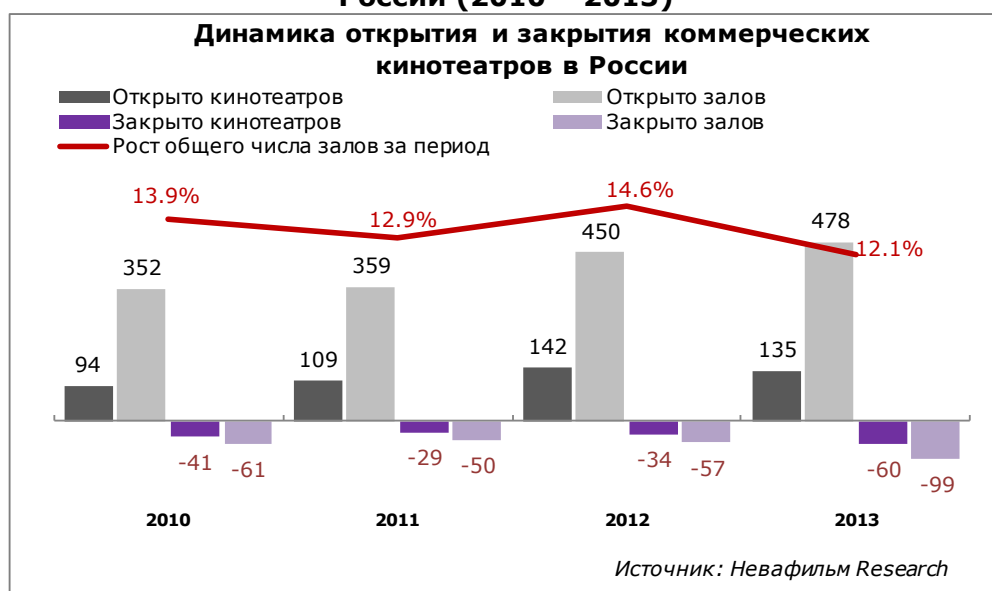
Рынок коммерческого кинопоказа в России продолжает расширяться. По данным Невафильм *Research*, на 1 января 2014 года в России насчитывалось 3466 коммерческих кинозалов в 1087 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 3,2). В 86% кинозалов установлено цифровое оборудование – 2974 экранов (в 1010 кинотеатрах – 93%), из них в 2488 залах есть возможность 3D-показа (84% цифровых залов).

Рисунок 10. Коммерческие кинотеатры России (2010–2013)



В последнее время в России число открывающихся кинозалов с каждым годом увеличивается, но при этом растет и количество закрытий, в результате чего темпы роста рынка замедляются. До кризиса 2008–2009 годов темпы роста составляли 20–30% в год, а сейчас они не превышают 12–15%, причем основная масса открытий традиционно приходится на вторую половину года.

Рисунок 11. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в России (2010 – 2013)



В число коммерческих кинотеатров не включены автокинотеатры. Этот сегмент рынка развивается в России с 2001 года, когда первый автокинотеатр «Фара» был открыт в Санкт-Петербурге. В настоящее время в стране насчитывается более десяти подобных площадок (автокинотеатры работают в Москве, Нижнем Новгороде, Перми, Набережных Челнах, Калининграде, Омске, Хабаровске, Самаре, Ижевске, Геленджике). Большинство из них оснащены видеопроекцией и работают только в летний период, представляя фильмы через несколько недель или месяцев после премьеры. Но есть кинотеатры, такие как «Ночной дозор» в Калининграде и «Автокинотеатр на Заимке» в Хабаровске, использующие высококачественное цифровое оборудование. В целом российские климатические условия препятствуют широкому распространению подобных кинозалов.

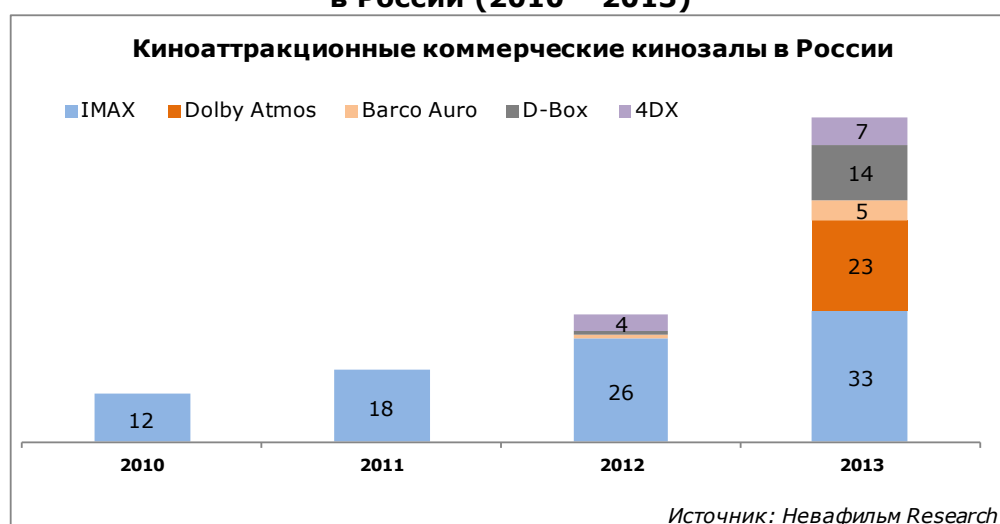
5.1.2. Киноаттракционные форматы

В последние годы в России активно растет сегмент киноаттракционных залов. Цифровые технологии позволили существенно расширить число залов IMAX: прежде всего, их распространению способствовало соглашение корпорации с лидером российского рынка киносетью «Синема парк», которая оборудовала подобными залами половину своих кинотеатров (16 из

30). С ростом инфраструктуры увеличивается и ассортимент фильмов: в первом полугодии 2014 года в российском прокате находилось 19 картин в формате IMAX; для сравнения: в течение всего 2012 года их вышло 22.

В 2012 году в стране появились первые кинозалы с эффектами движения (4DX, а в 2013-м – D-Box), а также со звуковыми системами Dolby Atmos и Barco Auro. В 2013 году в формате D-Box вышло 22 фильма, 4DX – 31, Dolby Atmos – 19, Barco Auro – 3. По итогам первого полугодия-2014 Atmos (установленный в сетях «Формула кино», «Люксор», «Синема стар» и в достаточно большом количестве независимых кинотеатров и других сетей) и D-Box (распространенный прежде всего в сетях «Киномакс», «Баргузин» и «Люксор») являются лидерами в своих сегментах аттракционного кинопоказа.

Рисунок 12. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в России (2010 – 2013)



5.1.3. Кинотеатры в торгово-развлекательных центрах

Традиционно ведущим сегментом рынка кинопоказа в России остаются залы в торгово-развлекательных центрах. Сегодня в них насчитывается 386 кинотеатров с 2188 залам – это 63,1% кинозалов страны (почти вдвое больше, чем в 2010 году). Большинство новых открываемых в стране киноэкранов обычно располагаются на территории ТРЦ; кроме того, сейчас в торгово-развлекательных центрах действуют практически все мультиплексы страны.

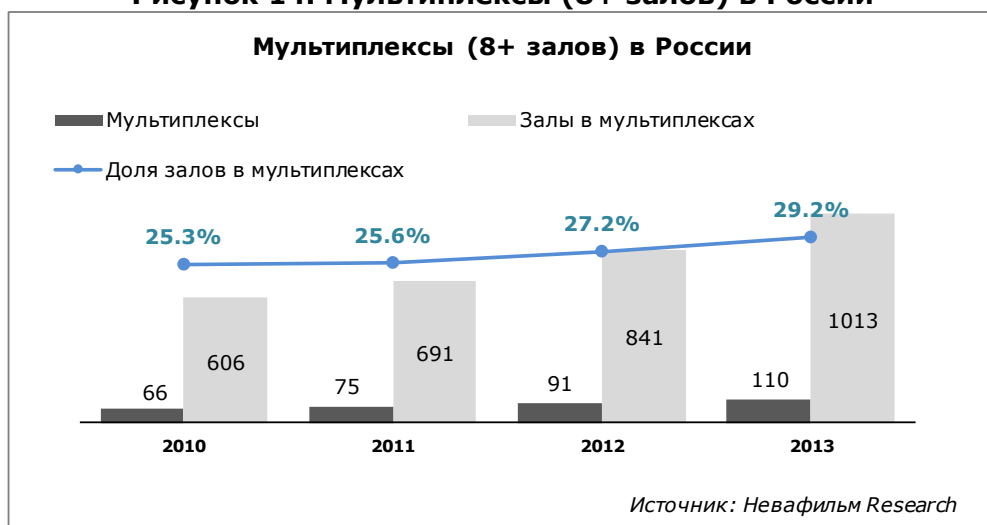
Рисунок 13. Кинотеатры и залы в ТРЦ (2010 – 2013)



5.1.4. Число залов в кинотеатрах, мультиплексы

Доля залов в мультиплексах в общем числе коммерческих кинозалов России с 2010 года выросла на 4 п. п., составив на 1 января 2014 года 29%. Причем в 2014-м в России появились первые мегаплексы: 22-зальным стал «Киноцентр на Красной Пресне» в Москве, а уже во втором полугодии на окраине столицы появился мегаплекс «Каро 22». Отметим также, что в конце года в центральной гостинице «Four Seasons» открывается первый VIP-мегаплекс России: в нем будет не менее 16 залов, 10 из которых оснащены звуковыми системами Dolby Atmos. Тем не менее рост доли мультиплексов в России достаточно медленный, что связано уравниванием немногочисленных открытий многозальных площадок, которые переходят в статус коммерческих кинотеатров благодаря установке цифрового оборудования.

Рисунок 14. Мультиплексы (8+ залов) в России



Наиболее популярными среди кинотеатров России являются сразу несколько форматов по числу залов: на одно-, двух-, четырех-, шести- и восьмизальники приходится от 10% до 13% залов. Примечательно, что форматы с нечетным количеством залов пользуются у кинопоказчиков гораздо меньшей популярностью, чем с четным, и исключение составляет лишь формат однозальника. Если рассматривать группы кинотеатров по количеству залов, то наибольшее число российских кинозалов расположено в миниплексах (кинотеатры с 2–7 киноэкранами) – 59% кинозалов и 52% кинотеатров.

Таблица 17. Распределение современных кинотеатров России по количеству залов на 1 января 2014 года

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву кинотеатров	Доля рынка по кол-ву залов
1-зальные	409	409	37,6%	11,8%
2 зала	217	434	20,0%	12,5%
3 зала	91	273	8,4%	7,9%
4 зала	101	404	9,3%	11,7%
5 залов	59	295	5,4%	8,5%
6 залов	62	372	5,7%	10,7%
7 залов	38	266	3,5%	7,7%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	568	2044	52,3%	59,0%
8 залов	52	416	4,8%	12,0%
9 залов	26	234	2,4%	6,8%
10 залов	15	150	1,4%	4,3%
11 залов	8	88	0,7%	2,5%
12 залов	3	36	0,3%	1,0%
13 залов	2	26	0,2%	0,8%
14 залов	2	28	0,2%	0,8%
15 залов	1	15	0,1%	0,4%
20 залов	1	20	0,1%	0,6%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	110	1013	10,1%	29,2%
Всего в России	1087	3466	100,0%	100,0%

Источник: Невафильм Research

География распространения мультиплексов постоянно расширяется. К началу 2014 года мультиплексы действуют в 33 городах России. Они открываются не только в городах с численностью населения более 500 тыс. чел., но и в меньших населенных пунктах (хотя таких немного – всего 2% от числа всех городов численностью населения меньше 500 тыс.), где присутствует коммерческий кинопоказ. При этом лишь в одном из 15 городов-миллионников России – Волгограде – на данный момент нет мультиплексов: в восьмизальнике «Синема парк», открытом в 2008 году, два зала были объединены в один зал IMAX в 2011-м. Лидерами по доле залов в мультиплексах среди всех городских

экранов в начале 2014 года стали Челябинск (67%), Новосибирск (63%) и Самара (61%). В то же время крупнейшие города – Москва и Санкт-Петербург – по данному показателю находятся на 9-м и 11-м местах соответственно.

5.1.5. Обеспеченность населения кинопоказом

К 2014 году число населенных пунктов, оснащенных коммерческими кинотеатрами, достигло 468 (в конце 2012 было 437). Плотность экранов на 100 тыс. жит. населенных пунктов с численностью более 10 тыс. чел. составила 3,3 кинозала. При этом на все население страны приходится 2,4 коммерческих залов на 100 тыс. жит.; в 2012-м этот уровень составлял 2,2.

Таблица 18. Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами на 1 января 2014 года

Группы населенных пунктов по численности населения*	Доля населенных пунктов, имеющих коммерческие кинотеатры	Доля населения, охваченного коммерческим кинопоказом	Кино-театров	Кино-залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит. в населенных пунктах с кинотеатрами
более 1 млн чел.	100,0%	99,9%	314	1 618	292	1 382	4,83
500 тыс. – 1 млн чел.	100,0%	100,0%	129	506	124	410	4,01
250–500 тыс. чел.	95,1%	95,0%	157	519	152	461	3,89
100–250 тыс. чел.	87,2%	89,0%	148	352	140	312	2,82
10–100 тыс. чел.	28,6%	45,3%	313	444	280	386	3,41
Всего в населенных пунктах с кинотеатрами	37,9%	82,5%	1 061	3439	988	2 951	4,05
Всего в населенных пунктах с числом жит. более 10 тыс.							3,34

* В таблице не учтены кинотеатры и кинозалы, расположенные в населенных пунктах с населением менее 10 тыс. жит.: 27 залов в 26 кинотеатрах 26 населенных пунктов.

Источник: Невафильм Research

Современные кинотеатры есть во всех городах с численностью населения более 500 тыс. чел. В городах с населением от 250 до 500 тыс. жит. ситуация близка к насыщению – в 95% городов имеются современные кинотеатры, так же как и в городах 100-250 тыс. жит. (87%). Самым же неосвоенным сегментом кинорынка в России остаются города с населением менее 100 тыс. жит., более 70% из которых до сих пор не имеют современных кинотеатров, поскольку частному бизнесу здесь нелегко окупить свои инвестиции самостоятельно. Однако в последнее время муниципальные власти в отдельных регионах (например, в Краснодарском крае) выделяют средства на приобретение цифровых проекторов для кинозалов в малых городах и селах, что способствует расширению данного сегмента рынка.

Среди городов-миллионников наиболее обеспеченными кинопоказом сегодня являются Екатеринбург и Санкт-Петербург, где плотность экранов на 100 тыс. жит. почти в 1,5 раза выше, чем в столице (Московском регионе). Отметим, что в Петербурге плотность экранов резко увеличилась в 2013 году, когда здесь наблюдался всплеск открытий торгово-развлекательных центров с кинотеатрами.

Таблица 19. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жит. (на 01.01.2014, Московский регион = 100%)

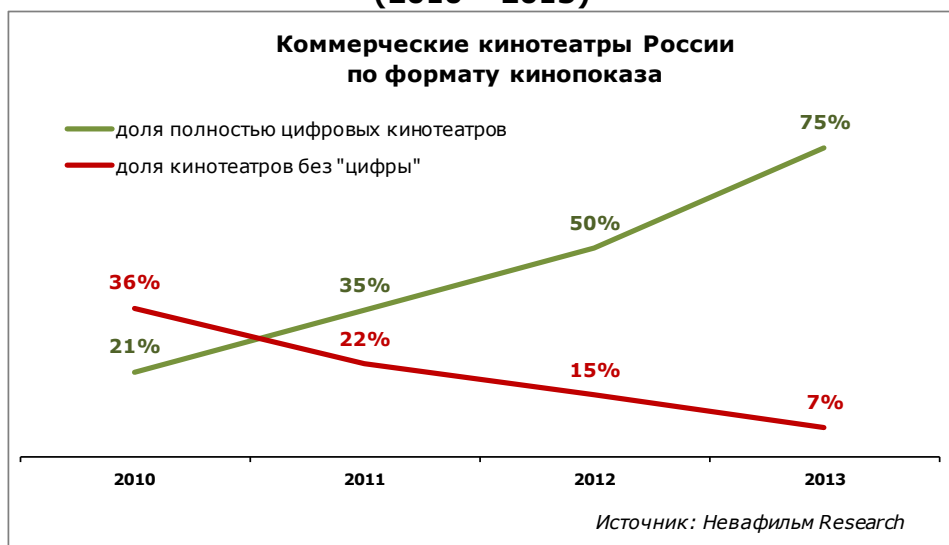
Место 01.01.14	Место 01.01.13	Город	Численность населения (тыс. чел.)	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.	% от уровня Московского региона
1	1	Екатеринбург	1 396	18	95	6,8	151%
2	5	Санкт-Петербург	5 028	59	318	6,3	141%
3	2	Казань	1 176	11	60	5,1	113%
4	10	Уфа	1 078	10	54	5,0	111%
5	9	Омск	1 161	12	58	5,0	111%
6	3	Новосибирск	1 524	13	76	5,0	111%
7	4	Воронеж	1 004	8	48	4,8	106%
8	11	Самара	1 172	8	54	4,6	102%
9	7	Московский регион	13 410	121	603	4,5	100%
10	6	Ростов-на-Дону	1 104	9	47	4,3	95%
11	8	Челябинск	1 156	10	49	4,2	94%
12	12	Нижний Новгород	1 260	13	51	4,0	90%
13	14	Волгоград	1 019	8	39	3,8	85%
14	15	Красноярск	1 016	8	34	3,3	74%
15	13	Пермь	1 014	6	32	3,2	70%

Источник: Невафильм Research

5.1.6. Цифровой кинопоказ

Цифровизация кинозалов в России подходит к концу. Число кинотеатров, где в каждом зале есть цифровой проектор, к 1 января 2014 достигло 812, а число кинозалов в таких кинотеатрах – 2380. Таким образом, полностью цифровыми являются уже 75% российских коммерческих киноплощадок. В то же время в стране еще остаются кинотеатры, где нет ни одного цифрового зала: сейчас их 77 (97 залов), что составляет 7% коммерческих кинотеатров.

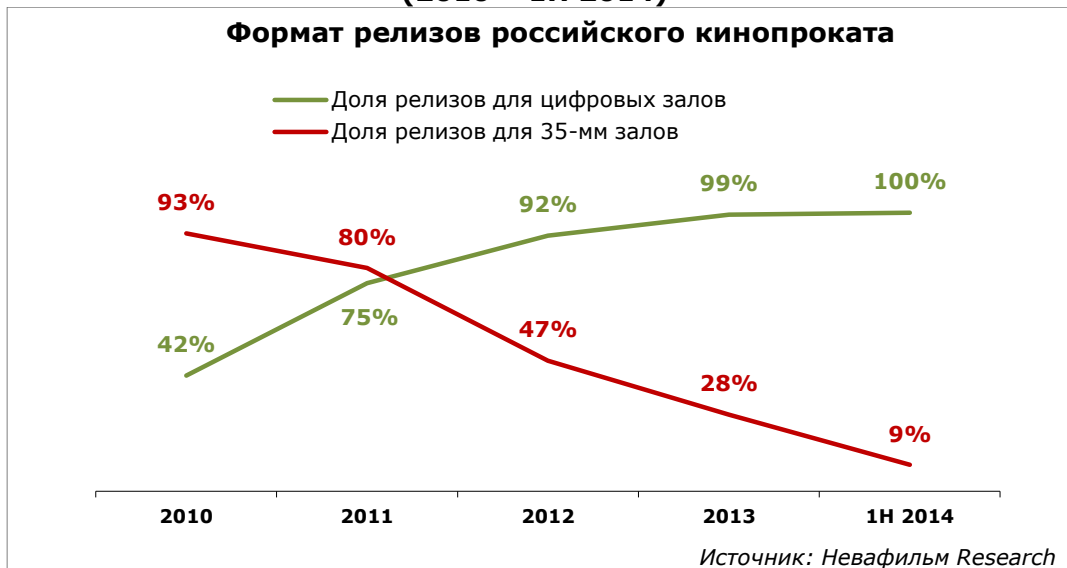
Рисунок 15. Коммерческие кинотеатры России по формату кинопоказа (2010 – 2013)



Основным стимулом для полной оцифровки кинотеатров является отказ дистрибьюторов от выпуска фильмов на пленке. Между тем в 2014-м 35-мм копии еще продолжают выходить: в первом полугодии 19 релизов (9%) имели небольшой пленочный тираж (в среднем 120 копий; при общем среднем числе экранов, на которых выходили эти фильмы, – 940); в основном это российские картины и фильмы независимых прокатчиков. Ряд крупных отечественных проектов заявлены к выпуску на пленке до начала 2015 года.

Мейджоры же уже отказались от пленки: первой – еще в середине 2013-го – 35-мм прокат прекратила студия «Paramount» (после «Войны миров Z»); затем «Universal» (после фильма «Армагеддец»); «Холодное сердце» и «Капитан Филлипс» стали последними пленочными релизами в России у WDSSPR; «Хоббит: Пустошь Смауга» – у «Warner Bros.»; наконец, с февраля 2014-го на цифровой показ полностью перешла студия «20th Century Fox» (после «Невероятной жизни Уолтера Митти» и «Я, Франкенштейн»).

Рисунок 16. Релизы российского кинопроката по формату (2010 – 1Н 2014)



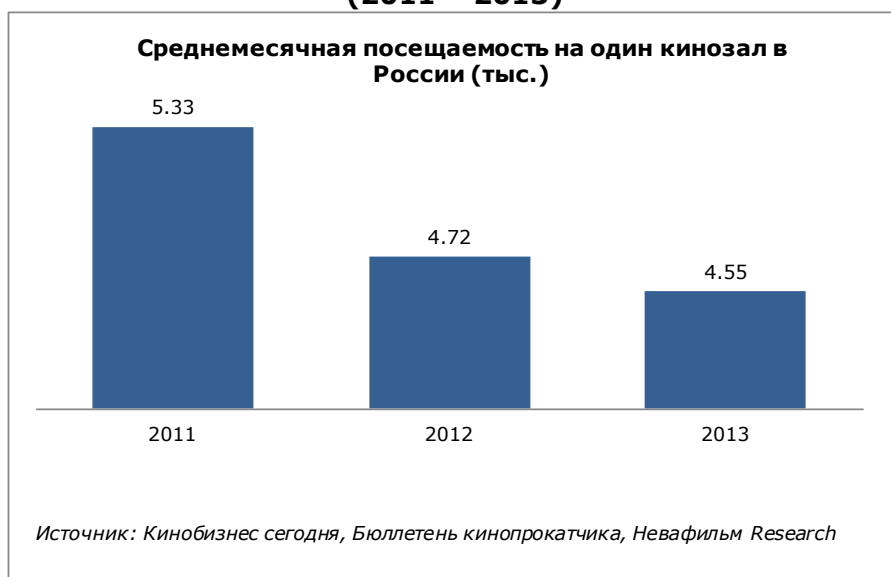
Таким образом, у кинотеатров просто не остается иного варианта, как оцифровываться. При этом весной 2014 года некоторые сети, под управлением которых находится большое количество пленочных залов, стали искать варианты перехода на электронный формат кинопоказа: в частности, «Премьер-кинопрокат» (дистрибьюторское подразделение крупнейшего объединения кинотеатров «Премьер-зал») рассматривало вариант расширения этого направления по своим фильмам, а также по картинам других прокатчиков, но в рамках своей сети. Однако к настоящему моменту можно говорить о крахе этой идеи. Опрос независимых компаний, до сих пор практикующих реализацию прав на публичный видеопозказ в России, проведенный Невафильм Research летом 2014 года, показал, что расширения этой практики опрошенные компании в последнее время не замечают и даже строят планы по уходу от нее в связи с низкой защищенностью контента на электронных носителях.

5.1.7. Сборы и посещаемость на один зал

Рост числа кинозалов, посещаемости, а вместе с ними и кассы в России, являются признаками развивающейся отрасли. Однако в условиях, когда эффект от открытия каждого нового зала перемещается от расширения рынка в сторону каннибализации доходов уже существующих кинотеатров, конъюнктура рынка становится все более недружелюбной по отношению к отдельным его игрокам. Так среднемесячная посещаемость на один зал⁶² в 2011 году находилась на уровне 5,3 тыс., а в 2013 году составила 4,55 тыс., что на 15% меньше уровня 2011 года.

⁶² Для расчета средних посещаемости и кассового сбора на один кинозал используется среднее число залов, действующих в рассматриваемый период.

Рисунок 17. Среднемесячная посещаемость на один кинозал в России (2011 – 2013)



Среднемесячный сбор на один зал, на первый взгляд, претерпел гораздо меньшее падение за счет роста цены билета – всего на 4% (с 1,13 до 1,09 млн руб.). В то же время, сравнивая дисконтированные среднемесячные кассовые сборы на один кинозал, можно заметить, что их падение оказалось очень близко к падению среднемесячной посещаемости на один зал: с 1,37 млн руб. в 2011 году (в ценах декабря 2013 года) до 1,12 млн руб. (в тех же ценах) в 2013-м, то есть на 14%.

Рисунок 18. Среднемесячные кассовые сборы на один кинозал в России (2011 – 2013)



5.2. Основные игроки

Российский рынок кинопоказа достаточно сильно фрагментирован. На нем действует более 550 игроков, среди них сетевые составляют 17%: 96 киносетей, в том числе 26 федеральных (управляющих кинотеатрами в нескольких федеральных округах), 16 региональных (действующих на территории нескольких регионов, но в одном федеральном округе) и 54 местных (действующих в рамках одного региона) сетей. На рынке 457 независимых кинотеатров.

Федеральные киносети являются доминирующей силой на рынке коммерческого кинопоказа в России (управляют 53% экранов страны). 27% кинозалов управляются независимыми игроками рынка. При этом местные сети (и особенно независимые кинотеатры) пока отстают по степени оснащения цифровым кинопоказом от более крупных, в которых переход на новые технологии уже практически завершен.

Примечательно, что существуют четкие и значительные различия в среднем числе залов на кинотеатр в зависимости от типа оператора: так, для федеральных сетей среднее число залов составляет 4,83 зала, для региональных – 4,2, а для местных сетей и независимых игроков – 2,24 и 2,05 зала соответственно. Впрочем, в российском кинопоказе наблюдаются поглощения и слияния (как уже произошедшие, так и будущие), что может привести помимо уменьшения числа игроков к снижению среднего числа залов на кинотеатр в крупных сетях.

Таблица 20. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 1 января 2014 года

Тип оператора	Кол-во операторов	Кол-во кинотеатров		Доля кинотеатров с цифр. залами	Кол-во залов		Доля цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов	Среднее число залов на кинотеатр
		Всего	С цифр. залами		Всего	Цифр.			
Федеральные сети	26	383	376	98,2%	1849	1570	84,9%	53,3%	4,83
Региональные сети	16	65	63	96,9%	273	246	90,1%	7,9%	4,20
Местные сети	54	182	167	91,8%	408	345	84,6%	11,8%	2,24
Независимые кинотеатры	457	457	404	88,4%	936	813	86,9%	27,0%	2,05
Всего в России	553	1087	1010	92,9%	3466	2974	85,8%	100,0%	3,19

Источник: Невафильм Research

В рейтинге ведущих российских сетей лидирующие позиции стабильно занимают крупнейшие федеральные киносети: «Синема парк», «Формула кино», «Каро фильм», «Киномакс», «Люксор», «Премьер-зал», «Синема стар», и «Монитор». На долю трех крупнейших киносетей приходится 20% залов России, десятка контролирует 43%, а 50% залов приходится на 17 операторов.

В то же время не все компании, входящие в десятку лидеров, являются равнозначными по силе игроками рынка: часть из них берет на себя обязанности репертуарного планирования для небольших независимых площадок в регионах и (или) для управления ими, не становясь при этом их владельцами. Крупнейшими компаниями такого рода являются «Премьер-зал» (101 зал на управлении), «Киноформат» (54 зала) и «Монитор» (11 залов). Таким образом, при учете только собственных кинотеатров из десятки лидеров выпадают «Премьер-зал» и «Киноформат», но входят «5 звезд» и «Мираж синема».

Таблица 21. Крупнейшие сети кинотеатров России на 1 января 2014 года

№	Название сети	Центральный офис	Включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании					Только собственные кинотеатры		
			Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во цифр. кинотеатров	Кол-во цифр. залов	Доля рынка	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка
1	Синема Парк	Москва	30	281	30	281	8,1%	30	281	8,1%
2	Формула Кино	Москва	35	249	35	207	7,2%	35	249	7,2%
3	Каро фильм	Москва	29	192	29	192	5,5%	29	192	5,5%
4	Киномакс	Москва	29	171	28	100	4,9%	24	153	4,4%
5	Люксор	Москва	20	136	20	124	3,9%	20	136	3,9%
6	Премьер-зал	Екатеринбург	88	125	84	115	3,6%	6	24	0,7%
7	Синема стар	Москва	20	100	20	80	2,9%	20	100	2,9%
8	Монитор	Краснодар	23	88	23	75	2,5%	19	77	2,2%
9	Киноформат	Москва	12	66	12	43	1,9%	4	12	0,3%
10	5 звезд	Москва	11	66	11	66	1,9%	11	66	1,9%
11	Мираж синема	С.-Петербург	10	62	10	62	1,8%	10	62	1,8%
12	Гранд Синема	Москва	9	48	9	36	1,4%	9	48	1,4%
13	Mori Cinema	Москва	7	48	7	38	1,4%	7	48	1,4%
14	Киноплекс	Москва	7	46	7	12	1,3%	7	46	1,3%
15	Синема 5	Чебоксары	5	30	5	30	0,9%	5	30	0,9%
16	Баргузин	Иркутск	7	28	7	23	0,8%	7	28	0,8%
17	Арт Сайнс Синема Дистрибьюшн	Новосибирск	10	27	9	14	0,8%	10	27	0,8%
18	Кубанькино	Краснодар	22	26	22	25	0,8%	22	26	0,8%
19	Империя Грез	Н. Новгород	7	26	7	24	0,8%	6	21	0,6%
20	КиноСити	Москва	4	26	4	26	0,8%	4	26	0,8%

Источник: Невафильм Research

Рисунок 19. Концентрация рынка кинопоказа в России (три крупнейших киносети на основе числа проданных за год кинобилетов), 2010–2013 годы



По числу проданных кинобилетов лидерами рынка, начиная с 2012 года, остаются «Синема парк», «Формула кино» и «Каро фильм», вместе собирающие в своих кинозалах порядка 24% годового числа зрителей России. Показатель концентрации в сфере кинопоказа снизился в 2013 году на 2 п. п. по сравнению с 2012 годом, однако остался выше показателя 2010 года (21%), обусловившего концентрацию рынка до двух крупнейших слияний сетевых игроков – «KinoStar» с «Синема парком» и «Кронверк синема» с «Формулой кино».

5.3. Основные тенденции и перспективы развития

- Главной тенденцией, доминировавшей на российском рынке в течение последних пяти лет, был переход к цифровому кинопоказу. Сейчас он подошел к заключительной стадии: в начале 2014 года 93% кинотеатров страны имеют цифровые залы, причем 75% – полностью цифровые. В 2014 году массовый переход закончится. Причем отечественные показчики обошлись без масштабной помощи дистрибьюторов (договоры по схемам типа VPF смогли заключить лишь крупнейшие киносети, не афишировавшие эти сделки). Оставшиеся «за бортом» площадки, вероятнее всего, какое-то время смогут существовать, показывая публичное видео с детскими, архивными и артхаусными проектами, а также 35-мм копии из региональных фильмофондов. Однако отказ дистрибьюторов от незащищенного формата электронного кинопоказа не за горами. Таким образом, уже к середине 2015-го все нецифровые кинотеатры либо будут закрыты, либо потеряют статус коммерческих, полностью перейдя на показ фильмов из архивов фильмофондов, либо все же установят оборудование для цифрового показа, в том числе за счет муниципальных бюджетов;

- Участие муниципальных властей в оцифровке залов в малых городах и даже сельских поселений – эта тенденция проявилась в 2013 году и, вероятнее всего, продолжится до конца 2015-го, но не будет носить массовый характер из-за бюджетных проблем во многих регионах страны. Пока же расширение инфраструктуры кинопоказа в России идет в двух направлениях: цифровизация домов культуры малых городов и открытие сетевых площадок в торгово-развлекательных центрах;
- При этом малые города (с населением менее 100 тыс. жит.) остаются основным потенциалом расширения российской киносети: более 70% их населения не имеет сегодня доступа к услугам кинопоказа. В то же время вложения в постройку кинотеатров на этой территории малорентабельны, хотя в стране не перестают появляться проекты подобных сетевых кинозалов (впрочем, до сих пор ни один из них не был воплощен в жизнь);
- Рост рынка происходит сейчас за счет городов более крупных, причем в условиях санкций и экономической напряженности инвесторы выбирают менее рискованные варианты столичных рынков, где выше доходы населения и более развито кинопотребление: в 2013 году большая часть открывающихся многозальных ТРЦ пришлась на Санкт-Петербург;
- В результате перенасыщенности рынков крупных городов в России увеличивается число закрывающихся кинотеатров, что способствует снижению темпов роста киносети в целом. А неуклонное снижение средних кассовых сборов на кинозал сигнализирует о том, что на рынке кинопоказа наступает стадия интенсивного развития, когда возможностей для расширения остается все меньше и все больший упор собственники и управляющие кинотеатров вынуждены делать на снижение издержек – в противовес стадии экстенсивного развития, которая длилась с появления первого коммерческого кинозала в России в 1996 году и характеризовалась очень высокими темпами увеличения их числа;
- Игроки на конкурентных рынках чувствуют отток зрителей от своих площадок и стараются привлечь их внимание, предлагая новые интересные концепции залов. Так, в 2012–2014 годах в России стали распространяться не только технологии IMAX, 4DX, D-Box, Augo и Atmos, но и залы повышенной комфортности со стандартизованными концепциями – в рамках сетевых компаний (например, залы Relax и Jolly – две различных VIP-концепции сети «Синема парк»; VIP-мегаплекс «Москва»), а также другие специализированные проекты (скажем, детские залы «Мувик» в сети «Формула кино» или залы, специализирующиеся на артхаусных фильмах, – например, в сети «Мираж синема»). Такое сегментирование будет в

- ближайшие годы усиливаться, помогая однозначно выделять кинотеатры и сети на фоне их конкурентов;
- В рамках усиления борьбы за зрителя, а также с целью сокращения своих затрат на персонал кинотеатры развивают альтернативные способы продажи кинобилетов. Автоматизация этого процесса уже не ограничивается установкой билетных автоматов в фойе кинотеатров или на нижних этажах торговых центров. Билеты продаются онлайн: в 2012 году не только сайты самих кинотеатров, но и интернет-сайты, посвященные кино в целом (такие, как Кинопоиск и Афиша), стали предлагать своим пользователям купить билет в ближайший кинотеатр на заинтересовавший их фильм. Крупнейшими операторами услуг продажи билетов в России являются «Рамблер-касса» и «Киноход» (их «движки» встроены в большинство сайтов о кино в России, включая крупнейший поисковик «Яндекс» – с сентября 2014 года). По итогам 2013 года, доля проданных через Интернет кинобилетов составила 4,8% (оценка Невафильм *Research*);
 - Другим следствием насыщенности рынков большинства крупных городов становится избирательность крупных федеральных игроков – на фоне обострившейся экономической и политической обстановки – при открытии своих залов в новых ТРЦ, в результате чего девелоперы таких проектов вынуждены все чаще сами становиться операторами кинопоказа. С другой стороны, крупные непрофильные инвестиции, которые поступили на кинорынок к 2012 году (напомним, что в число владельцев сетей «Каро фильм» и «Формула кино» входят инвестиционные фонды), требуют продолжения расширения киносетей с целью их более выгодной продажи в будущем. В этих условиях участились сделки по слиянию и поглощению крупных компаний (приобретение сети «KinoStar» «Синема парком» и «Формулы кино» «Кронверк синема»; весной 2014-го в прессе также были опубликованы планы по продаже сетей «Синема парк» и «Формулы кино»; а в ноябре было объявлено о продаже лидера российскокого рынка – сети «Синема парк» – ее владельцем «Интерросом» структурам сенатора Сулеймана Керимова). Несмотря на это, уровень концентрации в руках трех первых компаний по числу кинобилетов в 2013 году впервые снизился – причина тому в росте посещаемости в регионах, где эти сети представлены меньше. Вероятно, дальнейшее укоренение лидеров позволит отыграть число продаваемых ими кинобилетов у рынка регионального, однако укрепление последнего все более очевидно.

ГЛАВА 6. КИНОДИСТРИБЬЮЦИЯ

6.1. Структура отрасли

6.1.1. Методологические аспекты измерения рынка кинопроката в России

В данном разделе представлен анализ рынка кинотеатрального проката в России начиная с 2011 года – именно с этого момента статистика представлена не по прокатным, а по календарным годам, что упрощает сравнение между периодами.⁶³

Источниками данных о результатах проката фильмов на территории стран СНГ (без учета Украины) являются издания «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», а также системы учета данных по кинотеатрам от компании «Rentrak» и ЕАИС. Дополняющие друг друга списки фильмов объединены; при расхождении значений по числу копий, кассовым сборам и числу проданных кинобилетов в расчет берется максимальное значение по каждому фильму.

Специалисты Невафильм *Research* производят оценку показателей *российского* кинопроката относительно кассовых сборов и посещаемости по СНГ (без учета Украины), которые публикуют отраслевые издания. Эти проценты устанавливаются на основе информации, полученной от крупнейших дистрибьюторов России, оценивающих среднюю долю, приходящуюся на выпущенные ими в российский прокат фильмы (за вычетом стран СНГ, помимо Украины). В рассматриваемом периоде эти показатели составили следующие величины:

Таблица 22. Оценка кассовых сборов и посещаемости российских кинотеатров (процент от данных по СНГ (без Украины), публикуемых отраслевыми изданиями)

Год	Оценка кассовых сборов	Оценка посещаемости	Рассчитано по данным дистрибьюторов
2011	94,7%	92,4%	WDSРR, «Двадцатый век Фокс – СНГ», «Каро», UPI, «Вест», «Каскад» и «Вольга»
2012	95,5%	91,4%	WDSРR, «Централ Партнершип» «Двадцатый век Фокс – СНГ», «Каро», UPI, «Вольга» и «Каскад»
2013	94,6%	92,1%	WDSРR, «Двадцатый век Фокс – СНГ», «Каро», UPI и «Вольга»
1Н 2014	93,9%	91,6%	WDSSPР, «Централ Партнершип», «Двадцатый век Фокс – СНГ», UPI, «Вольга» и «Экспонента»

Источник: Невафильм *Research*

⁶³ Подробнее о «прокатном годе», а также о проблемах сбора статистики по кинотеатральному прокату в России см. в отчете «Киноиндустрия Российской Федерации-2012»: <http://publi.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+Film+Industry+2012+Nevafilm+RU.pdf/3bf9c019-2820-470d-9afb-e182659f0c57>.

При этом анализ результатов проката отдельных фильмов, а также групп фильмов по странам производства сделан на основе совокупных, а не только российских данных.

Показатели кассовых сборов и посещаемости подсчитаны без учета результатов проката креативного контента, которым в данном исследовании считаются оперные и балетные постановки, фильмы-концерты, документальные и научно-популярные фильмы (включая IMAX), образовательные программы, сериалы, короткометражные сборники и прямые трансляции в кинотеатрах.

Кроме того, в общий анализ не включены региональные фильмы: под этим подразумеваются картины, которые производятся в субъектах федерации при поддержке региональных властей или без нее, иногда на национальном языке субъекта федерации, и демонстрируются чаще всего в кинотеатрах только этого региона. Данный сегмент рынка был исследован впервые – он не входит в зону покрытия статистикой российских отраслевых журналов и компании «Rentrak», а в ЕАИС, до сих пор не имеющей 100% охвата кинотеатров, он отражается лишь частично.

Анализу проката креативного контента и регионального кино посвящены отдельные параграфы данной главы.

6.1.2. Объемы рынка кинопроката в России

За последние три года произошел резкий рост количества фильмов, ежегодно выпускаемых на экраны российских кинозалов. Если в 2011 году количество релизов составило 332 фильма (всего 354 фильма находилось в прокате, включая релизы прошлых лет), то в 2013 – уже 429 (491 фильм в прокате), что на 29% больше. Однако в первом полугодии 2014-го количество релизов оказалось меньше, чем за аналогичный период 2013-го: 198 релизов (220 фильмов в прокате) против 208 (всего в прокате – 242). Такой резкий рост связан с развитием цифрового кинопоказа, а стагнация в 2014 году – с завершением перехода к нему. Судя по всему, резерв возможностей расширения общероссийской киноафиши за счет дешевизны цифрового проката на сегодня исчерпан.

Рисунок 20. Количество релизов и фильмов в российском прокате (2011 – 1Н 2014)



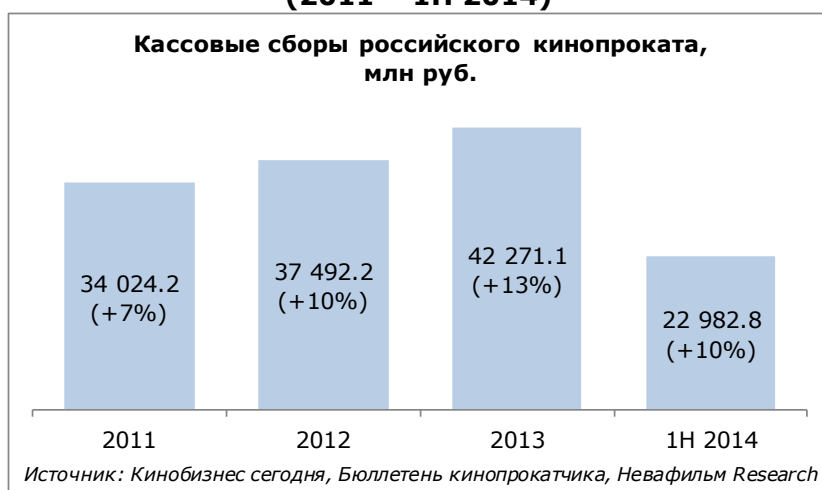
В то же время стагнация расширения общероссийской киноафиши положительно сказалась на средних сроках проката фильмов на большом экране. Растущее число релизов привело к снижению этого времени с 46 дней в 2011 году до 35 в 2013, однако в 2014-м оно снова выросло – до 39 дней. Это также является свидетельством более зрелого рынка, на котором кинотеатры стремятся привлечь внимание более взрослой публики, которая не спешит прийти в кино на очередную премьеру и больше подвержена влиянию «сарафанного радио».

Рисунок 21. Среднее число дней, которые фильм находился в прокате (2011 – 1Н 2014)



Кассовые сборы российского кинопроката растут стабильно: на 10–13% в год: в 2011-м сборы составили 34 млрд руб., а в 2013-м – уже 42 млрд руб. По итогам первого полугодия 2014-го касса достигла 23 млрд руб. (на 10% больше, чем в первом полугодии 2013-го), что свидетельствует о том, что 2014 год может поставить очередной рекорд.

Рисунок 22. Кассовые сборы российского кинопроката (2011 – 1Н 2014)



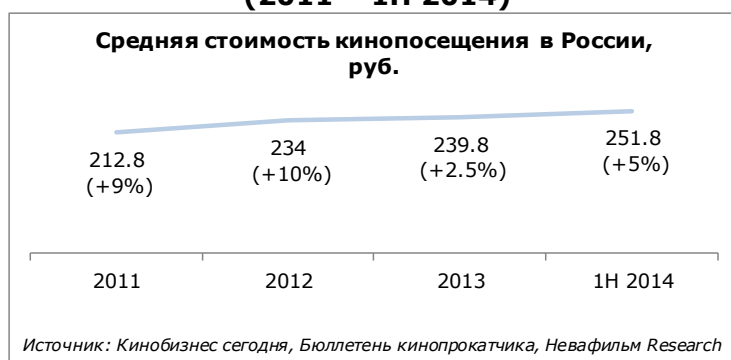
В то же время посещаемость кинозалов растет не так стабильно и в целом медленнее кассы: в то время как общий сбор в 2013 году оказался выше 2011-го на 24,2%, посещаемость выросла всего на 10,2% (со 160 млн билетов в 2011 году до 176 млн в 2013-м), причем рост целиком пришелся на 2013 год. Первое полугодие 2014-го также показало 6%-й рост посещаемости к первому полугодию 2013-го – до 91 млн билетов.

Рисунок 23. Посещаемость кинотеатров в России (2011 – 1Н 2014)



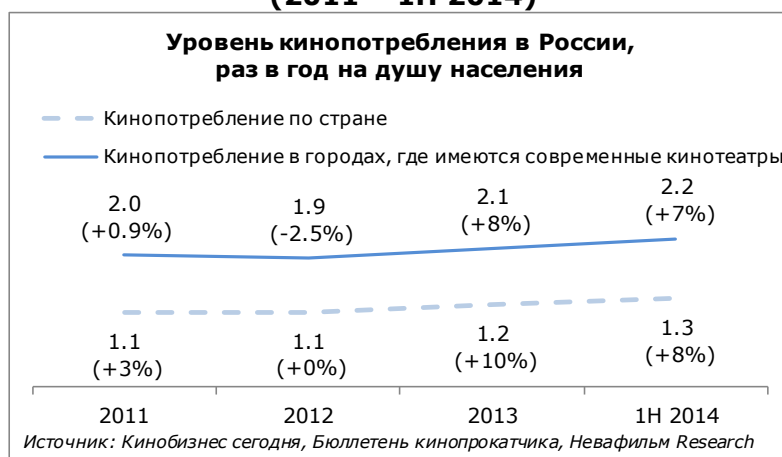
Различия в темпах роста кассы и посещаемости объясняются ценовыми колебаниями: несмотря на то что цена растет постоянно, рост этот может быть как значительным (+10% в 2012 году), так и невысоким и даже ниже уровня инфляции в стране (+2,4% в 2013-м). В первом полугодии 2014-го средняя цена билета также выросла – до 252 руб. (+5% к уровню цены 2013 года).

Рисунок 24. Средняя стоимость кинопосещения в России (2011 – 1Н 2014)



Уровень кинопотребления в России продолжает увеличиваться: в целом по стране он вырос с 1,1 посещения на душу населения в год в 2011-м до 1,3 – в 2014-м; а по городам, где имеются коммерческие кинотеатры, – с 2,0 до 2,2, соответственно.⁶⁴ При этом нельзя не отметить снижение кинопотребления в России по итогам 2012 года, связанное, на наш взгляд, с высокими ценами на кинобилеты: в 2011–2012 годах они поднимались быстрее инфляции (на 10–11% при росте потребительских цен на 6–7%). Подтверждением этого является и восстановление роста кинопотребления при замедлении роста цены в 2013–2014 годах.

Рисунок 25. Уровень кинопотребления среди россиян (2011 – 1Н 2014)



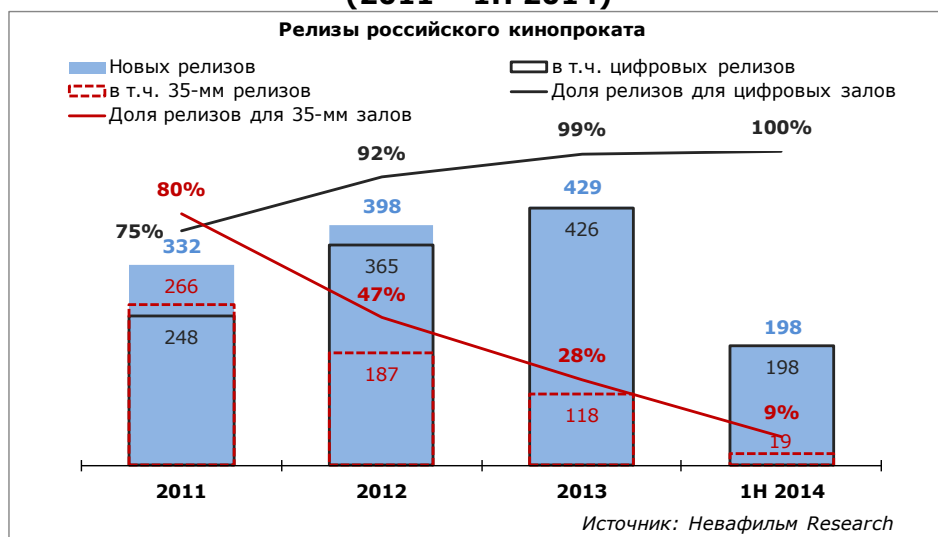
6.1.3. Формат кинопроката

Переход на цифровые технологии являлся главным трендом последних лет в российском кинопрокате и на текущий момент достиг своей заключительной фазы: все 198 релизов 2014 года прокатывались в цифровом формате и лишь 19 релизов (9% от их

⁶⁴ Для сравнения: по данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, в 2013 году в Евросоюзе уровень кинопотребления составил 1,8 раза в год на душу населения; во Франции – 2,9; в Германии – 1,6; в Великобритании – 2,6; а в Северной Америке – 4 раза в год.

числа) распространялись также и на пленке. При этом в 2011 году ситуация была совершенно иная, а пленка была более популярным способом тиражирования фильма: 80% релизов выходило на пленке, хотя и в цифровом виде выпускалось 75% новых фильмов.

Рисунок 26. Количество фильмов, выпущенных в российский кинопрокат (2011 – 1Н 2014)



Гибридные релизы 2014 года имели небольшой пленочный тираж (в среднем 120 копий; при общем среднем числе экранов, на которых выходили эти фильмы, – 940); в основном это российские картины и фильмы независимых прокатчиков. Если в 2011 доля «цифровых копий»⁶⁵ в российском прокате достигала 52%, то в первом полугодии 2014-го – уже 97%.

Рисунок 27. Количество выпущенных в российский прокат копий фильмов, новые релизы (2011 – 1Н 2014)



⁶⁵ Под «цифровой копией» понимается максимальное одновременное число цифровых экранов, на которых демонстрировался фильм.

6.1.4. Страны-производители фильмов в структуре рынка кинопроката СНГ (без учета Украины)

Долгое время одной из главных тенденций современного российского кинорынка являлся выпуск фильмов все большими тиражами, и связан он был с расширением кинотеатральной сети в стране. С 2010 года этот тренд подкреплялся переходом на цифровой кинопоказ: особенно заметным был рост тиражей голливудских релизов, возросших с менее чем 700 в 2011 году до более 1000 экранов на один фильм в 2014-м (в относительных величинах это составило +52%). Впрочем, независимые фильмы также серьезно расширили свои тиражи благодаря цифровым технологиям: картины европейского и североамериканского производства – на 54% (со 184 копий на релиз в 2011-м до 285 в 2014-м), российские – на 47% (с 346 до 508), других стран – на 43% (с 89 до 128).

Между тем средний тираж в 2013–2014 годах стабилизировался практически у всех типов фильмов, кроме европейских и независимых североамериканских, – данная категория релизов пока продолжает расширяться. Это является еще одним подтверждением того, что ресурсы цифровых технологий кинопоказа российскими дистрибьюторами уже исчерпаны: экономия на цифровых копиях больше не позволяет извлекать выгоду от расширения росписи тех или иных фильмов. На примере фильмов производства стран азиатского и тихоокеанского регионов, традиционно крайне скудно представленных в российском прокате, видно, что в 2013–2014 годах прокатчики пошли на сокращение росписи таких релизов ввиду их невысокой популярности и доходности в России, поэтому даже такая мера не спасла от падения среднего сбора на копию фильмов этого типа. В то же время голливудским картинам прекращение расширения числа копий на релиз позволило в 2014 году остановить падение среднего сбора на копию.

Рисунок 28. Среднее число экранов на фильм по странам производства, (2011 – 1Н 2014)

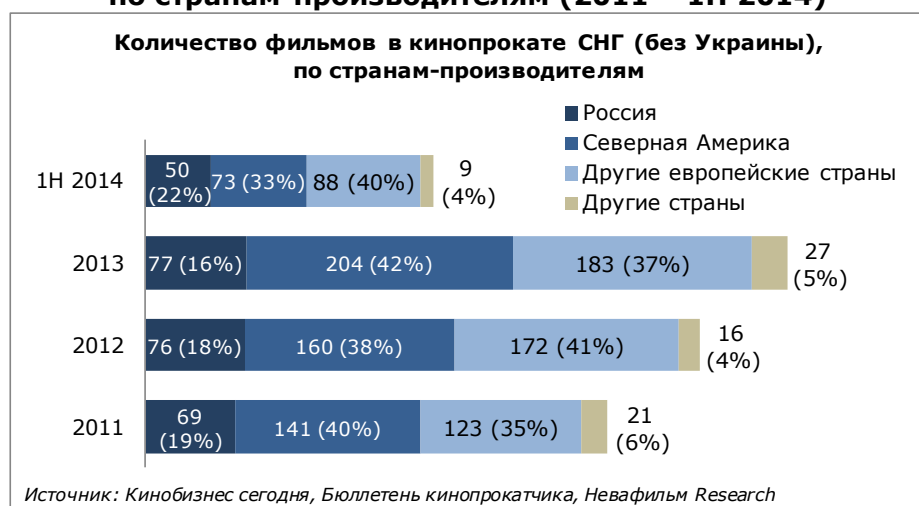


Рисунок 29. Средний кассовый сбор на одну копию по странам производства фильмов (2011 – 1Н 2014)



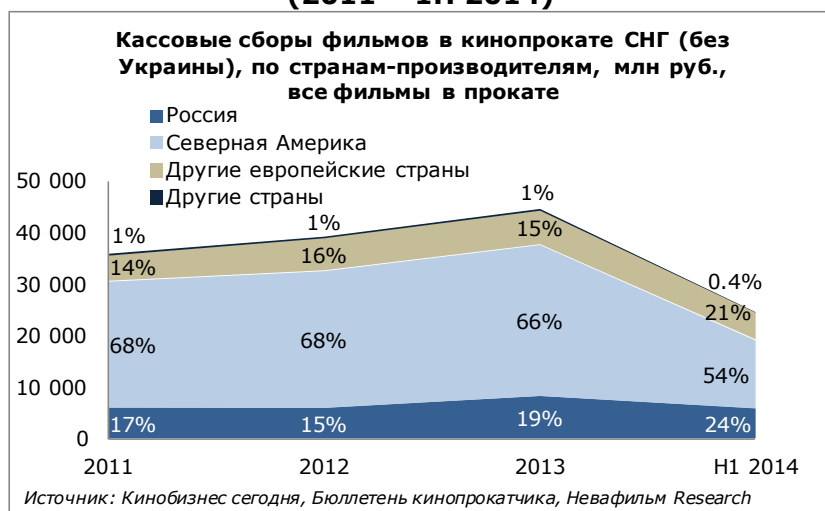
По результатам анализа, проведенного по данным проката в СНГ (без учета Украины)⁶⁶, по количеству фильмов в российском кинопрокате пальму первенства последние несколько лет делят другие европейские страны (помимо России) и Северная Америка: в 2013 году в прокате находилось 204 фильма североамериканского производства и 183 – европейского, однако в первом полугодии 2014-го европейские фильмы вышли вперед: 88 картин в прокате против 73 – производства США и Канады. Тем не менее по кассовым сборам у североамериканских фильмов нет серьезных конкурентов, и вряд ли они появятся в ближайшее время, даже несмотря на снижение их доли в прокате с 66% в 2013 году до 54% в первом полугодии 2014-го.

Рисунок 30. Количество фильмов в кинопрокате СНГ (без учета Украины) по странам-производителям (2011 – 1Н 2014)



⁶⁶ При определении страны-производителя используется следующая технология: если одна из стран-участников – Россия, то фильм относится к российским; если в производстве участвует хоть одна европейская страна, без России, то к другим европейским; если среди производителей есть США или Канада и нет ни европейских стран, ни России, – к Северной Америке; остальные фильмы – к другим странам.

Рисунок 31. Кассовые сборы фильмов в кинопрокате СНГ (без учета Украины) по странам-производителям, все фильмы в прокате (2011 – 1Н 2014)



Отметим, что увеличение числа фильмов российского производства в прокате сказывается на доле отечественного кино по кассовым сборам и посещаемости: если в 2013-м (как в середине года, так и по его итогам) эти показатели составляли порядка 19%, то в 2014-м они приблизились к 25%. Впрочем, за год (с середины 2013-го) рост доли отечественных релизов в 2 раза привел лишь к 1,4-кратному росту доли посещаемости наших фильмов в прокате. Иначе говоря, удержать высокие позиции кинематографистам удалось лишь за счет большего числа картин, тогда как результативность каждой из них в 2014 году снизилась.

Таблица 23. Доли рынка кинопроката фильмов на территории СНГ (без учета Украины) по странам-производителям (2011 – 1Н 2014)

Год	Российские фильмы		Фильмы Северной Америки		Фильмы других европейских стран		Фильмы производства других стран	
	Число релизов	Кассовые сборы, млн руб.	Число релизов	Кассовые сборы, млн руб.	Число релизов	Кассовые сборы, млн руб.	Число релизов	Кассовые сборы, млн руб.
2011	69	6 073,9	141	24 524	123	4948,5	21	374,3
	19,5%	16,9%	39,8%	68,3%	34,7%	13,8%	5,9%	1,0%
2011*	65	5178,0	135	23 679,2	114	4521	18	370
	19,6%	15,3%	40,7%	70,2%	34,3%	13,4%	5,4%	1,1%
2012	76	6025,9	161	26 648,7	172	6294,8	16	320,1
	17,9%	15,3%	37,9%	67,8%	40,5%	16,0%	3,8%	0,8%
2012*	69	4533,3	154	25 711,2	161	6245,9	15	320
	17,3%	12,3%	38,6%	69,8%	40,4%	17,0%	3,8%	0,9%
2013	77	8353,7	204	29 379	183	6582,9	27	354,5
	15,7%	18,7%	41,5%	65,8%	37,3%	14,7%	5,5%	0,8%
2013*	65	6762,4	176	28 812,1	161	5951,7	27	354,5
	15,2%	16,1%	41,0%	68,8%	37,5%	14,2%	6,3%	0,8%
1Н 2014	50	5926,9	73	13 224,9	88	5260	9	86
	22,7%	24,2%	33,2%	54,0%	40,0%	21,5%	4,1%	0,4%
1Н 2014*	45	4548,9	64	1	80	5225,8	9	86
	22,7%	20,4%	32,3%	55,7%	40,4%	23,5%	4,5%	0,4%

*Только новые релизы

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

В целом в топ-10 фильмов ежегодно на территории СНГ попадают преимущественно картины производства США и России.

Таблица 24. Самые популярные фильмы (по числу зрителей) на территории СНГ (без учета Украины) за 2011 – 1Н 2014

Фильм	Прокатчик	Страна пр-ва	Дата релиза	Пос-ть за год (млн)	Кассовые сборы за год (млн руб.)
2011					
Пираты Карибского моря: На странных берегах	WDSSPR	US	18.05.2011	7,4	1782,8
Кот в сапогах	Централ Партнершип	US	27.10.2011	6,8	1522,2
Трансформеры-3: Темная сторона Луны	Централ Партнершип	US	29.06.2011	5,1	1265,4
Сумерки. Сага: Рассвет. Часть 1	Вест	US	17.11.2011	5,0	978,9
Гарри Поттер и Дары Смерти. Часть вторая	Каро Премьер	GB INC / US	13.07.2011	4,6	1050,7
Кунг-фу: Панда-2	Централ Партнершип	US	26.05.2011	4,5	899,3
Форсаж-5	UPI	US	28.04.2011	4,3	807,0
Высоцкий. Спасибо, что живой	WDSSPR	RU	01.12.2011	4,2	842,9
Три богатыря и Шамаханская царица	Наше Кино	RU	30.12.2010	3,3	575,1
Живая сталь	WDSSPR	US / IN	06.10.2011	3,3	627,6
2012					
Ледниковый период 4: Континентальный дрейф	Двадцатый век Фокс СНГ	US	12.07.2012	7,7	1640,1
Мадагаскар 3	Централ Партнершип	US	07.06.2012	7,4	1604,3
Сумерки. Сага. Рассвет: Часть 2	Вест	US	15.11.2012	6,2	1359,3
Мстители	WDSSPR	US	03.05.2012	5,0	1300,0
Люди в черном 3	WDSSPR	US / AE	24.05.2012	4,6	1200,0
Джон Картер	WDSSPR	US	08.03.2012	3,8	993,0
007: Координаты «Скайфолл»	WDSSPR	GB / US	26.10.2012	3,2	787,5
Иван Царевич и Серый волк	Наше Кино	RU	29.12.2011	3,2	663,6
Морской бой	UPI	US	19.04.2012	3,1	649,0
Шерлок Холмс: Игра теней	Каро Премьер	US	29.12.2011	3,1	702,8
2013					
Сталинград	WDSSPR	RU	10.10.2013	6,2	1700,0
Гадкий я 2	UPI	US	15.08.2013	5,4	1200,0
Железный человек 3	WDSSPR	US / CN	02.05.2013	5,2	1400,0
Форсаж 6	UPI	US / ES	23.05.2013	5,0	1071,6
Тор-2: Царство тьмы	WDSSPR	US	07.11.2013	4,3	1200,0
Легенда №17	Централ Партнершип	RU	18.04.2013	4,2	923,0
Семейка Крудс	Двадцатый Век Фокс СНГ	US	21.03.2013	4,2	880,0
Горько!	Bazelevs	RU	24.10.2013	3,7	811,0
Университет монстров	WDSSPR	US	20.06.2013	3,5	677,6

Фильм	Прокатчик	Страна пр-ва	Дата релиза	Пос-ть за год (млн)	Кассовые сборы за год (млн руб.)
Холодное сердце	WDSSPR	US	12.12.2013	3,4	792,7
1H 2014					
Малефисента	WDSSPR	US/GB	29.05.2014	5,1	1265,4
Рио-2	Двадцатый Век Фокс СНГ	US	20.03.2014	4,5	965,8
Вий	UPI	RU / UA / CZ / DE / GB	30.01.2014	4,4	1202,3
Ной	Централ Партнершип	US	27.03.2014	4,3	1206,0
Как приручить дракона-2	Двадцатый Век Фокс СНГ	US	12.06.2014	4,1	910,3
Елки 3	Bazelevs	RU	26.12.2013	3,8	876,8
Люди Икс: Дни минувшего будущего	Двадцатый Век Фокс СНГ	US / GB	22.05.2014	3,1	776,4
47 ронинов	UPI	US	01.01.2014	3,0	862,3
Трансформеры: Эпоха истребления	Централ Партнершип	US	26.06.2014	2,9	828,2
Новый Человек-паук: Высокое напряжение	WDSSPR	US	24.04.2014	2,8	745,9

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

Что касается проката в России европейских фильмов, то по общему числу релизов за 2011–2013 годы лидирует Франция (132 фильма за 3 года), затем идут Великобритания (74 фильма), Испания (42), Германия (41) и Италия (19). По сумме кассовых сборов в российском кинопрокате лидирует Великобритания (5% за 2011–2013 годы); всего страны Евросоюза собрали в СНГ (без Украины) около 12% кассы за тот же период; другие европейские страны лишь 0,1%.

Таблица 25. Количество релизов и фильмов европейского производства⁶⁷ в прокате СНГ (без учета Украины) по странам (2011 – 1H 2014)

Страна	ISO code	Число релизов			Число фильмов в прокате		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013
Австрия	AT	0	2	2	0	2	3
Бельгия	BE	2	3	3	2	3	3
Болгария	BG	1	0	0	1	0	0
Великобритания	GB	20	14	34	22	14	38
Венгрия	HU	1	1	0	1	1	0
Германия	DE	11	11	17	11	12	18
Дания	DK	4	3	5	4	3	6

⁶⁷ Страной-производителем в случае совместного производства считается та, которая указана на первом месте в списке стран-производителей в базах Lumier (<http://lumiere.obs.coe.int>) или IMDb (<http://www.imdb.com>). При этом если в производстве помимо европейской страны участвует США (указана на первом месте), фильм все равно считается европейским, а страной производства признается страна, указанная на следующем месте после США. В строке «Приходящее финансирование» учтены все европейские фильмы, определенные по описанной методике, в производстве которых вовлечено приходящее финансирование, согласно информации базы Lumier.

Страна	ISO code	Число релизов			Число фильмов в прокате		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013
Ирландия	IE	1	3	0	1	4	1
Испания	ES	10	14	17	10	15	17
Италия	IT	5	7	5	6	7	6
Латвия	LV	0	0	0	0	0	0
Люксембург	LU	0	1	1	0	1	1
Нидерланды	NL	0	2	4	0	2	4
Польша	PL	1	0	2	1	0	2
Португалия	PT	0	1	0	0	1	0
Румыния	RO	0	2	0	0	2	0
Финляндия	FI	0	4	1	1	4	2
Франция	FR	33	42	42	37	47	48
Чехия	CZ	0	1	1	0	1	1
Швеция	SE	2	4	2	2	4	2
Эстония	EE	0	0	1	0	0	1
Итого EU-28		91	115	137	99	123	153
Белоруссия	BY	0	0	0	0	0	0
Исландия	IS	0	0	0	0	0	1
Норвегия	NO	0	4	3	0	4	4
Сербия	RS	0	1	0	0	1	0
Украина	UA	1	1	0	1	1	0
Швейцария	CH	3	2	0	3	2	0
Итого фильмы других европейских стран		4	8	3	4	8	5
Приходящее финансирование	INC	15	1	5	16	4	7
Итого		110	124	145	119	135	165

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

Таблица 26. Посещаемость и сборы фильмов европейского производства в прокате СНГ (без учета Украины) по странам (2011 – 1Н 2014)

Страна	ISO code	Посещаемость, тыс.			Кассовые сборы, млн руб.		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013
Австрия	AT	0,0	9,5	7,9	0,0	2,0	1,7
Бельгия	BE	252,5	458,7	93,6	490,	85,7	22,3
Болгария	BG	9,0	0,0	0,0	1,8	0,0	0,0
Великобритания	GB	5 001,5	6 984,6	13 940,5	1039,1	1678,8	3527,2
Венгрия	HU	226,0	1,6	0,0	39,1	0,4	0,0
Германия	DE	1 752,7	4 354,7	3 456,9	399,7	1 083,2	871,2
Дания	DK	230,3	20,5	68,0	59,1	3,8	13,5
Ирландия	IE	50	313,9	0,3	12,1	65,9	0,1
Испания	ES	873,6	1 584,9	6 076,3	203,1	337,4	1 306,6
Италия	IT	184,9	346,6	800,5	41,7	97,1	159,0
Латвия	LV	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Люксембург	LU	0,0	26,5	0,3	0,0	7,0	0,1
Нидерланды	NL	0,0	3,7	79,8	0,0	0,5	15,1
Польша	PL	0,6	0,0	4,4	0,1	0,0	0,8
Португалия	PT	0,0	1,1	0,0	0,0	0,2	0,0
Румыния	RO	0,0	23,9	0,0	0,0	4,5	0,0
Финляндия	FI	0,1	203,7	13,9	0,0	46,1	2,7
Франция	FR	5 055,4	6 805,3	2 544,8	1 051,2	1 566,9	555,8
Чехия	CZ	0,0	1,1	0,0	0,0	0,3	0,0
Швеция	SE	12,0	1 536,8	0,6	2,2	368,1	0,1
Эстония	EE	0,0	0,0	4,8	0,0	0,0	0,9
Итого EU-28		13 648,6	22 677,3	27 092,6	2 898,3	5 347,8	6 477,1

Страна	ISO code	Посещаемость, тыс.			Кассовые сборы, млн руб.		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013
Белоруссия	BY	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Исландия	IS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Норвегия	NO	0,0	37,1	267,9	0,0	6,3	63,3
Сербия	RS	0,0	1,6	0,0	0,0	0,3	0,0
Украина	UA	1,7	0,5	0,0	0,3	0,1	0,0
Швейцария	CH	75,2	7,7	0,0	21,4	1,6	0,0
Итого фильмы других европейских стран		76,9	46,9	267,9	21,7	8,3	63,3
Приходящее финансирование	INC	9 070,3	106	1 534,9	1 956,4	23,3	359,4
Итого		22 795,9	22 830,1	28 895,4	4 876,4	5 379,4	6 899,8

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

Самым успешным европейским фильмом в российском прокате за исследуемый период (без учета приходящего финансирования и (или) копродукции с США) стал «Щелкунчик и Крысиный король» (реж. А. Кончаловский, 2009).

Рисунок 32. Самые успешные фильмы других европейских стран в кинопрокате СНГ (без учета Украины), за исключением фильмов с приходящим финансированием и с копродукцией с США (2011 – 1Н 2014)



6.1.5. Креативный контент

Активно развивается в России прокат креативного контента: число таких релизов достигло 92 в 2013 году, хотя главной особенностью этого сегмента рынка является длительность экранной жизни проектов: ежегодно в прокате находится в 1,5–2 раза больше программ креативного контента, чем премьер. Кинотеатры с удовольствием размещают на афише оперы, спектакли и концерты прошлых лет, поскольку география проката креативного контента постоянно расширяется – все больше кинотеатров экспериментируют с такими показами, стремясь

привлечь новых зрителей и выделиться в высококонкурентной среде.

Рисунок 33. Число программ креативного контента в российском прокате (2011 – 1Н 2014)



По оценкам Невафильм Research, на долю программ креативного контента в 2013 году пришлось 0,3% совокупных кассовых сборов и 0,2% посещаемости в РФ.⁶⁸ Наибольшей популярностью у российских зрителей пользуются документальные фильмы и фильмы-концерты – «Metallica: Сквозь невозможное», выпущенный компанией «West», сегодня является самым кассовым фильмом данного сегмента в России. Впечатляющие результаты проката показала специальная акция, организованная арт-объединением «CoolConnections» в честь 50-летия знаменитого фантастического сериала «Доктор Кто»: показы начались одновременно с трансляцией эпизода в прямом эфире телеканала «BBC One», а фильм попал на четвертую строчку в рейтинге самых кассовых креативных проектов России.

Таблица 27. Топ-10 кассовых релизов креативного контента в России, по сумме кассовых сборов (2011 – 1Н 2014)

Название фильма	Дистрибьютор	Дата релиза	Год проката	Тип	Копии	Кассовые сборы, млн руб.	Посещаемость, тыс.
Metallica: Сквозь невозможное	West	26.09.2013	2013	Концерт	261	26,3	89,0
Короли танцпола	WDSSPR	12.12.2013	2013	Док.	315	17,1	78,1
Самсара	Премьер-зал	04.04.2013	2013	Док.	45	15,0	72,2
Доктор Кто: День Доктора	CoolConnections	23.11.2013	2013	Сериал	110	15,0	35,0
Франкенштейн: КамберБэтч NT	CoolConnections	31.10.2013	2013, 2014	Спектакль	н/д	10,0*	18,0*
One Direction: Это мы	WDSSPR	30.08.2013	2013	Концерт	97	7,1	28,0

⁶⁸ Для сравнения: по данным «Media Salles», в 2012 году в Великобритании доля программ креативного контента в совокупных кассовых сборах уже составляла 1%. В 2013 году во Франции она равнялась 0,8%, в Италии – 0,4%.

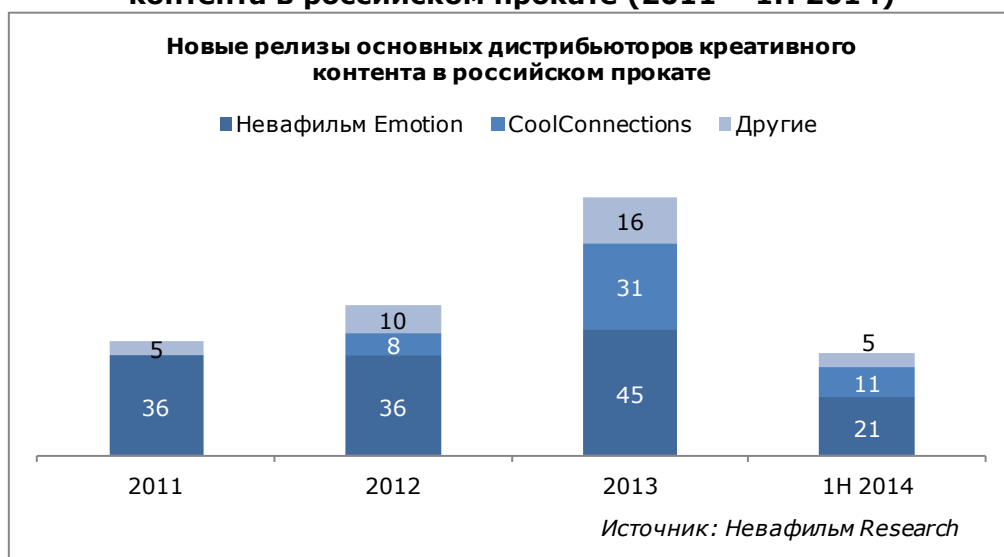
Название фильма	Дистрибьютор	Дата релиза	Год проката	Тип	Копии	Кассовые сборы, млн руб.	Посещаемость, тыс.
Боб Марли: Регги навсегда	Premium Film	06.09.2012	2012	Концерт	21	4,2	16,4
Muse. Live in Rome	Невафильм Emotion	20.11.2013	2013, 2014	Концерт	95	3,3	28,0
Hungarian Rhapsody Queen. Live in Budapest 1986	Невафильм Emotion	24.11.2012	2012	Концерт	66	3,3	11,8
Джастин Бибер: Believe	Premium Film	26.12.2013	2013	Концерт	114	2,6	10,1

* данные только за 2013 год

Источник: Невафильм Research, «Бюллетень кинопрокатчика», «Кинобизнес сегодня»

Лидерами сегмента проката креативного контента по количеству релизов в России являются две компании, непосредственно специализирующиеся на нем: «Невафильм Emotion» и «CoolConnections», на долю которых приходится от 80 до 90% релизов креативного контента ежегодно.

Рисунок 34. Новые релизы основных дистрибьюторов креативного контента в российском прокате (2011 – 1Н 2014)



6.1.6. Прокат региональных фильмов

Методология исследования

Для исследования развития регионального кинематографа в России были использованы качественные и количественные методы. Изначально по открытым источникам была составлена база фильмов регионального производства, что позволило очертить круг субъектов Российской Федерации, где производятся и выходят на большом экране полнометражные художественные фильмы. Основными источниками для получения подобной информации стали фестиваль независимого регионального кинематографа

«Офсайд»⁶⁹; данные региональных министерств культуры и государственных киностудий в субъектах федерации; сайты кинотеатров; страницы социальных сетей и форумов, где местные фильмы обсуждаются зрителями. После этого специалисты Невафильм *Research*, во-первых, в рамках качественного исследования, взяли интервью у представителей региональных управлений культуры, менеджеров кинотеатров, прокатывающих местные фильмы, и у самих продюсеров и режиссеров картин. А во-вторых, запросили данные по результатам показа этих фильмов у основных кинотеатров-прокатчиков и ЕАИС – для количественного анализа.

Результаты качественного исследования

По данным первоначального обзора российского регионального кино и по результатам опроса основных участников этого рынка, стало понятно, что коммерческое кино, имеющее историю кинотеатрального проката, есть в Карелии, Удмуртии, Челябинске, Оренбурге, Омске, Новосибирске, Красноярске, Иркутске, Башкортостане, Татарстане, Бурятии и Якутии.

Согласно проведенным экспертным интервью, во всех этих регионах режиссеры снимают игровое кино; профессиональная кинодокументалистика также достаточно популярна, а вот про анимацию нам говорили только в Башкортостане, Татарстане и Якутии (этот вид кинопродукции требует особых производственных мощностей, а потому процветает на базе государственных киностудий). При этом местные производители работают в разных жанрах: ужасы, драмы, боевики и комедии (пользующиеся наибольшей популярностью у публики).

Для съемок в большинстве случаев продюсерские компании и режиссеры используют собственную производственную базу (подчас она представляет собой лишь бытовую видеокамеру и компьютер), но часто обращаются и к профессиональным киносервисным компаниям (подобные существуют в Якутии, Бурятии, Башкортостане, Карелии, Омске) и государственным студиям (киностудия «Башкортостан», кинокомпания «Сахафильм»). Специалисты, как творческие, так и технические, учатся в основном прямо на киноплощадках, однако в регионах действуют и специализированные вузы и кинофакультеты, такие, как Восточно-Сибирская государственная академия культуры и искусств Республики Бурятия, факультет кинооператоров при Новосибирском государственном техническом университете, факультет кино и телевидения Казанского государственного

⁶⁹ См. подробнее о фестивале «Офсайд»:
<http://2morrowfest.ru/category/movies/offside/>;
<https://www.facebook.com/offsidefest>.

университета культуры и искусств, а также филиал СПбГУКиТ в Якутске (действовал до 2011 года).

Отметим, что местное кинопроизводство из региональных бюджетов поддерживается во многих субъектах федерации: законодательная база для этого существует в Башкортостане, Бурятии, Татарстане, Якутии, в Белгородской, Калужской, Свердловской областях, в Краснодарском и Красноярском краях, в Санкт-Петербурге и Москве.⁷⁰ Но наибольшую поддержку местным кинопроизводителям оказывают в Башкортостане, Татарстане и Якутии; причем только в последней из упомянутых республик сотрудничество региональной власти и частного бизнеса привело к развитию полноценной индустрии. Министерство культуры и духовного развития Республики Саха (Якутия) благодаря энтузиазму своего руководителя Андрея Борисова не только выделяет средства на содержание киностудии «Сахафильм» и на съемки фильмов якутскими продюсерами, но и с 2011 года проводит Международный кинофестиваль арктических фильмов, к участию в конкурсной программе которого принимаются работы, созданные в странах Арктического региона (России, США, Канаде, Финляндии, Швеции, Норвегии, Исландии, Дании, Гренландии).⁷¹

В целом наиболее развиты региональные кинорынки сегодня в Республиках Бурятия и Саха (Якутия): в обеих первые местные фильмы появились в прокате в начале 2000-х, а настоящий кинобум начался в Якутии к 2010 году, когда ежегодно выпускаемое на экраны число фильмов приблизилось к 15–20, а в Бурятии – к 2011-му, когда на экраны стало выходить порядка пяти фильмов в год. Поначалу бюджеты местных фильмов составляли 100–300 тыс. руб.; теперь же в Якутии они достигают в среднем 0,5–1 млн руб., а в Бурятии даже больше – 1–3 млн руб. Если на других территориях основными источниками финансирования фильмов являются личные средства самих режиссеров или же местные бюджеты (посредством субсидий региональных министерств культуры), то в Бурятии и Якутии профессионализм кинодела на порядок выше. Несмотря на существенную поддержку со стороны Министерства культуры и духовного развития Республики Саха (Якутия), в обеих этих республиках главным образом используются привлекаемые продюсерами заемные средства, частные инвестиции, а также доходы продюсеров от прошлых проектов. В Якутии опрошенные нами эксперты указывали также на предпродажи прав на фильмы и привлечение иностранных инвестиций. Кроме того, на региональном уровне популярно сотрудничество с рекламодателями по схеме product placement.

⁷⁰ См. также раздел 2.3.2. Поддержка регионального кинопроизводства

⁷¹ См. подробнее о Международном кинофестивале арктических фильмов: <http://mirfest.ru/festivals/1418/#>.

Самыми дорогими в производстве фильмами в Бурятии, по нашим данным, стали «Похабовск. Обратная сторона Сибири» (реж. Юрий Яшников, 2013), «Талын наадан / Степные игры» (реж. Баир Дышенов, 2014), «Отхончик. Первая любовь» (реж. Баир Дышенов, 2013) и «Булаг. Святой источник» (реж. Солбон Лыдгенов, 2013) – их бюджеты составили 6–10 млн руб., что в 2–3 раза выше, чем у основной массы картин, снятых в Республике. Максимальные бюджеты в Якутии на порядок ниже: самые дорогие фильмы последних лет драма – «Хопто Хаһыта / Крик чайки» (реж. Аркадий Новиков, 2013), триллеры «Кута / Трясина» (реж. Степан Бурнашев, 2012) и «Күрүөйэх / Беглый» (реж. Степан Бурнашев, 2014) – были сняты за 700–800 тыс. руб.

Отметим, что для публичного показа вместо DVD, с которого региональный прокат начинался, сейчас повсеместно используется цифровой формат кинопроекции (хотя иногда и ниже, чем 2К), а главными прокатными площадками являются современные коммерческие кинотеатры, которые ставят «свое кино» наравне с голливудским – с такой же ценой билета, числом сеансов и распределением дохода между правообладателем и показчиком.

Помимо кинотеатрального проката продюсеры зарабатывают на продаже дисков (это основной путь монетизации контента после большого экрана) и на демонстрации фильмов местными телеканалами, где есть спрос на картины на национальном языке (так, в Бурятии на ТВ идут практически все ленты местного производства). Некоторые продюсеры используют также сервисы платного видео по запросу. Хотя бесплатное размещение фильмов в Интернете остается основным и неминуемым средством популяризации местного кинематографа: все правообладатели рано или поздно выкладывают свои картины в Сеть. С этим связано и то, что их мало заботит проблема видеопиратства, хотя на период проката в кинотеатрах контент на торрент-трекерах и в социальных сетях продюсеры мониторят, не допуская преждевременной утечки фильма.

Результаты количественного исследования

Всего в региональный прокат за период с 2011-го по середину 2014 года вышло порядка 90 фильмов, однако о длительности показа и широте релиза каждого из этих фильмов судить сложно: возможно, часть из них демонстрировалась на некоммерческих условиях и (или) в рамках кинофестивалей. Тем не менее можно отметить те города и регионы, где местные релизы так или иначе имели место: среди них Владивосток, Иркутск, Петрозаводск, Оренбург, Новосибирск, Омск и Республики Бурятия, Удмуртия, Якутия. При этом прослеживается общая тенденция к росту числа местных картин в региональном прокате с каждым годом.

Таблица 28. Число фильмов регионального производства в местном прокате (2011 – 1Н 2014)

Регион	2011	2012	2013	1Н 2014	Всего в регионе
Бурятия	2	4	7	3	16
Владивосток	0	1	0	0	1
Иркутск	0	0	0	1	1
Новосибирск	1	1	0	3	5
Омск	3	1	2	0	6
Оренбург	0	0	0	2	2
Петрозаводск	0	1	0	0	1
Удмуртия	1	0	0	1	2
Якутия	16	12	20	7	55
Всего за период	23	20	29	17	89

Источник: Невафильм Research

В рамках данного исследования статистику по результатам проката региональных фильмов в кинотеатрах нам удалось собрать только по Республикам Якутия и Бурятия, хотя и не по всем фильмам (в Бурятии данные по прокату есть у 15 картин; в Якутии – у 47). Тем не менее, поскольку именно эти два региона являются наиболее развитыми с точки зрения местного кинопроизводства, можно сказать, что они дают и львиную долю кассовых сборов и посещаемости региональных фильмов в России.

Анализ полученных данных показывает, что в Республике Бурятия посещаемость фильмов местного производства растет поступательно: в 2011 году она составила около 17 тыс. зрителей, а к 2013-му возросла до 58 тыс.; аналогичным образом увеличиваются и кассовые сборы (с 3,4 млн руб. в 2011-м до 10,5 млн руб. по итогам 2013-го). Такой равномерный рост является следствием увеличивающегося с каждым годом числа фильмов и свидетельством постепенного укрепления интереса зрителей к местному кино – это растущий рынок.

В Якутии, производящей гораздо большее число картин, ситуация менее стабильна и в большей степени зависит от появления местных кинохитов. Кроме того, в 2012 году здесь наблюдался спад в кинопроизводстве, в результате которого и посещаемость с кассовыми сборами снизились с 52 тыс. и 8,6 млн руб. в 2011-м до 29 тыс. и 5,5 млн руб. соответственно. Зато прошлый год оказался в Якутии очень успешным: местные фильмы привлекли внимание 74 тыс. зрителей и собрали свыше 16 млн руб.

Тем не менее результаты даже самых развитых региональных рынков составляют менее 0,1% от посещаемости и кассовых сборов страны в целом, что объясняется небольшим числом экранов, на которых выходят региональные фильмы: основным рынком сбыта в Якутии являются три коммерческих кинотеатра столицы Республики; в Бурятии – четыре кинотеатра в Улан-Уде.

Рисунок 35. Посещаемость региональных фильмов в местном прокате и ее сопоставление с общероссийской (2011 – 1Н 2014)

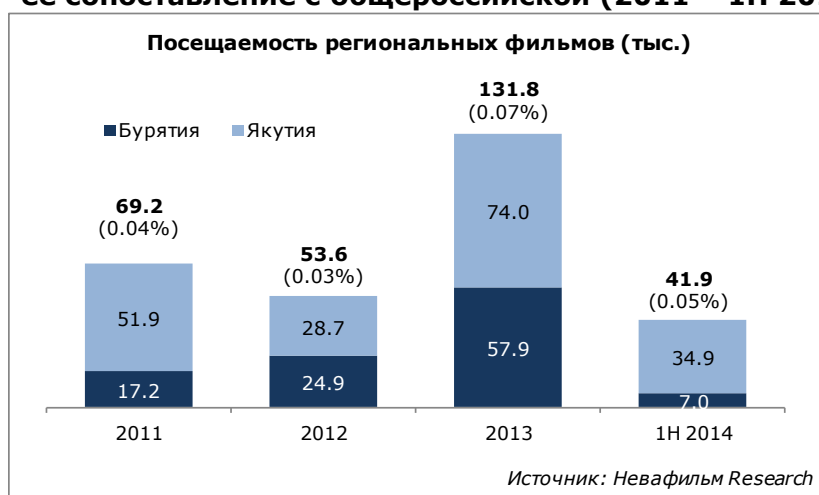


Рисунок 36. Кассовые сборы региональных фильмов в местном прокате и их сопоставление с общероссийской кассой (2011 – 1Н 2014)



Несмотря на ограниченность регионального проката, кинорежиссеры и продюсеры в Бурятии и Якутии доказали жизнеспособность своей бизнес-модели. В республиках уже есть свои «звезды», как кассовые, так и фестивальные. Такие режиссеры, как Евгений Замалиев, Жаргал Бадмацыренов, Михаил Козлов, Роман Асхаев, Сергей Никонов, Юрий Яшников в Бурятии и Алексей Егоров, Дмитрий Шадрин, Роман Дорофеев, Эдуард Новиков, Евгений Пивоваров, Аркадий Новиков в Якутии со своими картинами собрали с 2011 года каждый уже более 2 млн руб. в кинотеатрах регионов. 1,5 млн за этот период собрали фильмы Баира Дышенова – бурятской знаменитости, короткометражные фильмы которого завоевали признание на Берлинском (в 2009 году – «Улыбка Будды») и Каннском (в 2012 году – «Наказ матери») кинофестивалях; обе картины вышли в республиканский прокат, а в 2013-м режиссер успешно дебютировал и с полным метром – «Отхончик. Первая любовь».

Таблица 29. Топ-10 кассовых фильмов местного производства в Республике Бурятия (2011 – 1Н 2014)

Фильм	Дата релиза	Режиссеры	Производитель	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Пос-ть (тыс.)
Буузы	09.02.2013	Ж. Бадмацыренов	ИП Истангулов	3189,1	17,4
Решала	22.11.2012	Р. Асхаев, Е. Замалиев	Пятый элемент	3104,9	16,1
Похабовск. Обратная сторона Сибири	31.10.2013	Ю. Яшников	Wildsiberia Production	2501,5	13,7
На Байкал	19.10.2011	М. Козлов, С. Никонов	Синема+	2510,2	12,6
Отхончик. Первая любовь	21.03.2013	Б. Дышенов	Студия «Буряткино»	1512,7	8,3
На Байкал 2. На бордаж!	18.09.2012	М. Козлов	Синема+	1529,7	7,9
Чайник 2	14.11.2013	А. Кузьминов, Е. Замалиев	Пятый элемент	1345,4	7,6
Шлагбаум	19.09.2013	Д. Туприн	Монула Филмз	1173,2	6,9
УЛАН UDANCE	07.12.2011	Ж. Бадмацыренов, А. Кузьминов, Е. Замалиев	КВН Республики Бурятия	880,2	4,6
Булаг. Святой источник	27.06.2013	С. Лыгденов	Монула Филмз	814,0	4,1

Источник: Невафильм Research

Таблица 30. Топ-20 кассовых фильмов местного производства в Республике Саха (Якутия) (2011 – 1Н 2014)

Фильм	Дата релиза	Режиссеры	Производитель	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Пос-ть (тыс.)
Кэскил 3. Наследство	22.08.2013	А. Егоров, Д. Шадрин	DETSAT	5714,2	25,7
Айыы Уола	23.01.2014	Э. Новиков, К. Данилов	ART Дойду	4795,2	22,0
Эрчим уонна Ким	28.11.2013	Р. Дорофеев	DETSAT	3760,5	16,3
Арай биирдэ (Однажды)	14.04.2011	Р. Дорофеев, А. Егоров	DETSAT	2313,4	14,7
Хопто Хаһыыта (Крик чайки)	24.10.2013	А. Новиков	MAGDIS	2576,1	11,7
Герои. Битва за кубок	20.10.2011	В. Булатов, Е. Пивоваров	SaidarPlus	1736,4	10,1
Герои 2: Турнир скорпиона	04.10.2012	Е. Пивоваров	SaidarPlus	1863,3	10,0
Белый день (Үрүн кун)	01.12.2013	М. Васильев-Лукачевский	Сахафильм	1602,4	7,5
Август	12.06.2014	А. Егоров, Д. Шадрин	DETSAT	1594,5	6,8
Юбилей	06.10.2011	Р. Дорофеев, Д. Шадрин, А. Егоров	DETSAT	1138,5	6,7
Паранормальный Якутск	06.09.2012	К. Тимофеев	н/д	1238,8	6,1
Улыбнись	18.04.2013	А. Егоров, Р. Дорофеев, Д. Шадрин	DETSAT	1070,4	4,8
Кута (Трясина)	01.11.2012	С. Бурнашев	ИП Бурнашев	958,5	4,6
Таптал Хаарты	31.03.2011	И. Туйма Барашков	STAYST-film	593,3	3,7
Күрүөйэх (Беглый)	01.04.2014	С. Бурнашев	ИП Бурнашев	760,2	3,4
Семенчик (Сэмэнчик)	21.02.2012	М. Калинина	ART Дойду	554,8	3,3
Киһи уейбэтэх еттуттэн	10.03.2011	А. Новиков	MAGDIS	506,0	3,2
Лотерея. Дьоллоох тугэн	01.12.2011	И. Тойтонов	н/д	523,8	3,1
Давлят-3	06.02.2014	П. Федоров	Dolgunfilm	500,4	2,2
Покидая благоухающую гавань	24.03.2011	С. Ооржак	Dersu film	388,7	2,1

Источник: Невафильм Research

Наконец, отметим крупнейшие студии-производители региональных полнометражных фильмов, которые чаще всего являются и их дистрибьюторами, сами договариваясь с кинотеатрами об условиях проката (бурятские «Пятый элемент»,

предлагающая зрителям широкий спектр фильмов от комедий до криминальных драм, и «Синема+», снимающая комедии; и якутские «DETSAT», также специализирующаяся на комедиях, и «ART Дойду», производящая в основном драматические картины).

Таблица 31. Топ-10 региональных кинопродюсерских компаний России (2011 – 1H2014)

Компания	Регион	Число фильмов в прокате	Суммарные кассовые сборы (млн руб.)
DETSAT	Якутия	6	15,59
ART Дойду	Якутия	4	5,51
Пятый элемент	Бурятия	3	4,87
Синема +	Бурятия	2	4,04
ИП Истангулов	Бурятия	2	3,76
SaidarPlus	Якутия	2	3,60
MAGDIS	Якутия	2	3,08
Wildsiberia Production	Бурятия	1	2,50
МонУла Филмз	Бурятия	2	1,99
ИП Бурнашев	Якутия	3	1,84

Источник: Невафильм Research

Таким образом, региональное кино сегодня в России, особенно в Якутии и Бурятии, представляет собой самодостаточную, но пока закрытую систему: продюсеры снимают фильмы и зарабатывают деньги на следующие проекты уже на стадии проката в местных кинотеатрах. Наблюдается взаимодействие между республиками (кинотеатры готовы выпускать в прокат фильмы соседей), а также стремление продюсеров выйти за пределы своего региона. И такие прецеденты уже были (после успеха на малой родине в широкий российский прокат вышла бурятская комедия «На Байкал»; а самым известным фильмом, снятым совместно якутскими и монгольскими кинематографистами, стал «Тайна Чингисхана»). Хотя в последнее время продюсеры за Уралом возлагают надежды не только и не столько на Москву, сколько на Северный Казахстан и другие азиатские страны.

6.1.7. Прокат российских фильмов в Европейском союзе

По данным Европейской аудиовизуальной обсерватории⁷², в прокат 28 стран Евросоюза за период с 2011-го по 2013 год вышли 57 фильмов российского производства (с учетом копродукции) – из 204 представленных за это время на рынке СНГ.⁷³ При этом с

⁷² База данных LUMIERE: <http://lumiere.obs.coe.int>.

⁷³ Специалисты Невафильм Research проверили выход на международный рынок всех фильмов отечественного производства, бывших в прокате СНГ в период с 2011-го по 1H 2014 г., по базе LUMIERE и проанализировали данные по картинам, представленным в прокате Евросоюза в 2011–2013 гг. При такой методике не рассматриваются фильмы, демонстрировавшиеся в этот период в кинотеатрах ЕС, но не в СНГ (поскольку вышли на родине раньше), т. е. речь

каждым годом число российских кинолент на рынке ЕС становится все большим: если до 2012 года оно не превышало 20 (включая архивные картины, снятые в СССР)⁷⁴, то в 2012-м только новых российских картин было уже 25, а в 2013-м – 39. Это свидетельствует о растущих экспортных амбициях российских продюсеров.

Рисунок 37. Общее число фильмов производства России, включая копродукцию, в кинопрокате СНГ и ЕС (2011–2013)



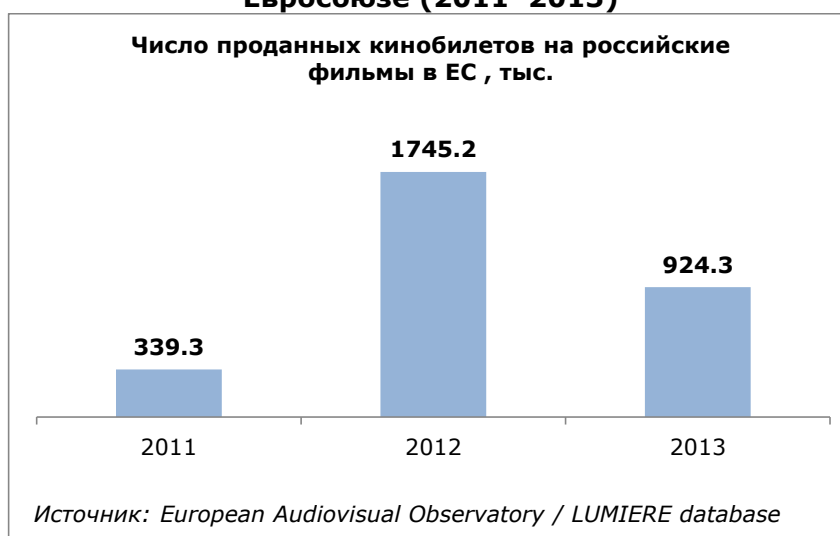
В то же время посещаемость российских кинолент в Евросоюзе по-прежнему не слишком велика и зависит от выхода в прокат картин совместного производства с США (так, в 2012 году более миллиона зрителей отечественным релизам принес фильм «Фантом»). В целом же она составляет менее 1% от общего числа посещений в ЕС (0,04% в 2011 году, 0,18% в 2012-м и 0,1% в 2013-м).⁷⁵

идет о сравнении кинопроката новых российских фильмов, что, на наш взгляд, более адекватно отражает экспортную политику продюсеров.

⁷⁴ См. подробнее: Прокат российских фильмов в Европейском союзе (2007–2011) // Киноиндустрия Российской Федерации-2012: <http://publi.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+Film+Industry+2012+Nevafilm+RU.pdf/3bf9c019-2820-470d-9afb-e182659f0c57>.

⁷⁵ По данным издания «Focus» Европейской аудиовизуальной обсерватории, посещаемость в странах Евросоюза в 2011 году составила 968 млн, в 2012-м – 946 млн, в 2013-м – 907 млн.

Рисунок 38. Число проданных кинобилетов на российские фильмы в Евросоюзе (2011–2013)



Наибольшее число российских картин выходят на экраны постсоветского пространства: Эстонии, Латвии, Литвы, а также Польши. При этом наибольший зрительский интерес они вызывают во Франции (за три года на эту страну пришлось 19% проданных в ЕС кинобилетов на российские фильмы), Польше (в основном благодаря совместной российско-польской картине «Колоски»; причем в России эта лента собрала в 800 раз меньше зрителей!), Великобритании, Италии и Литве.

Таблица 32. Рейтинг стран ЕС по числу посещений российских фильмов (2011–2013)

Страна	ISO code	Кол-во фильмов	Пос-ть (тыс.)	Доля фильмов	Доля посещений
Франция	FR	8	558,6	14%	19%
Польша	PL	13	517,2	23%	17%
Великобритания	GB	10	270,2	18%	9%
Италия	IT	3	233,6	5%	8%
Литва	LT	21	214,3	37%	7%
Нидерланды	NL	9	162,0	16%	5%
Эстония	EE	30	166,0	53%	6%
Испания	ES	4	155,7	7%	5%
Латвия	LV	21	124,8	37%	4%
Германия	DE	4	124,3	7%	4%
Венгрия	HU	6	89,3	11%	3%
Австрия	AT	8	61,1	14%	2%
Бельгия	BE	2	54,8	4%	2%
Швеция	SE	4	48,9	7%	2%
Румыния	RO	4	48,5	7%	2%
Болгария	BG	2	35,0	4%	1%
Португалия	PT	7	30,4	12%	1%
Чехия	CZ	5	28,0	9%	1%
Греция	GR	5	24,2	9%	1%
Хорватия	HR	2	20,7	4%	1%
Финляндия	FI	3	12,7	5%	0%

Страна	ISO code	Кол-во фильмов	Пос-ть (тыс.)	Доля фильмов	Доля посещений
Словакия	SK	4	11,4	7%	0%
Словения	SI	2	8,8	4%	0%
Дания	DK	1	8,4	2%	0%
Ирландия	IE	-	-	-	-
Люксембург	LU	-	-	-	-
Мальта	MT	-	-	-	-
Республика Кипр	CY	-	-	-	-
Всего в ЕС		57	3008,7	100%	100%

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database

Если не учитывать фильмы совместного с США производства («Фантом» и «Мачете убивает»), то наиболее широкий европейский прокат получили артхаусные картины «Фауст» и «Елена» (каждая из которых вышла на экраны в более чем десяти странах Евросоюза), а также артленты «В тумане» (9 стран) и «В субботу» (5). Все они в Европе собрали в 2–4 раза больше денег, чем на домашнем рынке. Наиболее успешной коммерческой лентой в Европе за три года (2011–2013) стала анимационная сказка «Снежная королева», привлекая в пяти странах ЕС 137 тыс. зрителей (12% от числа проданных на нее билетов в СНГ).

Возможно, в 2014–2015 годах на европейском (и даже на мировом) кинорынке появится новый лидер отечественного экспорта – картина Андрея Звягинцева «Левиафан», получившая приз за лучший сценарий на кинофестивале в Каннах, названная лучшим фильмом на фестивале в Лондоне и номинированная на премию Европейской киноакадемии как лучшая европейская кинолента, а также выдвинутая от России на соискание премии «Оскар» в категории «Лучший фильм на иностранном языке» в этом году. На родине лента выйдет в широкий прокат в феврале 2015 года, столкнувшись с необходимостью переозвучивания, поскольку с 1 июля 2014 года в России вступили в силу поправки к закону №53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», запрещающие использование ненормативной лексики в теле- и радиоэфире, в кинопрокате и при публичном исполнении произведений искусства (см. раздел 2.1.1.). В преддверии же «Оскара» фильм был продемонстрирован (в течение недели) в одном из российских кинотеатров, для того чтобы соблюсти формальные процедуры и пройти квалификационный отбор. Сейчас права на фильм уже закуплены более чем в 50 странах, в том числе в США, где его прокатом займется «Sony Pictures Classics». 13 ноября 2014 года «Левиафана» вышел на широкие экраны в Великобритании.

Таблица 33. Топ-20 фильмов российского производства в кинопрокате ЕС (2011–2013)

#	Фильм	Страны пр-ва	Год проката в ЕС	Страны проката в ЕС	Пос-ть в ЕС (тыс.)	Пос-ть в СНГ (тыс.)
1	Фантом	US / RU	2011, 2012	AT, BE, BG, CH, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IT, LT, LV, NL, PL, PT, RO, SE, SK	1018,0	934,2
2	Мачете убивает	US / RU	2013	AT, BG, CZ, EE, FI, FR, GB, GR, HR, HU, IT, LT, NL, PL, PT, RO, SE, SI, SK	470,9	384,6
3	Колоски	PL / RU	2012, 2013	PL	325,2	0,4
4	Фауст	RU	2011, 2012, 2013	AT, CZ, DE, ES, FI, FR, GB, HU, IT, NL, PL, PT, RO, SE, SK	220,4	104,1
5	Елена	RU	2011, 2012, 2013	BE, ES, FR, GB, GR, HU, LV, NL, PL, PT, SE	204,0	100,3
6	Снежная королева	RU	2012, 2013	EE, LT, LV, NL, PL	136,9	1123,5
7	Елки 2	RU	2011, 2012	EE, LT, LV	50,7	4140,8
8	Елки*	RU	2010, 2011, 2012	EE, LT, LV	46,0	3745,0
9	Горько!	RU	2013	EE, LT	43,7	3705,3
10	Высоцкий. Спасибо, что живой	RU	2011, 2012, 2013	AT, DE, EE, LV, PL	43,6	4262,0
11	В тумане	DE / NL / BY / RU / LV	2013	EE, FR, GB, GR, HU, NL, PL, PT, RO	36,1	7,3
12	В субботу	RU / DE / UA	2011	LV, AT, EE, LT, LV	33,8	16,2
13	Выкрутасы	RU	2011	AT, EE, LT, LV	33,7	1950,0
14	Что творят мужчины!	RU	2013	EE, LT	29,9	1394,0
15	Джунгли	RU	2012	EE, LV	29,6	1415,0
16	Тайна перевала Дятлова	US / GB / RU	2013	CZ, GB, HU, LT, SK	28,9	717,4
17	Елки 3	RU	2013	EE, LT	23,5	1829,5
18	Джентльмены, удачи!	RU	2012, 2013	EE, LT, LV	21,3	1374,7
19	Портрет в сумерках	RU	2012, 2013	FR, NL, PL	16,7	25,7
20	Тот еще...	RU	2012	EE, LV	16,5	1700,0

* включая прокат в 2010 году

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database, Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, Невафильм Research

Таким образом, ярко выраженная артхаусная направленность российского экспорта по-прежнему остается главной его чертой: если на отечественном рынке наибольшим спросом пользуются российские блокбастеры, получающие рекламную поддержку со стороны главных федеральных телеканалов, то в Европе большее число зрителей привлекают фестивальные кинопроекты, которые в России выходят ограниченным тиражом.

6.2. Основные игроки

Всего, по состоянию на середину 2014 года, на российском рынке кинодистрибуции активно действует около 35 кинопрокатчиков (без учета компаний, созданных ради проката одного единственного кинофильма и занимающихся региональным кинопроизводством и локальным прокатом или специализирующихся на креативном контенте). Все действующие на российском рынке кинопроката дистрибьюторы могут быть разделены на группы – в зависимости от характера контента, с которым они работают:

- Прямые представительства голливудских студий-мейджоров на российском рынке («Universal Pictures International», «Walt Disney Sony Pictures Releasing», «Двадцатый век Фокс-СНГ»);
- Официальные представители голливудских мейджоров («Каро Премьер» – фильмы «Warner Bros.», «Централ Партнершип» – пакет «Paramount»);
- Независимые компании-дистрибьюторы, выпускающие картины достаточно широкими тиражами (свыше 100 копий): «Наше кино», «Парадиз», «A Company» (выпускает фильмы только в партнерстве с «Двадцатый век Фокс СНГ»), «Вест», «Вольга», «DreamTeam», «Caravella DDC», «Top Film Distribution», «Люксор», «A-One Films», «Кинография», «Premium Film», «Синема Престиж», «Каскад», «Экспонента», «Кинологистика»;
- Независимые дистрибьюторы, фильмы которых выходят в ограниченный прокат (до 80 экранов): «Арена», «Русский репортаж», «Ракета Релизинг», «Reanimedia» (японская анимация), «Премьер-Кинопрокат»;
- Независимые кинопрокатчики, работающие с очень узкими релизами (до 20 экранов) – как правило, это артхаус для киногурманов или специфический этнический контент: АКМ, «P&I Films», «ПРовзгляд», «Кино без границ», «Красная Шапка Фильмс» (индийское кино), «UMS Film».

Отметим также, что все представители мейджоров не ограничивают свой пакет только голливудскими релизами: все они выпускают и независимые картины, в том числе российского производства.

Кроме того, на рынке действует ряд вертикально интегрированных холдингов: свои кинотеатральные сети имеют «Парадиз», «Люксор», «Вест», «Премьер-кинопрокат»; а «Централ Партнершип», «Парадиз», «Базелевс», «DreamTeam» являются еще и продюсерскими компаниями. Некоторые прокатчики также являются официальными представителями российских продюсеров, хотя и не входят с ними в состав одного холдинга: так, «Наше кино» сотрудничает с СТВ, а «Enjoy Movies» – с «Каропрокатом».

Таблица 34. Крупнейшие кинодистрибьюторы в России по кассовым сборам – рейтинг на 1 июля 2014 года*

#	Дистрибьютор	Кассовый сбор (млн руб.) и доля рынка				Кол-во фильмов в прокате и доля рынка			
		2011	2012	2013	1H 2014	2011	2012	2013	1H 2014
1	Двадцатый Век Фокс СНГ	3379,8	5092,8	6415,9	4727,7	18	19	30	15
		9,4%	13,0%	14,4%	19,3%	5,1%	4,5%	6,1%	6,7%
2	Централ Партнершип	8904,8	5355,1	5967,9	4377,7	38	33	33	21
		24,8%	13,6%	13,4%	17,9%	10,7%	7,8%	6,7%	9,3%
3	Каро Премьер/ Каропрокат	4221,7	5664,2	6905,9	3921,9	24	30	22	15
		11,8%	14,4%	15,5%	16,0%	6,8%	7,1%	4,5%	6,7%
4	WDSSPR	9112,4	9719,5	11 682,1	3917,5	31	31	39	11
		25,4%	24,8%	26,2%	16,0%	8,8%	7,3%	7,9%	4,9%
5	UPI	2638,8	4729,9	4891,2	2277,4	18	24	22	6
		7,3%	12%	10,9%	9,3%	5,1%	5,7%	4,5%	2,7%
6	Наше кино	1817,7	1326,9	2059,6	1065,8	13	11	25	14
		5,1%	3,4%	4,6%	4,3%	3,7%	2,6%	5,1%	6,2%
7	Парадиз	2191,9	1364,4	1814,3	950,5	25	28	28	12
		6,1%	3,5%	4,1%	3,9%	7,1%	6,6%	5,7%	5,3%
8	А Company (совместно с Двадцатый Век Фокс СНГ)	-	516,1	480,3	912,5	-	1	6	5
		-	1,3%	1,1%	3,7%	-	0,2%	1,2%	2,2%
9	Bazelevs	950,5	581,5	1827,2	876,8	2	5	9	1
		2,6%	1,5%	4,1%	3,6%	0,6%	1,2%	1,8%	0,4%
10	Вест	1459	2496,1	817,3	780,6	11	15	27	10
		4,1%	6,4%	1,8%	3,2%	3,1%	3,5%	5,5%	4,4%
11	Вольга	256,8	773,9	961,7	364,7	11	12	16	10
		0,7%	2%	2,2%	1,5%	3,1%	2,8%	3,3%	4,4%
12	DreamTeam	-	-	-	352,7	-	-	-	6
		-	-	-	1,4%	-	-	-	2,7%
13	Caravella DDC	124,6	465,7	187,8	257,2	24	18	20	7
		0,3%	1,2%	0,4%	1%	6,8%	4,2%	4,1%	3,1%
14	Top Film Distribution	725	594,1	248,4	247,9	26	29	28	9
		2%	1,5%	0,6%	1%	7,3%	6,8%	5,7%	4%
15	Люксор	510	390,5	441,6	239,2	16	14	13	7
		1,4%	1%	1%	1%	4,5%	3,3%	2,6%	3,1%
16	A-One Films	-	-	9,0	124,5	-	-	9	4
		-	-	0,0%	0,5%	-	-	1,8%	1,8%
17	Кинография	-	-	4,0	96,7	-	-	4	7
		-	-	0,0%	0,4%	-	-	0,8%	3,1%
18	Premium Film	35,7	102,9	561,9	59,7	9	20	19	8
		0,1%	0,3%	1,3%	0,2%	2,5%	4,7%	3,9%	3,6%
19	Синема Престиж	1,0	33,0	59,7	57,4	1	14	18	5
		0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,3%	3,3%	3,7%	2,2%
20	Каскад	414,3	385,5	165,5	41,2	12	13	8	4
		1,2%	1%	0,4%	0,2%	3,4%	3,1%	1,6%	1,8%

*Данные по числу фильмов в прокате и кассовым сборам в случае совместного проката фильма несколькими дистрибьюторами отнесены ко всем компаниям в полном объеме, поскольку нет данных о доле участия каждой из них.

Источник: «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика»,
Невафильм Research

6.3. Основные тенденции и перспективы развития

- Цифровая революция, произошедшая в мировом кинематографе, позволила выпускать фильмы на киноэкраны с меньшими затратами и способствовала расширению числа независимых игроков на российском рынке, экспериментирующих как с широкими, так и с узкими релизами. Однако к 2014 году возможности цифровой

дистрибьюции по расширению российской киноафиши и увеличению прокатных тиражей оказались исчерпанными. Стало ясно, что время экспериментов закончилось, причем для некоторых старейших и сильнейших независимых прокатчиков неудачно. Во втором полугодии 2014-го с рынка ушли компания «Кино без границ», с 2010 года находившаяся в частичном владении медиакорпорации «AR Films» Александра Роднянского, передав права на свою библиотеку «А Company»⁷⁶; а также группа компаний «Кармен», которая сначала перестала выпускать артхаус под маркой «Другое кино», а затем и закрыла бренд «Caravella DDC». Примечательно, что ряд проектов закрывшихся прокатчиков был даже возвращен правообладателям, так и не выйдя на российские экраны. Владельцы КБГ⁷⁷ и «Caravella»⁷⁸ сходятся во мнении, что окупить качественное независимое и артхаусное кино в России стало невозможно после сокращения закупок и снижения цен со стороны эфирных телеканалов: кинотеатров, работающих со сложным кино, в стране не становится больше, а интернет-продажи пока не оправдывают себя ввиду высокого уровня видеопиратства. Подобные проблемы могут способствовать дальнейшему сокращению числа кинопрокатных компаний и укрупнению российского рынка;

- Сокращается и количество компаний, выпускающих на экраны программы креативного контента: в 2014 году в этом сегменте активными были только специализированные фирмы. При этом особенность данного вида проката вырисовывается все отчетливее: подобные проекты, особенно посвященные классической музыке, имеют очень долгую экранную жизнь, поскольку постоянно выходят на новых площадках, а также возвращаются на экраны одних и тех же кинотеатров, приучивших своих зрителей к регулярным показам опер и балетов;
- Цифровые технологии дали толчок и для развития регионального кинематографа: местные фильмы появляются на экранах все большего числа регионов и пользуются популярностью у публики, а производители задумываются об экспорте своих лент за пределы родных республик и даже за границу. В ближайшее время можно ожидать выход сибирских и дальневосточных продюсеров на рынки культурно близких

⁷⁶ А. Дьяков. «Кино без границ»: перспектива — банкротство?: <http://cinemaplex.ru/2014/10/22/kino-bankrotstvo.html>.

⁷⁷ А. Дьяков. Что происходит с «Кино без границ»? Жестокий бизнес для независимых дистрибьюторов: <http://cinemaplex.ru/2014/04/22/cinema-without-frontiers.html>.

⁷⁸ Игорь Лебедев: Эксклюзивный комментарий о судьбе «Каравеллы DDC»: <http://cinemaplex.ru/2014/07/06/igor-lebedev-comment.html>.

им азиатских стран, причем основой такого экспорта станут коммерческие картины;

- В то же время основой российского экспорта в Европу остаются артхаусные проекты, собирающие небольшую аудиторию. А главными европейскими рынками сбыта для отечественных производителей остаются страны постсоветского пространства и Франция – эта ситуация не меняется уже долгие годы и вряд ли стоит ожидать ее перелома в ближайшее время;
- Внутренний кинопрокатный рынок России, в связи с замедлением расширения киносети и завершением перехода на цифру, замер. Бурный рост посещаемости прежних лет уже не повторится и по причине медленного роста уровня кинопотребления, поскольку на прокате начинает сказываться приблизившаяся демографическая яма, сократившая число людей киноактивного возраста (18–25 лет);
- Кроме того, колебания курса национальной валюты (уже по итогам 2014 года), скорее всего, повлекут за собой стагнацию или даже снижение кассовых сборов в долларовом эквиваленте. А в условиях международных санкций и ухудшающейся экономической ситуации в стране повысится эластичность спроса на киноуслуги, что может привести к снижению цен на кинобилеты; рост в последнее время опустился ниже темпов инфляции.

Таким образом, российских дистрибьюторов и их зарубежных партнеров ожидают непростые годы работы на стагнирующем рынке в условиях падающего спроса (в связи с сокращением молодой аудитории) и исчерпанности основного ресурса повышения эффективности (цифрового проката). На конкурентном рынке выживут только самые крупные или самые креативные компании.

ГЛАВА 7. РЫНОК ДОМАШНЕГО ВИДЕО

7.1. Структура отрасли

7.1.1. Методологические аспекты

Статистика домашнего видео на физических носителях в России никогда не велась официально и систематически. Ввиду больших объемов пиратского рынка, сформировавшегося еще на заре перехода страны к рыночной экономике благодаря несовершенству законодательства (долгому неприсоединению страны к Бернской конвенции, а затем распространению «сублицензий»⁷⁹), этот сегмент киноотрасли мало интересовал продюсеров и исполнительную власть. В результате вопрос формирования аналога ЕАИС на видеорынке никогда не вставал. Частные компании также не смогли построить открытую систему регулярной публикации отчетов о продажах видеокассет и дисков: единственная такая попытка была сделана журналом «Видеомагазин», до 2011 года публиковавшим агрегированные еженедельные отчеты нескольких крупных издателей, но не охватывавшим, тем не менее, всего рынка. Оценкой рынка также занимались некоторые зарубежные компании (IHS/«Screen Digest», GFK), но их отчеты являются коммерческими и недоступны для анализа в рамках данного исследования.

В связи с этим основным способом изучения домашнего видео на физических носителях в России является анализ списка релизов, представленных в открытых источниках. Традиционно такие списки публиковал журнал «Видеомагазин»; с 2008 года конкуренцию ему стало составлять электронное еженедельное издание «Бюллетень видеорынка», однако к началу 2012 года оба они прекратили свое существование. В настоящее же время единственным открытым источником данных о датах и издателях видеорелизов в России является сайт Кинопоиск (kinopoisk.ru), информация которого и была использована для составления списков DVD- и BD-изданий за период 2012–2014 годов; кроме того, списки наиболее крупных дистрибьюторов были верифицированы Невафильм *Research* путем отправки запроса самим издателям. На основе собранных данных был произведен анализ списков видеорелизов за период 2011 – 1H 2014 года с точки зрения типа контента, страны его производства, новизны выпуска и компаний-издателей.

Помимо этого в ходе исследования были проведены экспертные интервью с игроками российского рынка домашнего видео и контент-анализ прессы для выявления основных тенденций

⁷⁹ См. подробнее: Раздел 3.5.1. История становления рынка домашнего видео // Киноиндустрия Российской Федерации-2012: <http://publi.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+Film+Industry+2012+Nevafilm+RU.pdf/3bf9c019-2820-470d-9afb-e182659f0c57>.

и перспектив развития данного сегмента рынка сбыта кинопродукции в России.

7.1.2. Текущее состояние рынка

Российский рынок домашнего видео ведет свою историю с 1990-х. Переломными моментами в его развитии, оказавшими на него негативное влияние, стали дефолт 1998-го, всплеск пиратства на DVD в 2002–2003 годах и мировой экономической кризис 2008–2009 годов, после которого видеорынок начал приходить в постепенный упадок. Основными причинами для этого стали повсеместное распространение Интернета, очередной всплеск видеопиратства в Сети (уже без физических носителей), и активное развитие легальных каналов цифровой дистрибуции видеоконтента.

Опрошенные летом 2014 года эксперты свидетельствуют, что после 2012 года они почувствовали особенно резкое ухудшение ситуации на рынке домашнего видео: если до того объемы продаж сокращались на 10–20% ежегодно, то после этого падение стало составлять 20–40%. Главной причиной такого стремительного схлопывания рынка стало сокращение точек продаж дисков в России. Ушли с рынка или заметно сократили количество своих магазинов ряд специализированных торговых сетей – «Союз Видео», «Хит-зона», «Настроение», «Пурпурный легион». Полки с DVD и BD стали сокращать или даже убирать вовсе не только крупные сети, торгующие электроникой, но и продуктовые гипермаркеты, способствовавшие резкому росту продаж дисков в 2006–2007 годах. Сейчас такие сети, как «Ашан», «О'кей», «Лента», могут вообще не оборудовать отделы с дисками в своих новых магазинах, а в старых сокращают их размеры и ассортимент, предпочитая «корзины» с разнообразными дисками по единой – как правило, дисконтной – цене. Единственным продавцом продуктов, который еще продолжает более или менее активно поддерживать видео на носителях, остается премиальная сеть «Азбука вкуса» со специализированным брендом «Деликатесы стерео», сопровождающим некоторые продуктовые супермаркеты компании.

Сокращение сетевых точек продаж и их переориентация на более дешевые издания сильнее всего ударили по дорогим Blu-ray дискам. Видеодистрибьюторы стали сокращать тиражи: если в 2010–2012 годах фильмы категории «А» на BD выходили в среднем тиражами 5–10 тыс. шт., то в 2014-м объемы выпуска упали до 2–3 тыс. Аналогично сократились и тиражи DVD-релизов того же типа: со 100 тыс. экземпляров в среднем до 30–40 тыс.

Еще одним негативным трендом, повлекшим за собой снижение продаж и сокращение тиражей, стало падение интереса к дискам в регионах России. Именно в регионах больше всех дисков

продавали продуктовые сети гипермаркетов, которым эта товарная категория стала не интересна в последние годы. Если несколько лет назад большинство дистрибьюторов активно выпускали упрощенные «региональные» издания фильмов (например, без дополнительных материалов и оригинальной звуковой дорожки – для продажи за пределами Москвы), то сейчас подобные издания пользуются все меньшим спросом и их количество заметно сократилось. В 2010 году объемы продаж дешевых (региональных) и дорогих (полных) дисков распределялись в соотношении один к трем; к 2014-му эта пропорция сократилась до одного к одному. В регионах развивается широкополосный доступ в Интернет, растет осведомленность россиян о легальных сервисах видео по запросу в Сети, и их интерес как к бесплатным, так и к платным приложениям и сайтам, позволяющим смотреть фильмы.⁸⁰

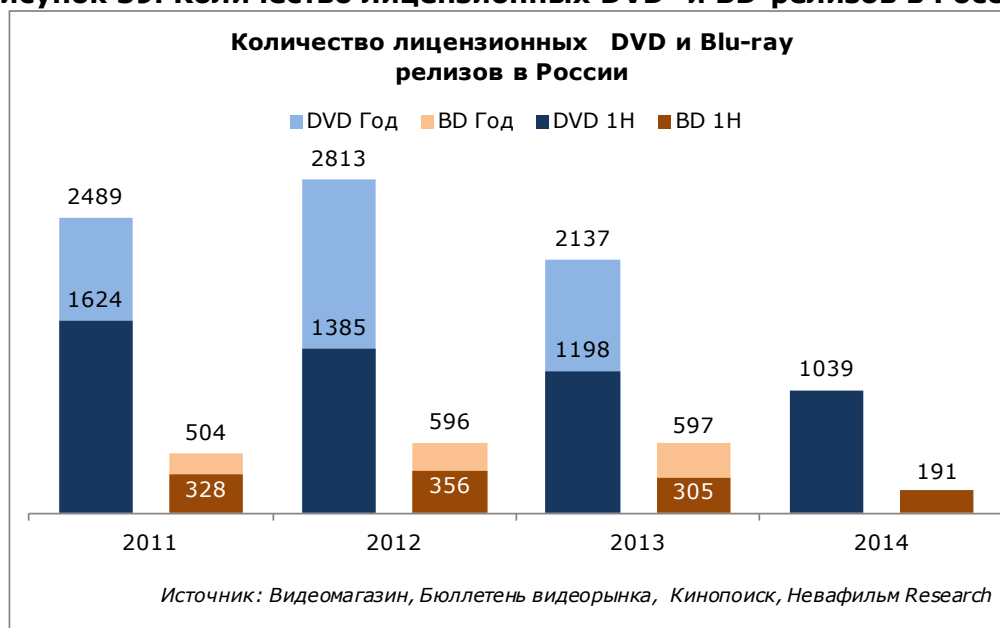
На фоне падения рынка начались и закрытия крупнейших заводов по выпуску DVD и BD: весной 2013 года прекратил работу «Ди Ви Ди Клуб», а через год и первый производитель BD в России – «Лазер-Видео Мультимедиа». В результате сейчас крупнейшим производителем дисков в стране стал завод «Sony Дадс», на котором сосредоточился выпуск всех фильмов голливудских мейджоров на Blu-ray.

7.1.3. Структура рынка по числу релизов

Анализ списков видеорелизов показывает, что, несмотря на сокращение тиражей дисков и объемов продаж, ассортимент фильмов, доступных российским потребителям, в 2013–2014 годах сократился не настолько значительно. В 2011 году было выпущено порядка 2,5 тыс. DVD-релизов и 500 BD; в 2012-м число релизов выросло до 2,8 тыс. и 600 соответственно; а в последние два года количество DVD-релизов держится на уровне 2 тыс. В то же время число изданий на BD сократилось за год в 1,5 раза (с 300 до 200 за первое полугодие). Таким образом, сокращение полков с BD в крупных сетевых супермаркетах и гипермаркетах отразилось на политике видеоиздателей по выпуску этого формата. Еще одним фактором, повлиявшим на число BD-релизов в России в 2014 году, стала низкая активность одного из представителей голливудских студий – компании «Sony Pictures», которая с мая временно прекратила выпуск фильмов на носителях в связи со сменой своего дистрибьютора в стране; релизы студии возобновились только с августа – под маркой компании «СР Дистрибуция».

⁸⁰ Заметим, что это стало также причиной резкого снижения уровня пиратства на физических носителях в России, которое к настоящему моменту, по словам опрошенных экспертов, почти исчезло.

Рисунок 39. Количество лицензионных DVD- и BD-релизов в России

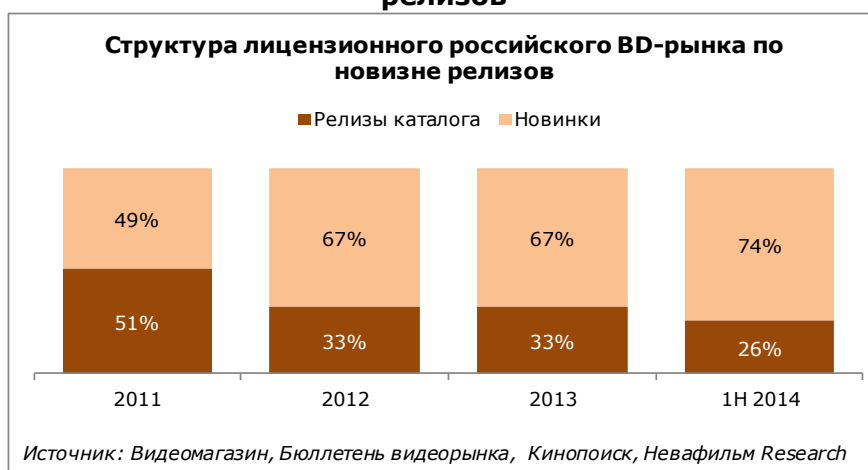


Что касается новизны выпускаемых на видео фильмов, то в сегменте DVD-релизов наблюдается относительная стабильность: год от года дистрибьюторы придерживаются более или менее равномерного распределения между новинками (фильмами, снятыми в течение последних двух лет) и изданиями каталога. Тогда как на рынке Blu-ray, начиная с 2012 года, прослеживается тенденция к сокращению выпуска библиотечных изданий. В этом премиальном формате правообладатели все чаще предпочитают выпускать только самые свежие премьеры, эффект от проката которых в кинотеатрах еще не стерся из памяти зрителей. Если в 2011 году BD-новинки составляли 49% от всех релизов, то в первом полугодии 2014-го – уже 74%.

Рисунок 40. Структура лицензионного российского DVD-рынка по новизне релизов



Рисунок 41. Структура лицензионного российского BD-рынка по новизне релизов



Среди типов видеопродукции, выпускаемой на DVD и BD, в России преобладают художественные фильмы; при этом в формате Blu-ray таких релизов в среднем на 10 п. п. больше (от 57% до 67% (в зависимости от года) и от 67% до 84% соответственно). Второе место по числу наименований занимают анимационные фильмы и сериалы, причем их доля среди DVD-релизов в последние годы резко выросла с 15–20% до 30%, тогда как на BD она держится на постоянном уровне в 15–20%. Что касается игровых телесериалов, то их время, судя по всему, проходит: расцвет их выпуска пришелся на 2012 год, когда на DVD выпускались практически все отечественные сериалы, транслировавшиеся на эфирных телеканалах; сейчас же их доля в структуре DVD-релизов сократилась до 2%. На BD сериалы занимают несколько более прочную позицию (имея 4% в 2014 году), при этом и качество сериалов в формате Blu-ray выше, чем на DVD, – в основном это высокобюджетные телефильмы зарубежного производства («Игра престолов», «Шерлок» и т. п.). Интересна динамика доли документальных фильмов и сериалов (также в их число были включены обучающие и развлекательные программы и телепередачи): если на DVD их выпуск сократился (с 13% в 2011 году до 4% по итогам 2013-го), то на BD – вырос (с 3% до 12% за те же периоды).

Рисунок 42. Структура лицензионного российского DVD-рынка по типам релизов



Рисунок 43. Структура лицензионного российского BD-рынка по типам релизов



Таким образом, структура российского лицензионного рынка домашнего видео имеет ярко выраженную направленность на художественные кинофильмы, но форматы DVD и Blu-ray приобретают различную специализацию. Если в первом случае все больше проявляется ориентир на детскую аудиторию и на выпуск анимации, то во втором – издание дорогостоящих картин, включая сериалы и документалистику.

Число российских релизов по итогам первого полугодия 2014-го составило 353 наименования на DVD (34% от общего числа видеоизданий) и 34 на BD (18% от общего числа релизов). С

каждым годом отечественные продюсеры занимают все большую долю рынка домашнего видео по количеству выпускаемых наименований. Среди зарубежных релизов наибольшая часть традиционно приходится на видеопродукцию стран североамериканского региона – порядка 40% DVD и 50% в формате BD. На видеорелизы производства европейских стран обычно приходится до трети наименований, однако в первом полугодии 2014-го европейские DVD-релизы сдали свои позиции – их доля снизилась сразу до 19%. Это связано с изменениями в составе видеоиздателей: с апреля 2014 года перестали выходить диски под маркой «Кармен Видео», одного из главных поставщиков независимого американского и европейского кино на российский рынок; с марта по август 2014-го не выпускала диски компания «Cinema Prestige», специализирующаяся на артхаусе; прекратил свою деятельность и один из лидеров прошлых лет по числу релизов «Флагман Трейд». Доля продукции других стран, в том числе азиатского региона, на российском рынке минимальна – 4% DVD-релизов и 2% BD.

Рисунок 44. Структура лицензионного российского DVD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)



Рисунок 45. Структура лицензионного российского BD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)



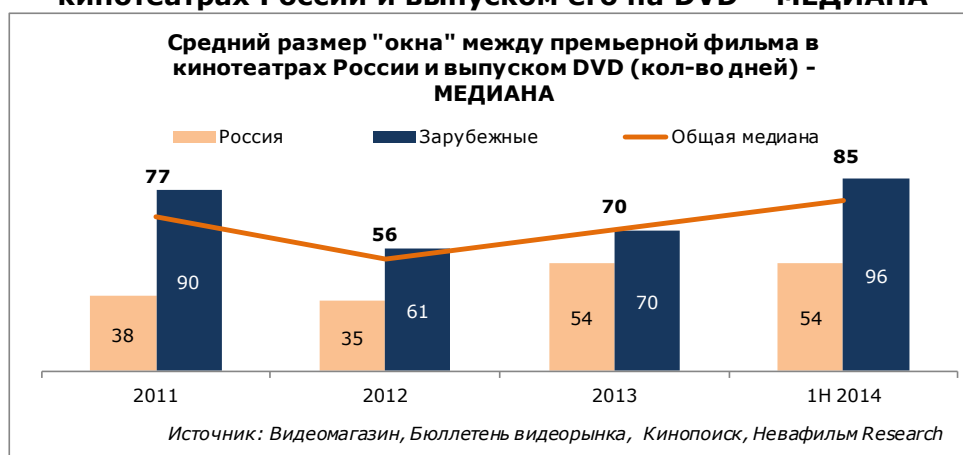
В целях борьбы правообладателей и дистрибьюторов с видеопиратством на российском рынке некоторое время происходило постепенное сокращение срока между премьерой фильма в кинотеатрах и выпуском его на видео. Однако после 2009 года ситуация стала меняться: представители голливудских студий начали отказываться от выпуска «урезанных» версий кинотеатральных премьер в небольшом «окне». С каждым годом эта проблема становится все менее актуальной ввиду сокращения объемов продаж дисков в целом; сейчас на первый план выходит выпуск фильмов в премиальных сервисах видео по запросу до релиза на DVD и BD или даже во время их показа в кинотеатрах. Так, платный сервис «Play» в 2013 году сделал это частью своей стратегии, о которой он уведомляет пользователя, помечая фильмы в своей видеотеке специальным значком «Одновременно с кинотеатрами».

Сейчас средний размер «окна» до выпуска фильмов на российском видеорынке составляет 113 дней, причем у отечественных картин этот срок существенно меньше, чем у зарубежных (89 дней против 121). Медиана размера «окна» до выпуска на видео составляет 85 дней. Значения «окон» особенно быстро стали возрастать после 2012 года, прежде всего у зарубежных видеорелизов, достигнув в 2014 году 96 дней – это почти вдвое больше, чем у российских фильмов (54 дня).

Рисунок 46. Средний размер «окна» между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском его на DVD



Рисунок 47. Средний размер «окна» между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском его на DVD – МЕДИАНА



7.2. Основные игроки

В целом к середине 2014 года на российском рынке лицензионного видео насчитывается около 20 игроков, среди них:

- Прямые представители голливудских мейджоров («Двадцатый век Фокс СНГ» издает пакеты «20th century Fox» с 2004 года и «Universal» – с 2011-го);
- Официальные представители голливудских мейджоров, имеющие также и большие независимые пакеты: «Новый диск» – «Paramount» с 2012 года; «Видеосервис» – «Walt Disney Pictures» с осени 2012-го (после того, как мейджор закрыл свое представительство в России) и «Sony Pictures» до мая 2014-го; «СР Дистрибуция» с 2011 года представляет релизы «Warner Bros.» и с августа 2014-го – «Sony Pictures»;
- Независимые видеодистрибьюторы, предлагающие широкий спектр отечественных и зарубежных релизов («Русское счастье», «Lizard Cinema Trade», «Мистерия Звука», «Кармен Видео», «Парадиз», «Азимут», «CD Land»,

«Cinema Prestige», «Вольга», «West Video», «Компания WWW.RECORDS», «RUSCICO», «Олимп-Тел», «Reanimedia»).

Если рассмотреть динамику выпуска DVD первыми 15 компаниями по совокупному числу релизов за период 2011 – 1Н 2014-го, то можно заметить, что доля наименований, выпущенных этими компаниями, с каждым годом стремительно растет. Если в 2011-м на видеоиздателей за пределами топ-15 пришлось порядка 17% релизов, то в первом полугодии 2014-го – лишь 2% (см. Рисунок 48).⁸¹ За последние три года поменялись и лидеры этого рынка: традиционно крепкие позиции занимают «Новый диск» и «СР Дистрибуция» (включая релизы, выходящие под маркой «Премиум фильм»), тогда как растут доли рынка в руках у «Видеосервиса» (после возвращения к нему «Disney»), «Lizard Cinema Trade» и «CD Land» (превратившихся в лидеров по выпуску независимых фильмов); сократили выпуск или ушли с рынка к 2014 году «Флагман Трейд», «Мистерия звука», «Кармен Видео» и др.

Компаний, выпускающих BD, всего около пятнадцати; десять из них (крупнейшие по числу релизов за период 2011 – 1Н 2014 года) при этом удерживают свои позиции на рынке достаточно стабильно. Компании же за пределами данной десятки выпускают не более 7% наименований в формате Blu-ray. Тройка лидеров в этом сегменте такая же: «Новый диск», «СР Дистрибуция» и «Lizard Cinema Trade» (см. Рисунок 49).

⁸¹ Данные по числу релизов в случае совместного выпуска диска несколькими дистрибьюторами отнесены ко всем подобным компаниям, поэтому сумма релизов всех издателей оказывается больше суммы всех наименований дисков.

Рисунок 48. Доли крупнейших DVD-издателей на российском видеорынке по количеству релизов (2011 – 1Н 2014)

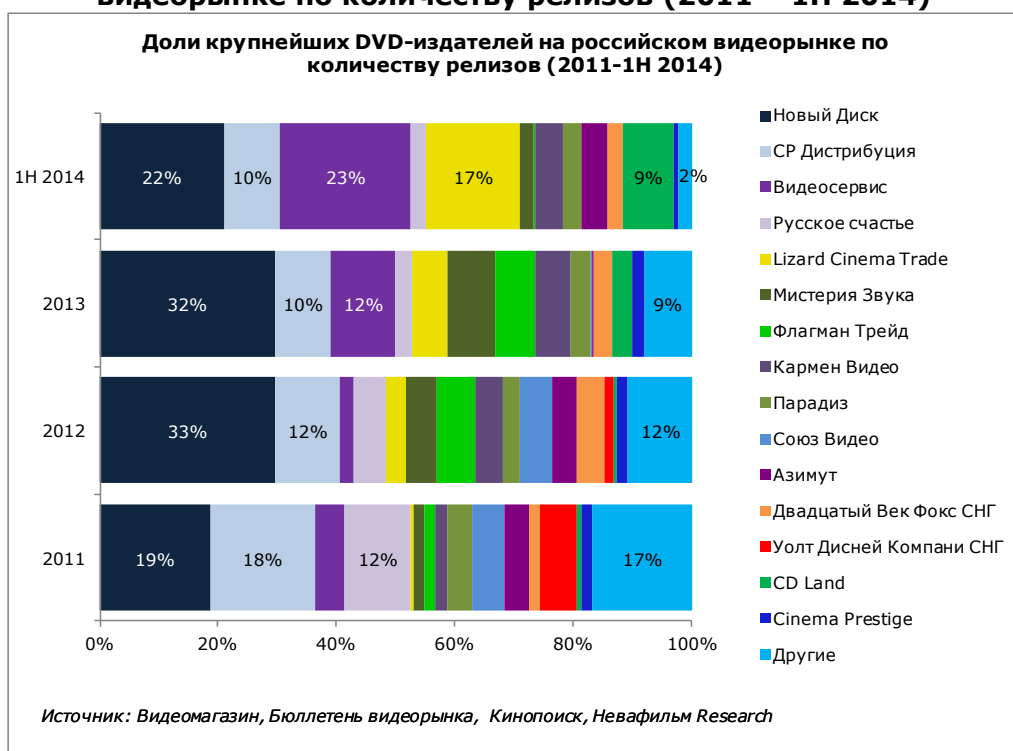


Рисунок 49. Доли крупнейших BD-издателей на российском видеорынке по количеству релизов (2011 – 1Н 2014)



По жанровой принадлежности выпускаемых DVD-релизов в первом полугодии 2014-го ведущие российские дистрибьюторы распределились следующим образом (см. Таблица 35). Художественные фильмы наиболее широко представлены в пакетах «Видеосервиса» и «Lizard Cinema Trade». В выпуске на видео анимационных фильмов и мультсериалов лидирует «Новый диск». После ухода с рынка компаний «Флагман трейд» и сокращения

объемов выпуска «Мистерией звука» в 2014 году телевизионные сериалы практически перестали появляться на DVD; а после закрытия «Союз видео» и «DVD Магии» в 2013-м почти исчезли и документальные релизы.

Таблица 35. Рейтинг крупнейших игроков российского рынка DVD-дистрибуции по числу и типам релизов первой половины 2014 года

Место	Издатель	Игровые сериалы	Анимация	Художественные фильмы	Документальные фильмы и сериалы	Всего релизов	Доля рынка по числу релизов
1	Видеосервис	0	92	146	5	243	23,4%
2	Новый Диск	0	155	73	4	232	22,3%
3	Lizard Cinema Trade	0	8	163	5	176	16,9%
4	СР Дистрибуция	6	22	76	2	106	10,2%
5	CD Land	5	7	84	0	96	9,2%
6	Кармен Видео	5	0	42	6	53	5,1%
7	Азимут	0	0	47	0	47	4,5%
8	Парадиз	0	5	31	0	36	3,5%
9	Русское счастье	6	0	23	0	29	2,8%
10	Двадцатый Век Фокс СНГ	0	8	20	1	29	2,8%
11	Мистерия Звука	3	0	21	2	26	2,5%
Всего за 1Н 2014		22	293	700	24	1039	100%

Источник: Кинопоиск, Невафильм Research

Телевизионные игровые сериалы на Blu-ray в России выпускают всего две компании – «Lizard Cinema Trade» и «СР Дистрибуция». Лидером в сегменте документального кино на BD была компания «Кармен Видео», недавно прекратившая свою деятельность. По выпуску анимации и художественных картин лидирует «Новый диск».

Таблица 36. Рейтинг крупнейших игроков российского рынка BD-дистрибуции по числу и типам релизов первой половины 2014 года

Место	Издатель	Игровые сериалы	Анимация	Художественные фильмы	Документальные фильмы и сериалы	Всего	Доля рынка по числу релизов
1	Новый Диск	0	12	36	2	50	26,2%
2	Lizard Cinema Trade	5	6	24	0	35	18,3%
3	СР Дистрибуция	2	0	29	0	31	16,2%
4	Двадцатый Век Фокс СНГ	0	1	24	0	25	13,1%
5	Видеосервис	0	6	14	2	22	11,5%
6	Кармен Видео	0	0	4	7	11	5,8%
7	CD Land	0	1	6	0	7	3,7%
Всего за 1Н 2014		7	30	143	11	191	100%

Источник: Кинопоиск, Невафильм Research

7.3. Перспективы развития видеорынка

- Хотя объемы продаж российского рынка домашнего видео на носителях сокращаются, число выпускаемых на DVD фильмов снижается не так стремительно – в год в России выходит

порядка двух тысяч наименований дисков. В то же время молодой формат Blu-ray так и не смог добиться результатов формата-предшественника, поскольку первым попал под сокращение в сетях массовой продажи дисков: списки релизов BD уменьшились в 2014 году на треть.

- Количество игроков рынка сокращается не только в связи с проблемами физических носителей, спрос на которые с каждым годом падает, но и по совокупности проблем рынка дистрибьюции в целом. Так, закрытие группы компаний «Кармен», в которую входили «Кармен Видео», «Caravella DDC» и «Другое кино», связано не только с сокращением продаж DVD и BD, но и с падением спроса на независимые фильмы в кинотеатрах – на фоне высоких закупочных цен на международном рынке.
- При этом на отечественном видеорынке остро стоит проблема представительства мейджоров. Контракты голливудских студий с российскими видеоиздателями скоро закончатся, а новые – исключительно краткосрочны. Вопрос продления этих контрактов может стать решающим, поскольку российские компании готовы платить за пакеты мейджоров все меньшие суммы, тогда как Голливуд вполне может на это не согласиться – вплоть до полного ухода отдельных студий с российского видеорынка.
- В целом, на наш взгляд, нас ожидает усиление позиций ключевых игроков – весь рынок в ближайшие годы может свестись к 3–5 издателям, которые, вероятнее всего, сосредоточатся на двух направлениях: 1) выпуск новинок кинопроката и телевидения (в случае сериалов); 2) выпуск дорогих коллекционных изданий известных кинофраншиз.
- Пока же главной проблемой, стоящей перед основными игроками российского видеорынка, является поиск новых путей сбыта своей продукции (так, «Видеосервис» поддерживает связь с сетевыми гипермаркетами, предлагая им дешевые издания DVD для продаж в «корзинах», а «СР Дистрибуция» заключила договор с «Почтой России») или даже диверсификация своей деятельности – в сторону цифровой дистрибьюции (это направление активно развивает «Новый диск», сотрудничая с «iTunes»).

ГЛАВА 8. ВИДЕО ПО ЗАПРОСУ

8.1. Основные понятия, определения и методология исследования

8.1.1. Основные понятия

Video on Demand (VoD) — видео по запросу, система индивидуальной доставки абоненту телевизионных программ и фильмов. Фильм можно в любое время заказать из каталога, при этом часто поддерживаются дополнительные функции: перемотка, пауза, закладки.

Различают несколько технологий предоставления сервиса видео по запросу:

1. Фильмы онлайн (Internet Video on Demand, iVoD) – способ просмотра кинофильмов прямо через Интернет. По данной модели работают онлайн-кинотеатры, а также операторы платного ТВ, предоставляющие услугу VoD на базе IPTV;
2. Near Video On Demand (NVoD) (*англ.* почти видео по требованию) – сервис цифрового телевидения «виртуальный кинозал», или «карусельное видео». При работе в данном формате предварительно сформированный контент вещают по определенному расписанию. Данная модель используется такими компаниями, как «НТВ+» и «Акадо», где абонент покупает просмотр фильма в определенное время.

Онлайн-кинотеатры – видеоресурсы, предлагающие к просмотру легальный профессиональный видеоконтент по запросу (VoD) через Интернет по модели ОТТ.

Операторы VoD – операторы, предлагающие легальный видеоконтент по запросу через собственную управляемую сеть (сеть передачи данных оператора).

Агрегатор – компания, занимающаяся установлением множественных договоренностей с отдельными контент- и сервис-провайдерами, а также с операторами для облегчения процесса организации доставки контента его потребителям – абонентам.

Правообладатель – физическое или юридическое лицо, являющееся обладателем прав на тот или иной контент, например на фильм.

SVoD (Subscription Video on Demand) – услуга предоставления доступа к видеоконтенту на условиях подписки (ежемесячной и т. п.).

EST (Electronic sell-through) – покупка контента с возможностью многократного просмотра без ограничения по времени.

AVoD (Advertising Video on Demand) – услуга предоставления доступа к видеоконтенту на условиях просмотра пользователем рекламы (бесплатно для пользователя).

TVoD (Transactional VoD) – покупка контента на условиях однократного просмотра или краткосрочной аренды (как правило, в течение 48–72 часов).

8.1.2. Классификация VoD-сервисов

VoD-сервисы классифицируют по различным критериям:

По наличию договоров с правообладателями

- Легальные видеопорталы – видеопорталы, предоставляющие доступ к контенту на основании договоров с правообладателями. Среди крупнейших легальных видеопорталов – ivi.ru, «Zoomby», «Tvigle» и пр.
- Нелегальные видеопорталы («пиратские сайты») – порталы, предоставляющие доступ к видеопродукции без разрешения правообладателей. Крупнейшим по аудитории порталом, где до сих пор размещается нелегальное видео, является социальная сеть «ВКонтакте».

По принципу получения доходов

- Платная модель – модель, по которой онлайн-ресурс предоставляет доступ пользователю к видеоконтенту за плату (подписка, плата за разовый просмотр, за скачивание). По данной модели работают «Play», VoD сервисы операторов платного телевидения («Ростелеком», «ВымпелКом» и пр.).
- Рекламная модель – модель предоставления доступа к видеоконтенту бесплатно для пользователя. Видеосервис получает доходы от размещения рекламы. Среди видеоресурсов, действующих исключительно по рекламной модели, – «Zoomby», «Tvigle», «Videomore».

По способам просмотра

- Потокное видео – пользователь просматривает видео в режиме онлайн, без скачивания. При этом по платной модели (TVoD) обычно предлагается вариант с отложенным просмотром на условиях краткосрочной аренды (как правило, в течение 48–72 часов). На потокное видео приходится основная доля легального видеоконтента.
- Скачиваемое видео, когда файл с видео предварительно скачивается пользователем на его устройство. Практически 100% скачиваемого видео сегодня приходится на пиратские ресурсы. Среди легальных видеосервисов возможность скачивания предлагают «Play», «Stream», а также оналайн-магазины контента корпораций «Apple» и «Google».

По виду видеоконтента

- Видеоportалы с UGC-контентом (UGC – User-generated Content) – с контентом, создаваемым пользователями (любительские материалы, размещенные в Интернете. Как правило, не облагаются авторским правом). Крупнейшим порталом с наибольшим объемом UGC-контента в России является «YouTube».
- Видеоportалы с профессиональным контентом, защищенным авторскими правами. В первую очередь к такому контенту относятся фильмы и сериалы, права на показ которых приобретает видеоportal (это преобладающий контент на таких площадках, как «Megogo», ivi.ru, «Play», «Zoomby» и пр.). Ряд видеосервисов предлагает в том числе авторский контент собственного производства (например, «Tvigle» – мультфильмы «Versus»). Кроме того, некоторые онлайн-сервисы осуществляют показ телепередач с незначительным лагом (обычно в несколько часов) по так называемой технологии «захвата эфира» – catch-up TV. Чаще всего catch-up используют видеоportалы официальных сайтов телеканалов – 1tv.ru, ntv.ru, tnt-online и пр.
- Гибридный тип. Сегодня многие порталы, созданные как видеохостинги UGC-контента, перешли на гибридную модель, предлагая наряду с UGC-контентом профессиональный видеоконтент. По данным АЦ VI («Аналитический центр Video International»), на портале «Rutube» доля лицензионного контента в начале 2014 года составляла 95%, на «YouTube» – около 45%. И наоборот, видеоportалы, специализирующиеся на профессиональном видеоконтенте, предлагают UGC-контент (например, «Tvigle»).

По платформе

Подавляющее большинство видеосервисов (все крупнейшие) предлагают в настоящее время просмотр на всех основных типах устройств – компьютерах, мобильных устройствах, Smart-телевизорах.

- Персональные компьютеры (WEB-интерфейс). Основное устройство, просмотр с ПК (стационарных компьютеров, ноутбуков) предлагают все без исключения онлайн-сервисы.
- Мобильные устройства (смартфоны, планшеты). Возможность просмотра своего видеоконтента с мобильных устройств предлагают все крупнейшие онлайн-видеосервисы. В то же время многие небольшие видеоportалы – такие, как drugoe kino.ru, ориентируются только на пользователей ПК.
- Smart TV – телевизоры с функцией подключения к Интернету. Среди встроенных приложений Smart TV онлайн-видеосервисы, безусловно, являются самыми популярными.

Приложения крупнейших видеопорталов сегодня имеются на всех (у ivi.ru) либо практически на всех (у «YouTube», «Zoomby», «Play», «Megogo» и пр.) марках производителей Smart-телевизоров.

По технологии доставки сигнала

- По управляемой сети (операторский VoD). Услуга предоставляется на собственной инфраструктуре оператора ШПД/платного ТВ, таким образом, доступ к видеоконтенту предлагается только абонентам оператора («Ростелеком», «ВымпелКом», «НТВ+» и пр.).
- По неуправляемой сети (ОТТ-сервисы). Услуга предоставляется всем интернет-пользователям, независимо от того, к какому оператору ШПД/платного ТВ они подключены.

8.1.3. Методология исследования и методика подсчета

Данное исследование является комплексным анализом рынка VoD-сервисов по следующим источникам:

- Данные игроков рынка;
- Результаты опроса экспертов рынка (АЦ VI , TNS, GfK, AdFox, вендоры оборудования Smart TV);
- Специальные системы статистики (Google Analytics, SimilarWeb, Alexa, СПАРК, статистика магазинов приложений и др.);
- Общепринятые измерения по онлайн-видео (статистика TNS, comScore);
- Проведенные другими компаниями опросы (Омнибус GfK);
- Пресс-релизы и прочая информация в открытом доступе.

При оценке объема рынка сервисов VoD использовался метод оценки bottom-up (снизу вверх), при котором размер всего рынка в стоимостном выражении рассчитывается как сумма доходов от предоставления VoD-сервисов всех основных игроков рынка. Данные о коммерческой деятельности провайдеров VoD-сервисов запрашивались у всех ключевых игроков рынка.

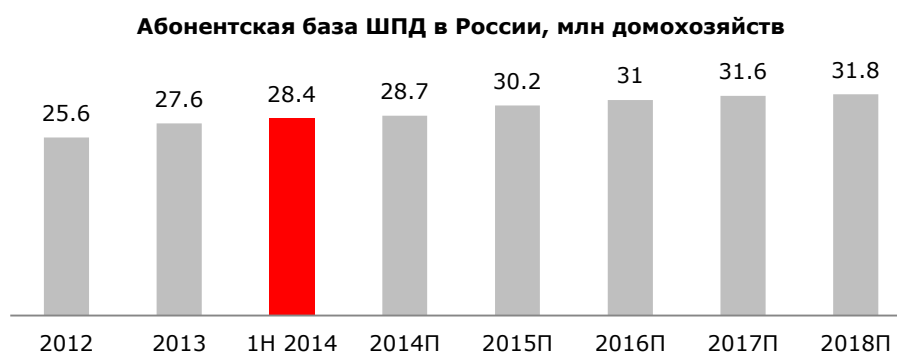
В случае отсутствия информации от провайдера «iKS-Consulting» делала собственные экспертные оценки показателей коммерческой деятельности, основываясь на данных систем статистики, общих рыночных показателях и мнении экспертов рынка, в том числе конкурентов.

8.2. Объем и структура рынка VoD на первое полугодие-2014

8.2.1. Объем и структура рынка

Повышение популярности видео по запросу в России обусловлено в первую очередь продолжающимся процессом проникновения широкополосного доступа в Интернет.

Рисунок 50. Абонентская база ШПД в России (2012 – 2018П)

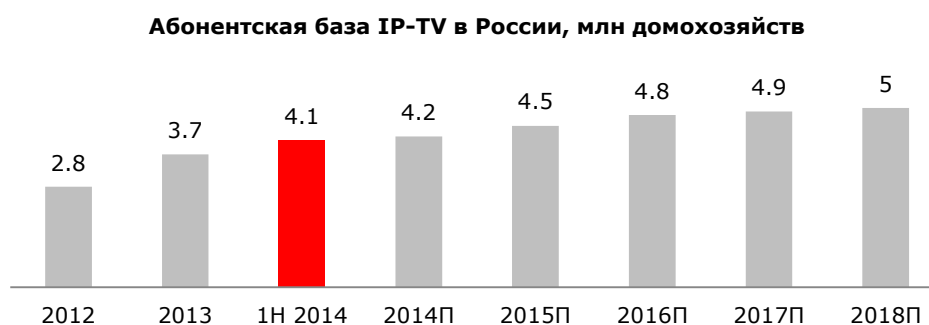


Источник: iKS-Consulting

И если в крупных городах проникновение вплотную приблизилось к предельным показателям, то во многих небольших населенных пунктах все еще сохраняются перспективы для развития. Именно поэтому пользователи все чаще проявляют интерес к VoD-сервисам.

Неуклонно растет и количество пользователей, подключенных по технологии IP-TV, позволяющей обеспечить цифровыми теле- и видеосервисами абонентов, уже подключенных к ШПД.

Рисунок 51. Абонентская база IPTV в России (2012 – 2018П)

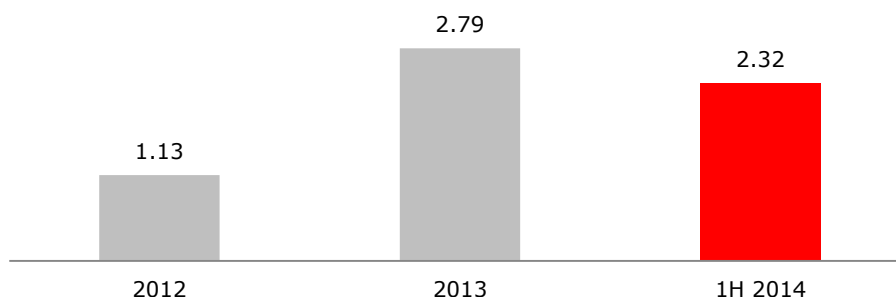


Источник: iKS-Consulting

Рынок видео по запросу показывает высокие темпы развития. По оценке «iKS-Consulting», в 2013 году он показал рост на 147% по сравнению с 2012 годом и достиг объема почти в 2,8 млрд руб. В первом полугодии 2014-го его объем уже составил 2,3 млрд, то есть высокие темпы сохраняются.

Рисунок 52. Рынок видео по запросу в России (2012 – 1Н 2014)

**Рынок видео по запросу в России, 2012 – 1Н2014,
млрд руб.**

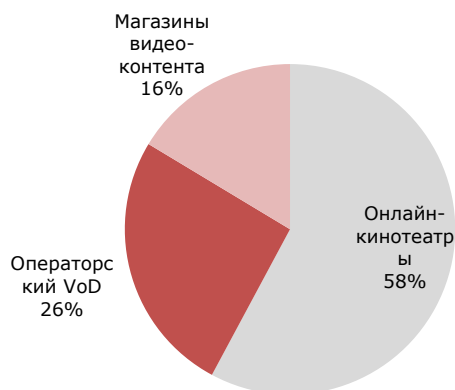


Источник: iKS-Consulting

По результатам 2013 года основную долю на рынке видео по запросу занимают онлайн-кинотеатры (58% рынка), далее идут операторский VoD и магазины контента (26% и 16% соответственно).

Рисунок 53. Структура выручки по видам сервисов (1Н 2014)

**Структура выручки по видам
сервисов, 1Н 2014**

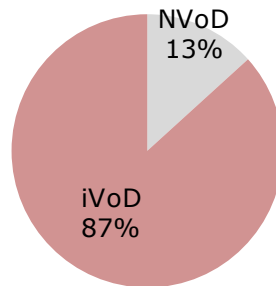


Источник: iKS-Consulting

Подавляющую долю в общей структуре выручки занимает интернет-видео по запросу (iVoD), так как этим способом доставки сигнала пользуются не только онлайн-кинотеатры, но и подавляющая часть IPTV-операторов. Долю в 13% NVoD формируют два спутниковых оператора («Триколор» и «НТВ+»), а также та часть операторов платного ТВ, которая предоставляет доступ к «карусельному» видео по запросу (например, «Акадо»).

Рисунок 54. Структура выручки по способам просмотра (2013)

Структура выручки по способам просмотра, 2013 год

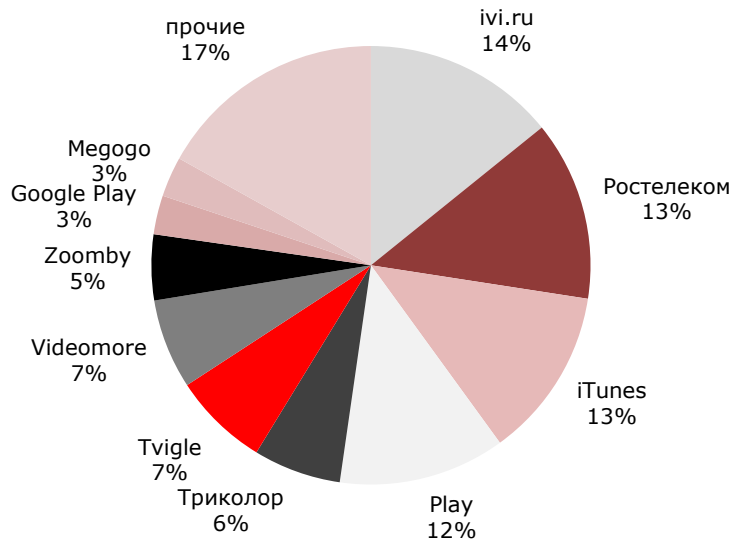


Источник: iKS-Consulting

По данным «iKS-Consulting», костяк крупнейших игроков рынка VoD в России составляют онлайн-сервисы. Среди компаний с долей более 5% представлено пять онлайн-кинотеатров, и только один оператор IPTV («Ростелеком») и один спутниковый («Триколор»). Обе эти компании занимают лидирующие позиции в своих сегментах платного ТВ с большим отрывом от конкурентов по абонентским базам.

Рисунок 55. Структура выручки рынка сервисов видео по запросу по игрокам (1H 2014)

Структура выручки рынка сервисов видео по запросу по игрокам, 1H 2014



Источник: iKS-Consulting

Конкурентная среда на рынке VoD еще только начинает формироваться, что дает основным игрокам широкое поле для экспериментов со своими бизнес-моделями и возможность занять

свою нишу, отстраниться от конкурентов. В топ-5 Российского рынка видео по запросу вошли три онлайн-кинотеатра (ivi.ru, «Tvigle» и «Play»), один оператор («Ростелеком») и магазин контента («iTunes»).

8.3. Ключевые игроки рынка видео по запросу в России

8.3.1. Классификация, бизнес-модели игроков

Рынок видео по запросу находится на начальной стадии развития, и поэтому еще рано говорить о наиболее эффективных моделях бизнеса – есть примеры успешного развития как по рекламной, так и по платной модели. Многие игроки сегодня пытаются использовать обе возможности монетизации своих сервисов.

Все игроки много внимания уделяют контентной политике, хотя выбирают разные стратегии: кто-то стремится к формированию обширной библиотеки самого разнообразного контента либо фокусируется на новинках, кто-то предлагает эксклюзивный контент либо занимается производством собственного.

Еще одной общей чертой является стремление операторов охватить аудиторию всех устройств, присутствуя на максимально возможном числе платформ.

Российский рынок услуг VoD формируется следующими основными группами игроков:

Операторы платного цифрового ТВ

Крупнейшим игроком рынка является компания «Ростелеком», на 1 июля 2014 года ей принадлежит более 55% всего рынка операторского VoD по объему выручки; далее следуют «Триколор», «Вымпелком» и «НТВ+», занимающие 27%, 8% и 4% рынка соответственно (по оценкам компании «iKS-Consulting»).

В 2013 году объем рынка операторского VoD увеличился в 2 раза по отношению к предыдущему году; показали рост и все основные игроки, в 2014-м данная тенденция сохраняется. Однако, несмотря на то что выручка от операторского VoD растет быстрыми темпами, ее доля в общих доходах операторов еще очень мала (в среднем 7% от выручки IPTV).

Крупные игроки рынка ШПД и IPTV-услуг все чаще проявляют интерес к видео по запросу. Некоторые крупные провайдеры уже давно развивают собственные онлайн-кинотеатры:

- «Ростелеком» – «Zabava»;
- «МегаФон» – «Trava»;
- МТС – «Stream».⁸²

⁸² Функционирует как самостоятельный проект, но изначально разрабатывался и развивался оператором сотовой связи МТС.

Те территории, где в силу объективных причин наблюдается слабое проникновение ШПД и IPTV – небольшие населенные пункты, дачные поселки и т. п. – высокой популярностью пользуются услуги спутниковых операторов. В силу отсутствия альтернативных источников доступа к видео по запросу и стремясь повысить доход от абонентов (ARPU – average revenue per user), операторы спутникового ТВ также предлагают доступ к VoD в качестве дополнительных пакетов. Такие услуги пока предоставляют только два оператора:

- «Триколор» – услуга «Кинозалы Триколор ТВ». Стоимость доступа к кинозалам составляет 500 руб./год;
- «НТВ+» – услуга «Кинодром». Оплата производится за каждый фильм, стоимость доступа составляет 99 руб.

Онлайн-кинотеатры

Онлайн-кинотеатры осуществляют распространение видеоконтента вне зависимости от того, к какому оператору подключен пользователь по принципу интернет-телевидения, когда передача данных осуществляется без непосредственного участия оператора ШПД, что позволяет онлайн-кинотеатру осуществлять свою деятельность без инвестиций в соответствующую инфраструктуру.

По оценке «iKS-Consulting», в 2013 году 97% рынка пришлось на девять онлайн-кинотеатров из более чем двадцати. Тем не менее крупная телекоммуникационная компания «Ростелеком» не оставляет попыток развить свой бизнес в Интернете путем покупки более крупного и успешного онлайн-кинотеатра. К возможному приобретению относят проект Now.ru, занимавшего в 2013 году, по оценке «iKS-Consulting», четырехпроцентную долю рынка онлайн-кинотеатров.

Магазины видео-контента (Stores)

Основными игроками данного рынка являются два крупных международных игрока – это «iTunes Store» и «Google Play», которые начали продажу видео-контента в конце 2012 года.

У обоих игроков схожая модель работы с контентом – фильмы можно как скачать, так и взять напрокат. Контент предлагается в двух вариантах качества – стандартном (SD) и High Digital (HD). Библиотека состоит из фильмов и полнометражных мультфильмов. Более «короткого» видео – сериалов, клипов, короткометражных мультфильмов – в библиотеке нет, что связано со сложностью монетизации короткого видео по моделям EST и TVoD: пользователи не готовы платить за десятиминутный мультфильм.

Таблица 37. Бизнес-модели крупнейших российских сервисов видео по запросу

Сервис	Рекламная модель	Платная модель		
	AVOD	TVOD	SVOD	EST
ivi.ru	Есть	Доступ к фильмам онлайн – 99–299 руб.	Доступ к подписке – 299 руб./мес.	39–399 руб.
Play (Okko)	Нет	Доступ к фильмам онлайн 39–399 руб.	Доступ к ограниченному пакету фильмов: 1. для моб. устройств – 499 руб./мес. 2. для Smart TV (не для всех марок ТВ) – 499 руб.	39–399 руб.
Tvigle	Есть	Нет	Нет	Нет
Videomore	Есть	Нет	Доступ ко всему контенту партнера ViaPlay 395 руб./мес., первый месяц – 50 руб.	Нет
Zoomby	Есть	Нет	Доступ к сериальному контенту партнера Amediateka – 299 руб./мес.	Нет
Акадо	Нет	30–60 руб.	Нет	Нет
Билайн	Нет	10–100 руб.	Нет	Нет
НТВ+	Нет	99 руб.	Нет	Нет
Ростелеком	Нет	30–300 руб.	Подписка на тематические пакеты – 150 руб./мес.	Нет
Триколор	Нет	Нет	500 руб./год	Нет
iTunes	Нет	99–349 руб.	Нет	49–99 руб.
Google Play	Нет	49–349 руб.	Нет	49–109 руб.

Источник: данные компаний

Крупнейшие российские онлайн-кинотеатры применяют разнообразные бизнес-модели, предлагая своим пользователям не только какой-то один вид доступа к контенту, но и смешанную модель, когда разные типы видео доступны бесплатно, по подписке и по PPV. Операторский VoD не отличается таким разнообразием, только один IPTV-оператор («Ростелеком») и спутниковый («Триколор») предлагают своим пользователям подписку. Все остальные предоставляют доступ к фильмам только по модели оплаты за каждый фильм (PPV) как по iVoD, так и NVoD.

8.3.2. Основные игроки на рынке VoD

ivi.ru

Онлайн-кинотеатр ivi.ru был основан в начале 2010 года. Основным инвестором выступила компания ru-NET. На протяжении последних двух лет ivi.ru активно привлекала инвестиции различных фондов («Baring Vostok», «Frontier», «Ventures», «Prof-Media», «Tiger Global»).

По итогам 2013 года с доходами на уровне 471 млн руб. ivi.ru является лидером российского рынка онлайн-кинотеатров, и данная тенденция сохраняется в 2014 году (330 млн руб. на первое полугодие 2014-го).

Основная бизнес-модель предоставления услуг – рекламная, на нее приходится свыше 90% оборота онлайн-кинотеатра. В конце 2012 года была введена платная модель ivi+; во втором полугодии 2013-го платная модель была запущена на Smart TV и мобильных платформах. В начале 2014 года у пользователей ivi.ru появилась возможность приобретать видео по модели EST.

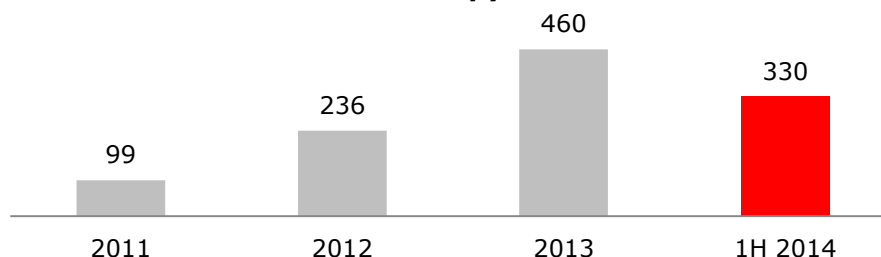
Кинотеатр ivi.ru имеет самую обширную фильмотеку, насчитывающую более 70 тыс. наименований. Развивает детский канал deti.ivi (9 тыс. наименований) и музыкальный канал (30 тыс. видеоклипов).

Успешности проекта способствует и очень развитая партнерская программа (например, сотрудничество с провайдерами, такими как «ЭР-Телеком»).

У компании заключены прямые договора со всеми голливудскими мейджорами, большим числом других крупнейших зарубежных и российских правообладателей.

Рисунок 56. Динамика выручки ivi.ru (2011 – 1Н 2014)

**Динамика выручки ivi.ru 2011-1Н 2014 гг.
в млн руб.**



Источник: iKS-Consulting

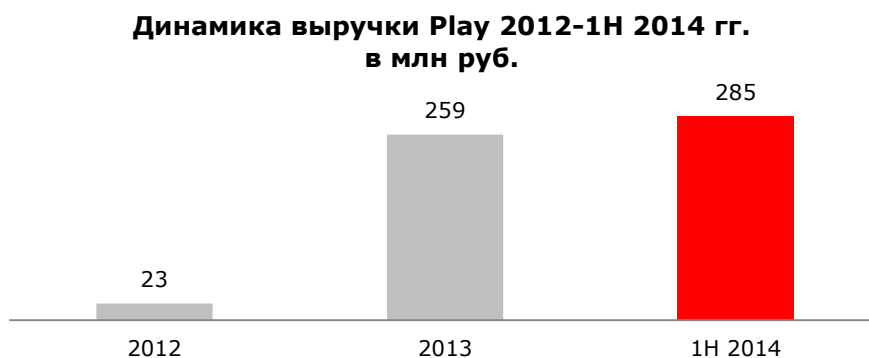
«Play» (с сентября 2014 года – «Окко»)

Онлайн-кинотеатр «Play», до 2012 года работавший под брендом «Yota Play», впервые появился на рынке в 2011 году. В начале своей деятельности компания была частью группы «Yota», но в сделку по слиянию «Yota» и сотового оператора «МегаФон» данный актив не вошел. У компании – собственное юридическое

лицо (ООО «Море»; 100% капитала принадлежит «БЛУШЭЙД КО ЛТД», зарегистрированной на Кипре).

По итогам 2013 года доходы «Play» выросли в 11 раз и составили 259 млн руб. По данным компании, в последние два года выручка ежемесячно увеличивалась на 10–15%; средний счет абонента (ARPU) составляет 20–30 долл. В январе 2014 года компания первой из российских онлайн-кинотеатров прошла точку безубыточности бизнеса.

Рисунок 57. Динамика выручки «Play» (2012 – 1Н 2014)



Источник: iKS-Consulting

«Play» в настоящее время является лидером российского рынка видеосервисов, работающих по платной модели, и конкурирует не столько с российскими онлайн-кинотеатрами, реализующими сходную модель («АУУО», «Аmediateка», «ivi+», «Stream» и пр.), сколько с крупнейшими магазинами по продаже контента – «iTunes» и «Google Play», а также с операторским VoD «Ростелеком».

«Play» предлагает пользователям ряд продуктов: продажа (EST), аренда (TVoD), подписка (SVoD). Наибольшим спросом пользуется EST. Стоимость просмотра варьируется от 39 до 399 руб. в зависимости от вида прав, разрешения SD/HD/3D, новизны фильма и пр.

Сервис ориентирован в первую очередь на пользователей Smart-телевизоров, смартфонов и планшетов, BD-проигрывателей и – в меньшей степени – на пользователей персональных компьютеров. С целью определения потенциала спроса на web «Play» установил сервис PlayLite, предлагающий доступ к 3,5 тыс. полнометражных фильмов из каталога «Play» на сайтах-партнерах: Kinopoisk.ru, Афиша@Mail.ru и др.

Play позиционирует себя как сервис класса премиум с максимально удобным и качественным обслуживанием. Так, «Play» одним из первых в России ввел multiscreen (пользователь может зарегистрировать до 5 устройств), HD и 3D-форматы и пр. Кроме того, «Play» предлагает поддержку пользователей 24x7 через собственный call-центр.

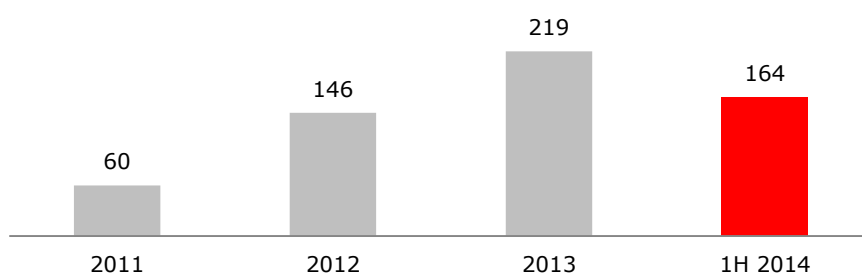
«Tvigle»

Компания является первым российским онлайн-кинотеатром – проект был запущен в 2007 году. «Tvigle» был создан группой частных инвесторов совместно с венчурным фондом страховой компании «Allianz РOCHO». В 2011 году акционеры «Tvigle» привлекли инвестиции компании «Media3».

По итогам 2013 года доходы компании выросли в 1,5 раза и составили около 219 млн руб. Не меньший рост в компании ожидают и в 2014 году.

Рисунок 58. Динамика выручки «Tvigle» (2011 – 1Н 2014)

**Динамика выручки Tvigle 2011-1Н 2014 гг.
в млн руб.**



Источник: iKS-Consulting

Компания работает только по рекламной модели. Ранее были попытки ввода подписки, однако позже от нее отказались в связи с низким спросом, однако в компании планируют возобновить эту модель снова во второй половине 2014 года.

Библиотека «Tvigle» содержит около 26 млн единиц контента; более половины приходится на короткий метр (менее 15 минут). Большую долю составляют сериалы и мультфильмы, поэтому компания позиционирует себя не как онлайн-кинотеатр, а скорее как интернет-телевидение.

Наиболее востребованный контент – зарубежные сериалы. В частности, компания на эксклюзивной основе показывает ряд сериалов «Би-би-си», «Fox», «Disney» – «Ходячие мертвецы», «Ганнибал», «Лютер», «Плохие» и пр. Большинство из них выходит в режиме catch-up уже спустя несколько часов после показа в США или Великобритании – в дублированной русской версии. В дни выхода новых серий отмечается заметный всплеск посещаемости.

«Tvigle» отличается развитой партнерской сетью – это более 8 тыс. сайтов-партнеров, размещающих у себя плеер «Tvigle», на которые приходится почти 50% видеопросмотров.

Сервис активно работает с такими производителями Smart-телевизоров, как LG, «Samsung», «Sony», «Panasonic». Приложения «Tvigle» доступны также через set-top-box некоторых операторов цифрового телевидения – например, компании «ЭР-Телеком». По данным «Tvigle Media», на приложение «Tvigle» на Smart TV приходится около 1 млн активных устройств (запусков приложения

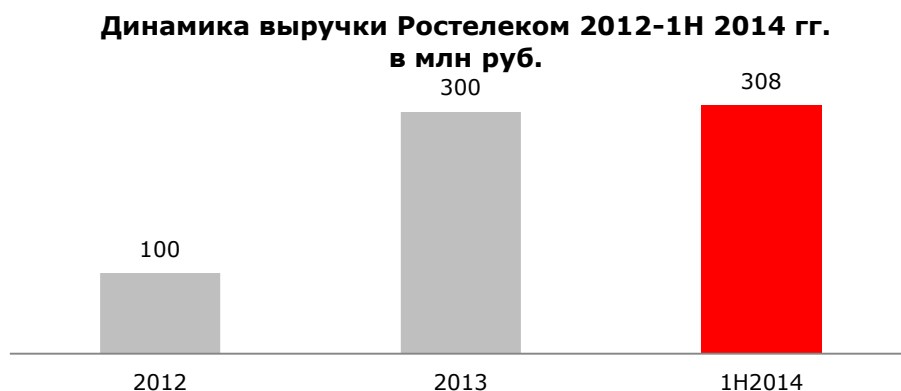
с разных ID) и 30 млн запусков видео в месяц. «Tvigle» – единственный из онлайн-кинотеатров, работающий с производителями игровых консолей «Xbox 360» («Microsoft») и «PlayStation3» и «PlayStation4» («Sony»).

«Ростелеком»

ОАО «Ростелеком» является лидером российского рынка ШПД и IP-TV. Совокупная база подписчиков Интерактивного телевидения «Ростелеком» по итогам первого полугодия 2014-го составила 2,53 млн домохозяйств.

Оператор применяет 2 модели предоставления контента – подписка и разовая покупка. По оценке «iKS-Consulting», доходы от оказания услуги «Кинопрокат» по моделям SVoD и PPV составили в 2013 году 300 млн руб., показав рост по сравнению с 2012 годом более чем в 3 раза. В 2014 году «Ростелеком» показывает самую впечатляющую динамику по темпам прироста, и уже в первом квартале выручка от видео по запросу обогнала результат предыдущего года.

Рисунок 59. Динамика выручки «Ростелекома» (2012 – 1Н 2014)



Источник: iKS-Consulting

Основная доходность приходится на TVoD – 78%. «Ростелеком» обладает одним из самых объемных каталогов среди операторов, включающим более 2,5 тыс. единиц контента. В каталоге «Ростелекома» также имеется HD-контент (более 50 единиц) и даже 3D-контент. Помимо фильмов и сериалов компания предлагает также софт, музыку, подписки на антивирусы. В каталоге представлены как новинки кинопроката (некоторые – ранее выхода на DVD), так и более старые фильмы. Стоимость варьируется от 30 до 300 руб. в зависимости от новизны и популярности фильма.

По подписке доступно несколько каналов:

- пакет фильмов студии NBC – 150 руб./мес.;
- пакет фильмов студии «Disney» – 250 руб./мес.;
- пакет сериалов телеканала «Amedia Premium» – 200 руб./мес.;

- контент онлайн-кинотеатра «Viaplay» – бесплатно, при условии подписки на пакет каналов «Viasat Premium»;
- детский канал – 150 руб./мес.

Аудитория VoD «Ростелекома» по итогам 2013 года выросла втрое и составила около 6,5 млн пользователей. Основной рост произошел за счет активной маркетинговой политики, увеличения базы IPTV (в том числе и в результате консолидации с другими провайдерами).

«Триколор»

ЗАО «Национальная спутниковая компания» (бренд «Триколор») – крупнейший оператор платного спутникового телевидения в России с абонентской базой в 10,56 млн – по итогам первого полугодия 2014-го.

Рисунок 60. Динамика выручки «Триколора» (2013 – 1Н 2014)

**Динамика выручки Триколор 2013-1Н 2014 гг.
в млн руб.**



Источник: iKS-Consulting

По оценке «iKS-Consulting», доход от услуги «Кинозалы Триколор ТВ» составили по итогам 2013 года 250 млн руб.

В конце 2011 года предложил своим абонентам услугу «карусельного» видео «Кинозалы Триколор ТВ». Сеансы начинаются каждый час, ежедневно в расписание добавляются два новых фильма, полное обновление репертуара происходит в течение 6 дней.

Развитию сервиса способствуют следующие факторы:

- большая абонентская база;
- низкая стоимость пакета – 500 руб./год;
- высокая доля абонентов, не имеющих доступа к ШПД (отдаленные деревни, частный сектор в городах, дачные поселки) для просмотра онлайн-видео.

К настоящему моменту данной услугой пользуется около 500 тыс. абонентов; к 2018 году «Триколор» рассчитывает подключить уже 1 млн. Репертуар составляют отечественные и зарубежные фильмы прошлых лет, премьерных показов нет.

«iTunes Store»

Российский «iTunes Store» управляется компанией «Apple's

Luxembourg-based iTunes Sàrl company». Магазин является локализованным сервисом для российских пользователей продукции «Apple», в каталоге фильмов которого размещается более 2,7 тыс. единиц контента.

В случае аренды фильма он становится доступным для просмотра в течение 48 часов с момента первого запуска. Существует также возможность предзаказа премьерного фильма, недоступного для просмотра в данный момент.

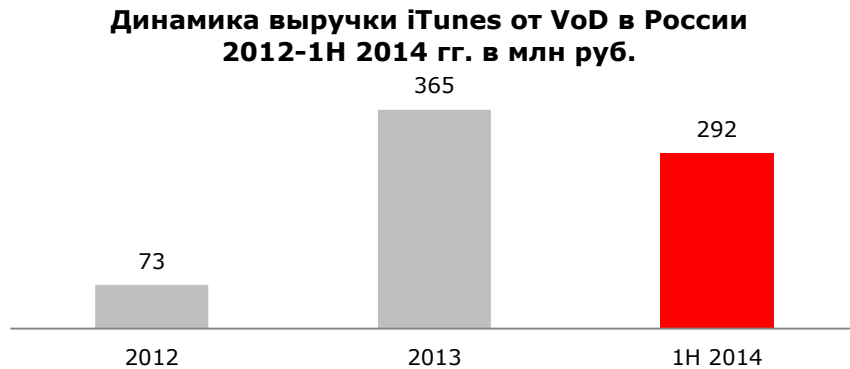
Компания «Apple» имеет права только на раздел с программным обеспечением для iPhone, iPad и iPod Touch. Весь остальной контент (музыка, видео и т. д.) является собственностью звукозаписывающих компаний и крупнейших кинокомпаний. Только собственники контента могут решать, в магазине какой страны делать свои произведения доступными. Этим объясняется иногда неоднородное распределение видеоконтента по странам.

Например, одно из ведущих российских предприятий киноиндустрии «Мосфильм» разместил на «iTunes» такие культовые картины, как «Любовь и голуби», «Москва слезам не верит», «Иван Васильевич меняет профессию». Более того, приложение от «Мосфильма» доступно как на русском, так и на английском языке, а в некоторых фильмах для зарубежных потребителей присутствуют английские субтитры.

Основными правообладателями являются российские и зарубежные кинокомпании («20th Century Fox», «Централ Партнершип», «Disney», «Ленфильм», «Мосфильм»). По перечисленным выше причинам выложить собственный контент достаточно сложно, а иногда просто невозможно. Именно поэтому зачастую привлекаются агрегаторы контента. Однако все они, находящиеся в списке рекомендованных компанией «Apple», располагаются в Европе, что создает определенные трудности для российского рынка видео по запросу. Во-первых, потому что формально доходы от такого размещения относятся не к российскому, а к европейскому рынку. А во-вторых, существует неопределенная ситуация вокруг российского законодательства в отношении размещения персональных данных за рубежом, и сложно спрогнозировать, какие отрасли больше всего пострадают от данных инициатив.

Доходы сервиса «iTunes» по итогам 2013 года (менее 13 месяцев с момента запуска) составили, по оценке «iKS-Consulting», 365 млн руб., а в первом полугодии 2014-го достигли 255,5 млн руб.

Рисунок 61. Динамика выручки «iTunes» от VoD в России (2012 – 1Н 2014)



Источник: iKS-Consulting

В течение 2014 года «iTunes Store» предполагает адаптировать свой магазин для пользователей Android-устройств и открыть для них возможность покупки фильмов. Также сервисом могут воспользоваться владельцы персональных компьютеров на Windows и MacOS, также при помощи AppleTV на обычном телевизоре.

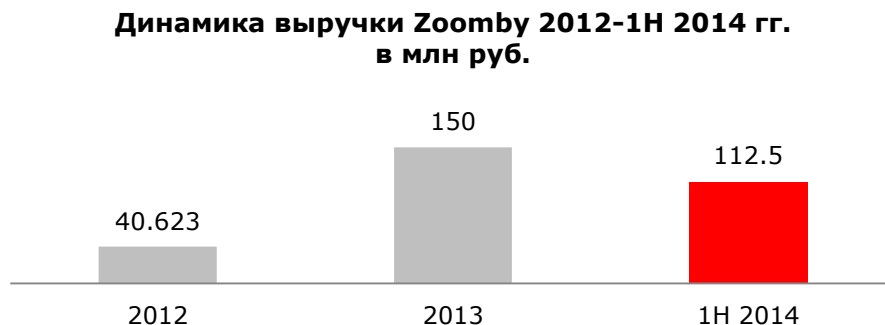
Существует и партнерская программа по размещению ссылок на контент в «iTunes Store». Участник программы получает комиссионные за переход по ссылкам на музыку, приложения и другой контент в «iTunes Store».

«Zoomby»

Проект «Zoomby» был запущен в 2010 году холдингом «WebMediaGroup». В настоящее время в состав акционеров входят также венчурный фонд «Лидер-инновации» и «Газпромбанк».

В 2013 году онлайн-кинотеатр продемонстрировал значительный рост – выручка видеопортала увеличилась более чем в 3 раза.

Рисунок 62. Динамика выручки «Zoomby» (2012 – 1Н 2014)



Источник: «СПАРК-Интерфакс», оценка iKS-Consulting

«Zoomby» использует рекламную модель и специализируется на показе прежде всего контента российских телеканалов. В планах компании – развитие платной модели, которая находится в

стадии тестирования на мобильной платформе.

Конкурентным преимуществом «Zoomby» является применение функции catch-up, что позволяет показывать телепередачи и сериалы почти сразу после эфира. В 2013 число просмотров видеоконтента в режиме catch-up выросло более чем в 10 раз по сравнению с показателями 2012 года.

В каталоге «Zoomby» – 81,6 тыс. единиц видеоконтента. Основу библиотеки составляют российские сериалы и телепередачи (контент телеканалов «Россия-1», «Первый», НТВ, «ТВ-Центр», «Спорт», СТС, «Моя планета» и др.), на них же приходятся и наибольшая доля просмотров, и рекорды по количеству просмотров одного наименования. Так, в 2013 году сериал «Пепел» набрал 385 тыс. просмотров за 24 часа.

«Zoomby» сотрудничает со всеми основными производителями Smart-телевизоров, присутствующими на российском рынке – «Samsung», LG, «Philips», «Panasonic», «Sony», «Sharp», «Bang&Olufsen» и др.

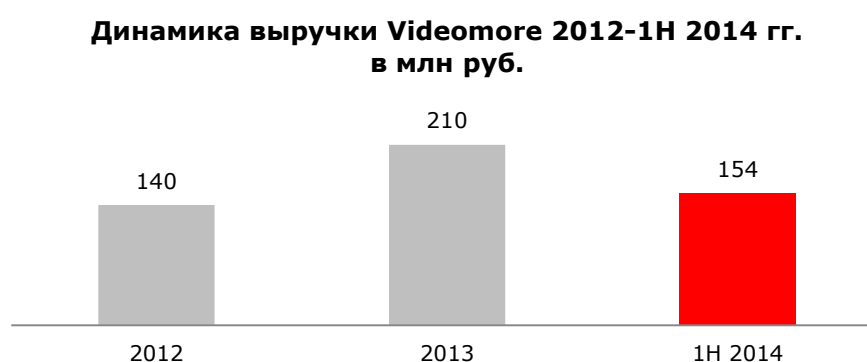
По итогам 2013 года приложения «Zoomby» на мобильных устройствах были установлены 759 тыс. раз.

«Videomore»

В один из крупнейших российских медиахолдингов «СТС Медиа» помимо популярных развлекательных телеканалов и прочих активов входит онлайн-кинотеатр «Videomore», основу библиотеки которого составляет контент «СТС Медиа».

По оценкам «iKS-Consulting», доходы «СТС Медиа» от рекламы на портале videomore.ru в 2013 году составили свыше 200 млн руб. – по сравнению с 2012 годом они увеличились в полтора раза.

Рисунок 63. Динамика выручки «Videomore» (2012 – 1Н 2014)



Источник: данные компании, оценки iKS-Consulting

Несмотря на хорошие показатели роста, холдингом принято решение развивать в первую очередь непосредственно сайты телеканалов СТС и ТНТ.

Бизнес-модель портала «Videomore» – преимущественно рекламная, хотя на сайте videomore.ru предлагается и платный

видео контент через партнерский портал «Viarplay» (дочерняя структура холдинга «Viasat»).

Компания использует самый широкий спектр новых рекламных технологий – это не только рекламные ролики, демонстрируемые перед началом и в середине просматриваемого пользователями видео, но и эксклюзивное спонсорство (рекламодателю предлагается стать единственным спонсором в контенте, релевантном целевой аудитории бренда), спецпроекты (специально созданные страницы сайта), квесты, брендированные тематические плейлисты.

«НТВ+»

«НТВ+» – первая спутниковая телекомпания, уже более 17 лет являющаяся одним из лидеров российского рынка платного телевидения.

Телекомпания вещает на большей части территории России и Украины. Сегодня зрителями телекомпании являются более 2 миллионов человек.

По итогам 2013 года (с доходами на уровне 39 млн руб.) «НТВ+» показал рост в 1,7 раза по сравнению с 2012 годом.

Рисунок 64. Динамика выручки «НТВ+» от TVoD (2013 – 1Н 2014)

Динамика выручки НТВ+ от TVoD 2013-1Н 2014 гг.
в млн руб.



Источник: оценки iKS-Consulting

«НТВ+» использует модель предоставления контента TVoD. Оператор использует унифицированную систему платы за контент – стоимость любого фильма составляет 99 руб. При этом есть различные программы лояльности и бонусы для текущих клиентов (например, каждый десятый фильм – в подарок).

Отличительной особенностью компании является разработка собственного контента. На сегодняшний день «НТВ+» производит 13 спортивных каналов, 10 фильмовых каналов, канал в формате 3D.

«Google Play - фильмы»

Для российских пользователей Android возможность покупки и проката фильмов появилась с декабря 2012 года. Магазин является

локализованным в России сервисом компании «Google Inc.».

По итогам 2013 года (менее 13 месяцев с момента запуска) доходы видеосервиса составили, по оценке «iKS-Consulting», 95 млн руб.

Для пользователей доступен просмотр в стандартном и HD качестве. Арендованные фильмы доступны в течение 1 мес., но в течение 48 часов после первого запуска файла.

Количество наименований для российских зрителей насчитывает 1,9 тыс. В каталоге содержится только легальное видео от крупнейших голливудских мейджоров, а также зарубежных и российских правообладателей и дистрибьюторов. В этом плане «Google», конечно, уступает онлайн-кинотеатрам и операторскому видео по запросу и своему основному конкуренту – «iTunes Store», имея большую зону роста в плане увеличения единиц контента в своем магазине.

Основные правообладатели, представленные в «Google Play»:

- «20th Century Fox»;
- «Централ Партнешип»;
- «Disney»;
- «Paramount»;
- «Sony»;
- «Universal»;
- «Warner Bros.»;
- «X-Media Digital»;
- «Ленфильм»;
- «Мосфильм».

Доступны тематические подборки – новинки, комедии, мультфильмы, советское кино, рекомендованное и пр.

У «Google Play» также есть большое количество практических преимуществ по сравнению со своим основным конкурентом «iTunes Store», которые увеличивают потенциал магазина. Например, по сравнению с «Apple», здесь гораздо проще и быстрее разместить свой контент (в «iTunes Store» более сложная и длительная процедура одобрения контента, причем даже при удовлетворении всех условий можно получить немотивированный отказ).

В конце 2013-го видеоприложение «Google Play» стало доступно и пользователям «iTunes», опередив в этом главного конкурента («iTunes» такую возможность планирует осуществить в течение 2014 года) и получив большой потенциал монетизации своих услуг среди пользователей «iTunes».

Рисунок 65. Динамика выручки «Google Play» от VoD в России (2013 – 1Н 2014)



Источник: оценки iKS-Consulting

8.4. Анализ динамики развития отрасли, ключевые тренды, прогнозы и перспективы

8.4.1. Основные тренды развития и факторы, влияющие на рынок VoD

Рынок видео по запросу развивается очень стремительно, чему способствует ряд факторов, основные из которых следующие:

- Рост проникновения Smart-TV.

Smart – телевизоры, наиболее приспособленные для просмотра качественного видео. По данным «iKS-Consulting», в 2013 году парк smart-TV насчитывал около 4,2 млн телевизоров, подключенных к Интернету.

Основные игроки рынка VoD активно занимаются продвижением своих сервисов для «Samsung», LG и других марок. Число просмотров на них стремительно растет: по данным ivi.ru, в 2012 году их доля в общем числе просмотров видео составляла 23%, а в 2013-м – уже 38%;

- Укрепление законодательной базы.

«Антипиратский закон» оказал позитивное влияние на борьбу с незаконным распространением видео в Интернете, однако в нем существует ряд лазеек для дальнейшего распространения нелегального контента. Ряд легальных игроков уже внес свои предложения по правкам к данному закону;

- Увеличение доли HD- и 3D-видео в библиотеках.

Наличием HD- и 3D-контента уже никого не удивишь, поэтому игрокам остается расширять свои библиотеки в соответствии с потребностями рынка;

- Формирование лояльной аудитории и культуры пользования VoD-сервисами.

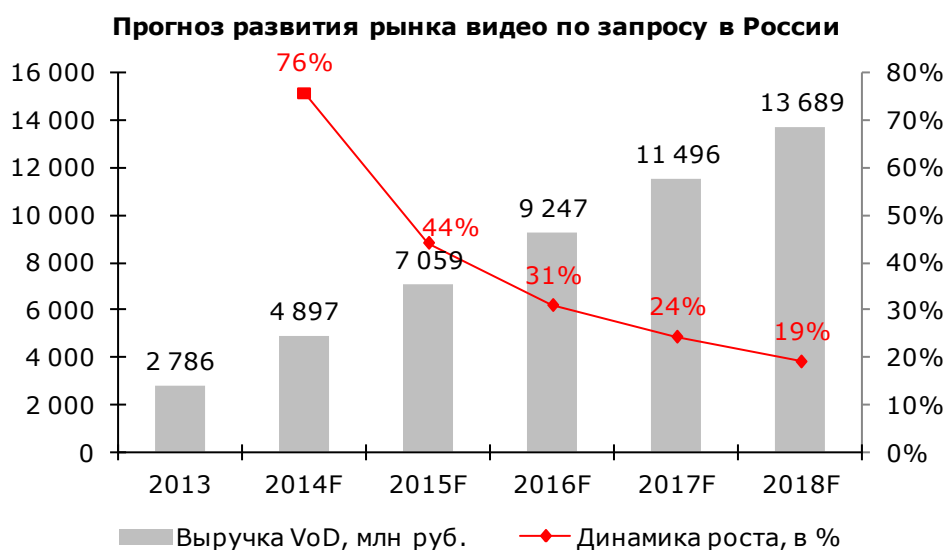
В настоящее время платная модель пока еще является новой на российском рынке; присутствует достаточно большое число игроков, которые пока только обрабатывают

свои бизнес-модели. Со временем позиции игроков укрепятся, что приведет к большей готовности пользователей оформить подписку.

8.4.2. Прогноз развития рынка VoD в России

По оценке «iKS-Consulting», доход от предоставления услуг видео по запросу в России к 2018 году составит почти 13,7 млрд руб., показав рост к 2013 году в 4,9 раз. Среднегодовые темпы роста (CAGR) составят 39%.

Рисунок 66. Прогноз развития рынка видео по запросу в России (2013 – 2018F)



Источник: iKS-Consulting

Основные перспективы, возможности и риски развития рынка видео по запросу в России:

- Расширение Интернета.

Безусловно, основной базой для развития онлайн-видеоресурсов стали распространение Интернета, пользователями которого сегодня являются миллиарды людей, и рост скоростей широкополосного доступа, позволивший не только скачивать большие видеофайлы, но и просматривать видео в режиме онлайн.

По оценкам «iKS-Consulting», в 1H 2014-го проникновение услуги фиксированного широкополосного доступа в России в сегменте домохозяйств достигло 51%. Число подписчиков на услугу превысило 28,4 млн (а в 2018 году ожидается рост до 31,8 млн пользователей).

Здесь основной зоной роста и ограничителем для игроков рынка видео по запросу будет лишь проникновение услуги интернет, которое в данный момент в России пока еще ниже среднего уровня развитых стран (78%, по данным МСЭ);

- Увеличение скорости доступа в Интернет.

Помимо расширения увеличение скорости передачи данных, несомненно, является стимулом для рынка онлайн-видео.

Наиболее востребованные тарифные планы со скоростью свыше 2 Мбит/с, к которым подключено сегодня большинство пользователей фиксированного ШПД, позволяют просматривать онлайн-видео в стандартном формате (SD). Трети пользователей доступна скорость свыше 10 Мбит/с и, соответственно, возможность просмотра «тяжелого контента» в HD- и 3D-форматах. Таким образом формируется потребность в более высокоскоростных тарифах для просмотра большого контента;

- Развитие мобильного Интернета (расширение проникновения и увеличение скоростей).

Активно идет развитие и мобильного доступа в Интернет. По итогам 2013 года российская аудитория пользователей мобильного интернет-доступа выросла на 10% и достигла 97,5 млн. По оценкам «iKS-Consulting», увеличение числа смартфонов на конец 2013 года составляло порядка 31%, а количество пользователей планшетных компьютеров выросло до 3 млн. Данная тенденция формирует спрос на высокоскоростной мобильный Интернет, который позволит просматривать любой контент на пользовательских устройствах.

Сегодня сетями 3G покрыта часть территории России, где проживают 80% населения. Средняя скорость 3G (2–3 Мбит/сек.) достаточна для просмотра SD-видео. Быстрыми темпами идет строительство сетей следующего поколения LTE – к 2019 году эта технология будет доступна жителям всех населенных пунктов с численностью свыше 10 тыс. чел. Средняя скорость интернет-доступа по данной технологии (20 Мбит/сек.) позволит смотреть HD-контент;

- Изменение формата просмотра.

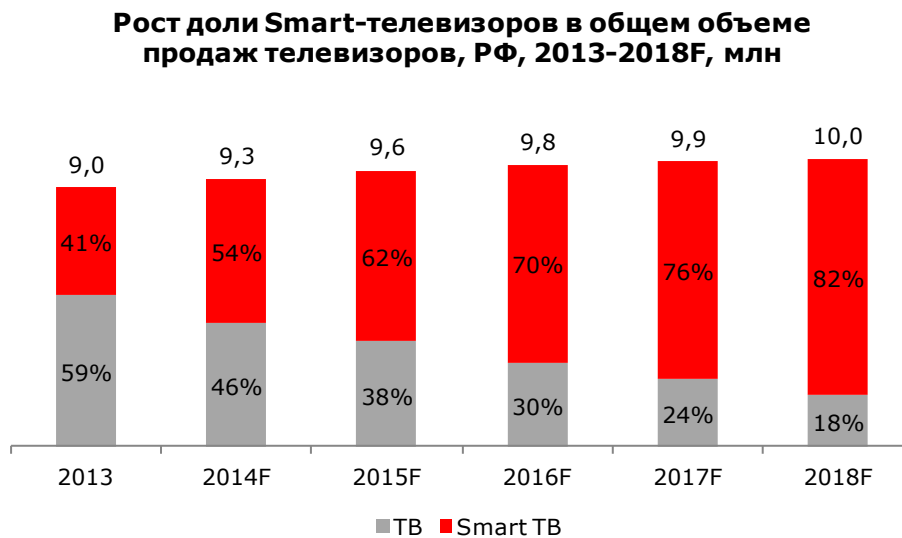
Рост скоростей интернет-доступа ведет не только к росту аудитории онлайн-видео, но, позволяя просматривать видео в режиме онлайн и видео высокого качества, является причиной увеличения объема просмотра. По данным Cisco, уже сегодня доля видео только в мобильном трафике составляет 53%, а к 2018 году она увеличится до 69%; при этом объем мобильного видеотрафика увеличится в 14 раз. Это позволяет получать услугу VoD практически в любом месте, где есть доступ к мобильному Интернету, и меняет просмотр в целом (клиент уже не привязан к домашнему Интернету или своему ТВ, он потребляет услугу там, где ему комфортно), что формирует новую культуру потребления

видеокарт, которую условно можно назвать «video everywhere»;

- Увеличение проникновения Smart-телевизоров.

Несмотря на то что первые модели Smart-телевизоров появились на российском рынке совсем недавно (в 2010 году), к концу 2013 года было продано уже около 6,8 млн приемников. Тем не менее не все они были подключены к Интернету. По данным исследования «iKS-Consulting», в крупных городах доля подключенных телевизоров составляла в конце года 87%, в то время как в среднем по стране (по данным АЦ VI) – всего лишь 55%. Таким образом, проникновение «умных» телевизоров составило 12%, но при этом подключенных – менее 8%. Однако темпы роста этого показателя в ближайшие годы будут очень высокими, поскольку уже в конце 2013 года почти половину всех продаж новых телевизоров в России составляли модели с функцией Smart TV.

Рисунок 67. Рост доли Smart-телевизоров в общем объеме продаж телевизоров в России (2013 – 2018 F)



Источник: iKS-Consulting

- Стратегический фокус развития кроссплатформенного контента.

Несмотря на то что телевизионный экран остается доминирующей платформой из трех основных (телевизор, компьютер, мобильное устройство) для просмотра видео, число тех, кто использует альтернативные, растет с каждым годом. По данным исследования «iKS-Consulting», в среднем один житель крупного российского города пользуется 2,4 устройства, на котором можно просматривать телевизионный и видеоконтент: телевизоры, компьютеры (стационарные, планшетные, ноутбуки), смартфоны. При этом он использует

для просмотра видео (хотя бы изредка) в среднем 2 устройства. Людей, которые вообще не смотрят какой-либо контент, не оказалось.

Таким образом, в перспективе все основные игроки рынка будут делать упор на multiscreen и предоставление доступа к своему контенту со всех пользовательских устройств. При этом логично предположить, что онлайн-кинотеатры и операторы будут пытаться занять нишу Smart TV, в то время как у магазинов контента большой потенциал в развитии рынка именно для мобильных устройств и планшетов. Здесь преимущество имеют «iTunes» и «Google Play», у которых потребление контента на любом устройстве уже максимально упрощено;

- Увеличение количества контента и расширение видеотеки.

Несмотря на то что содержательная политика операторов видео по запросу различается, контент уже сейчас становится несомненным конкурентным преимуществом, и в будущем данная тенденция будет сохраняться.

Многие игроки включают в свои каталоги контент в высоком разрешении. Видео в HD-качестве имеется сегодня у ivi.ru, «Zoomby», «TVzavr» (около 1 тыс.), «Tvigle» (0,5 тыс.), «Play», «Ростелекома» и др. Однако спрос на такой контент пока ограничен ввиду зачастую недостаточной скорости интернет-доступа.

Тем не менее планы по увеличению числа HD-фильмов есть у большинства игроков; некоторые из них начали вводить в каталог 3D-фильмы. Здесь преимущество получают прежде всего игроки операторского VoD (скорость домашнего Интернета больше, чем у мобильного) либо HotSpot; соответственно, эти игроки с большей долей вероятности смогут предложить потребителю высококачественный контент и техническую возможность для его просмотра.

Вместе с тем рынок будет развиваться в сторону увеличения числа новинок и сокращения разрыва между премьерой фильма на большом экране и его релизом онлайн. Грамотная работа в данной сфере увеличит конкурентоспособность игроков и позволит им получить преимущество не только на рынке видео по запросу, но и поможет оградиться от пиратского контента в Интернете;

- Защита интересов легальных игроков.

Основным препятствием для развития российского рынка видео по запросу является наличие большого числа «пиратских» интернет-ресурсов, с помощью которых пользователи получают доступ к нелегальному видео. Это торрент-трекеры (rutracker.org и пр.), видеохостинги (социальная сеть «ВКонтакте», YouTube и пр.), файловые хостинги (rapidshare.com, letitbit.net и пр.).

Стоит отметить, что соцсеть «ВКонтакте» делает определенные шаги в сторону легализации контента. Например, в конце 2013 года данная компания заключила соглашение с государственным медиахолдингом ВГТРК о показе видео. Другая тенденция развития – легализация видео за счет соглашений с онлайн-кинотеатрами, которые уже имеют договоры с правообладателями. Бизнес-модель в обоих случаях задействована рекламная. Можно констатировать, что начало легализации контента ресурса положено, однако предстоит еще огромная работа и достижение договоренностей со многими правообладателями.

Уже сейчас создана организация «Интернет-видео», объединяющая ведущие онлайн-кинотеатры. Она консолидирует позицию по ключевым вопросам, касающимся оборота аудиовизуальных произведений в Интернете и в будущем будет продолжать защищать интересы легальных игроков рынка. Тем не менее в данную организацию не входят операторы и магазины контента, которые составляют значительную долю рынка видео по запросу. Это является большой зоной роста для рынка в целом и для объединения усилий всех его игроков;

- Усиление конкуренции на рынке видео по запросу.

Поскольку в настоящий момент рынок видео по запросу еще находится в стадии становления, в будущем, несомненно, будет происходить усиление конкурентной борьбы. Движущей силой рынка станут Топ-5 компаний, но бизнес-модели их несколько видоизменятся. Прежде всего, те игроки, которые пока не делали упор на платную модель, обратят на нее свое внимание (это прежде всего ivi.ru), так как она станет более актуальной в силу изменения законодательства. Также в пользу платной модели говорит и то, что она позволяет наиболее эффективно взаимодействовать с правообладателями и выпускать новинки практически одновременно с прокатом в кинотеатрах. Уже сейчас такие игроки, как «iTunes» и «Play», показали возможности развития платных моделей.

Еще одной тенденцией на рынке станет его укрупнение. Уже сейчас, например, компания «Ростелеком» проявляет интерес к мелким онлайн-кинотеатрам; некоторые другие операторы платного ТВ также планируют выходить на этот рынок.

Третья тенденция в конкурентной среде – усиление роли магазинов видеоконтента. Благодаря этому «iTunes» и «Play» показывают достаточно успешные реализации своих бизнес-моделей, но если сейчас их доля в общем объеме рынка составляет 16%, в ближайшие годы она увеличится до 18%.

Еще одна перспектива развития – необходимость в кроссплатформенных решениях, интерес к которым есть уже сейчас. Крупные игроки в ближайшее время окончательно определятся с основной платформой своего видеосервиса и примутся за развитие multiscreen. В сфере смартфонов и планшетов несомненными лидерами будут магазины контента, а такие игроки, как ivi.ru, «Ростелеком» и «Окко», будут доминировать на Smart-TV.

ГЛАВА 9. ТЕЛЕВИЗИОННАЯ ДИСТРИБЬЮЦИЯ ФИЛЬМОВ

9.1. Эфирное телевидение

Эфирное телевидение исторически играет самую заметную роль на телевизионном рынке России, поскольку оно является бесплатным для потребителей, так как основу системы эфирного вещания составляют государственные (финансируемые за счет бюджета) и коммерческие телеканалы (и те и другие основные доходы они получают от продажи рекламного времени). Федеральные эфирные каналы имеют наибольшую сеть распространения, хотя большинство из них можно уже лишь условно назвать «эфирными», поскольку технические средства доставки телесигнала сегодня чаще всего комбинируются при доставке одних и тех же общероссийских каналов пользователям в различных городах или даже районах одного и того же города (через федеральный или местный эфир, посредством спутника, в пакете кабельного или IPTV-оператора).

Список федеральных телеканалов регулярно пересматривался Роскомнадзором по требованию Федеральной антимонопольной службы, которая следит в том числе за выполнением законодательства в рекламной сфере.⁸³ В последний раз этот список был уточнен в мае 2014 года – в него вошли 22 телеканала, эфирное вещание которых ведется на территории не менее пяти регионов Российской Федерации: «Первый канал», «Россия 1», «Россия 2», «Россия 24», «Россия К», «Пятый канал», НТВ, «ТВ Центр», СТС, «Домашний», «Перец», «Ю», «Disney», «ТВ 3», «Пятница», ТНТ, «РЕН ТВ», «Мир», «Звезда», «2x2», «РБК-ТВ», «Карусель».⁸⁴

В целях настоящего отчета интерес представляют телеканалы, осуществляющие исключительно кинопоказ. Мы отобрали 18 национальных и сетевых федеральных каналов с кинопоказом и проследили динамику доли их аудитории (по данным «TNS Россия») за 2007, 2010 и 2013 годы.

Главное, что можно заметить из сравнения трех периодов, это стремительное падение совокупной доли «большой тройки». Причем особенно серьезные потери понесли «Первый канал», доля которого за шесть лет сократилась с 21% до менее 14%, и «Россия 1» (его доля упала с 17% до менее 13%). В то же время НТВ в

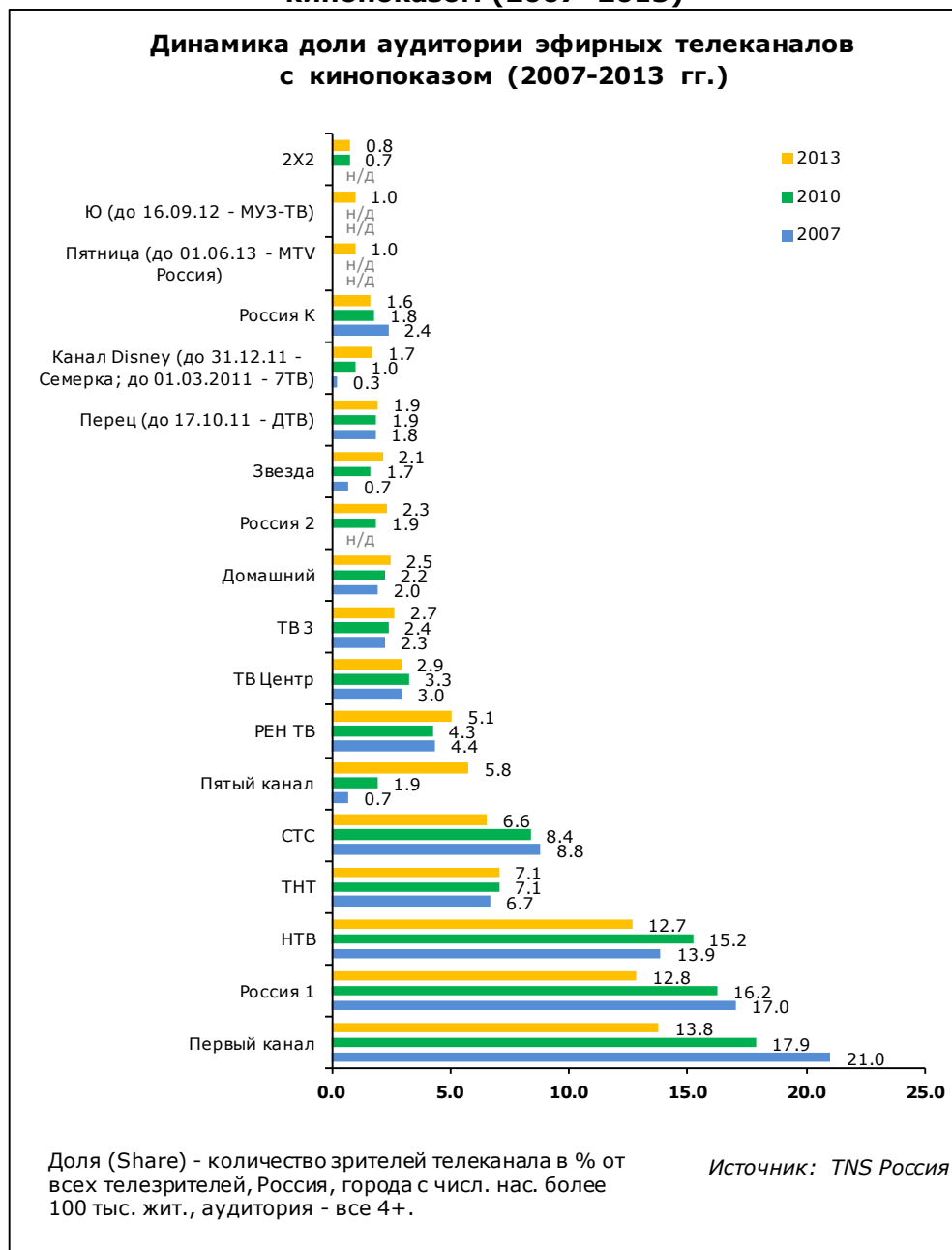
⁸³ Проверки ФАС были связаны с необходимостью контроля выполнения закона №354-ФЗ от 27.12.2009 г., введившего ограничения для одного продавца на рынке телерекламы – не более 35%. Норма была пролоббирована холдингом «Газпром-медиа» и направлена против тогдашнего лидера «Видео интершешнл», контролировавшего около 75% телерекламы. Отменена законом №264-ФЗ от 21.07.2014 г.

⁸⁴ См., например: Афанасьева А., Белавин П. Рынок телерекламы вышел из-под контроля // Коммерсантъ. 16.06.2014 г.

2010-м даже смог повысить свой рейтинг, а сейчас доля его зрителей находится на том же уровне, что и у «России 1».

Отошедшая от главных федеральных каналов аудитория перетекла как к их эфирным конкурентам, многие из которых в последнее время сменили концепции и расширили территории вещания («Пятый канал», «Ю», «Пятница», «Disney»), так и к неэфирным тематическим каналам.

Рисунок 68. Динамика доли аудитории эфирных телеканалов с кинопоказом (2007–2013)



Продажа прав показа фильмов в телеэфире долгое время была важным источником дохода российских продюсеров и дистрибьюторов, причем как представителей мейджоров, так и

независимых компаний. Однако в посткризисные годы ведущие телеканалы стали резко сокращать объемы кинопоказа в эфире (а соответственно, и закупки контента). Так, по данным «TNS Россия», на «Первом канале» объем кинопоказа в эфире (по всем типам кинопрограмм) с 2010-го по 2013 год сократился на 15%, на «России 1» – на 10%, на НТВ – почти на 7%; аналогичные сокращения киноэфира наблюдаются и на ряде других, менее популярных телеканалов: «ТВ 3» сократила объем кино вещания за 3 года на 10%, «2x2» – на 11%, «Россия К» – на 6%, СТС – на 4%.

В то же время укреплению своих позиций среди аудитории телеканал ТНТ (доля которого остается почти неизменной) обязан, вероятно, расширению кинопоказа – здесь его объемы возросли с 2010-го по 2013 год почти на 12%. За счет игровых сериалов (прежде всего отечественного производства) расширил свой эфир «Пятый канал», увеличивший кинопоказ на 4%; на 7% выросли объемы кинопоказа на «РЕН ТВ» – здесь это произошло за счет сериалов документальных (также в основном российских); оба этих сегмента, наряду с мультфильмами, повысили на 17% объем кинотрансляций на «Домашнем» и на 4% на «Звезде», где показ мультфильмов, напротив, сократился.

Но наиболее радикальные изменения произошли за рассматриваемый период на телеканалах, сменивших свои концепции. Так, «Россия 2», до 2010 года бывшая специализированным спортивным каналом и сохранявшая доминанту спортивного вещания в своем эфире, с лета 2013 года сократила число спортивных программ собственного производства и обратилась в сторону более широкого спектра – объем кинопоказа увеличился здесь в 2,2 раза. Канал «Disney», пришедший на смену «Семерке» с января 2012 года, увеличил объем кино вещания в 1,5 раза – преимущественно за счет телесериалов и анимации производства одноименной студии. «Пятница», сменившая российскую версию MTV летом 2013 года, на 79% увеличила кинопоказ благодаря большему числу популярных зарубежных (в первую очередь производства США) кинофильмов и сериалов в сетке вещания. А пришедший на смену «Муз ТВ» в сентябре 2012 года канал «Ю» стал показывать в 5,2 раза больше кинопродукции – в основном зарубежные (в том числе latinoамериканские и индийские) романтические фильмы и телесериалы, до этого крайне мало представленные в программе музыкального канала.

Таблица 38. Динамика объема кинопоказа на эфирных российских телеканалах по типам кинопрограмм (2010–2013)

		Кинофильм	Телесериал	Спектакль	Мультфильм	Документальный фильм	Мультсериал	Документальный сериал	Всего	Изменение в 2013 г. по отношению к 2010-му
Первый канал	2010	1826,8	1283,8	1,1	56,2	341,0	72,0	82,1	3662,9	-15,2%
	2013	1673,7	977,6	0	28,9	292,2	59,6	73,0	3105,1	
Россия 1	2010	2142,8	2232,6	0	29,7	348,3	2,5	88,5	4844,5	-10,5%
	2013	1819,4	2270,2	0	0,4	178,8	1,4	68,0	4338,1	
НТВ	2010	1546,3	2952,5	0	35,9	95,0	54,9	59,2	4743,7	-6,7%
	2013	375,8	3803,7	0	7,3	48,1	0,0	192,6	4427,4	
ТНТ	2010	1877,7	2230,2	0	19,8	73,1	876,1	0	5 077,0	11,6%
	2013	1983,1	3023,0	0	45,0	51,2	545,3	18,8	5666,3	
СТС	2010	2271,2	2773,0	0	240,5	19,3	833,7	0	6137,7	-3,9%
	2013	2456,3	2233,0	0	639,0	24,6	537,4	8,0	5898,3	
Пятый канал	2010	3569,6	371,5	8,1	144,3	1617,6	3,9	623,3	6338,4	4,1%
	2013	2493,5	3427,8	0	322,4	72,6	19,0	264,4	6599,7	
РЕН ТВ	2010	1760,5	1841,2	0	23,6	935,7	11,7	288,4	4861,1	7%
	2013	1662,7	1986,2	0	24,3	98,0	86,4	1341,7	5199,3	
ТВ Центр	2010	3479,1	1213,1	0	213,2	564,4	7,5	127,3	5604,6	0,4%
	2013	2529,7	2049,9	1,5	67,0	594,5	4,9	377,5	5625,1	
ТВ 3	2010	2528,5	3076,1	0	185,6	848,9	444,1	609,5	7692,8	-10,1%
	2013	3 634,0	1083,5	0	872,8	179,3	34,5	1110,4	6914,6	
Домашний	2010	2158,4	2936,7	5,6	0,3	307,3	72,6	182,4	5663,3	16,9%
	2013	2215,9	3473,8	5,7	15,5	167,3	0	740,7	6618,8	
Россия 2	2010	334,2	0	0	0	13,7	0	1150,6	1498,5	120,4%
	2013	1422,9	460,3	0	0	279,2	0	1139,6	3 302,0	
Звезда	2010	4321,3	1700,9	0	145,5	486,4	9,9	726,6	7390,7	3,9%
	2013	4002,6	2123,4	2,2	54,8	419,6	5,6	1068,4	7676,6	
Перец (до 17.10.11 – ДТВ)	2010	1502,4	2435,5	0	480,6	292,7	35,4	323,5	5070,2	-26,5%
	2013	2206,5	849,6	0	506,8	3,9	50,4	107,7	3 725,0	
Канал Disney (до 31.12.11 – Семерка; до 01.03.2011 – 7ТВ)	2010	3654,4	934,4	0	0	275	0	151,0	5014,9	52,1%
	2013	1422,8	2866,8	0	414,6	0	2925,1	0	7629,2	
Россия К	2010	1597,3	367,4	190,0	126,9	910,9	32,4	400,6	3625,6	-5,9%
	2013	1139,1	528,6	226,7	83,2	636,0	1,4	796,8	3411,8	
Пятница (до 01.06.13 – MTV Россия)	2010	90,9	1030,6	0	9,4	0	596,5	0	1727,4	78,8%
	2013	767,8	1942,1	0	212,5	3,1	162,5	0	3 088,0	
Ю (до 16.09.12 – МУЗ ТВ)	2010	25,0	264,0	0	256,1	0	85,1	0	630,2	420,3%
	2013	851,5	2064,8	0	205,9	2,3	64,5	89,6	3278,5	
2x2	2010	6,3	285,6	0	972,5	0	5717,3	0	6981,7	-10,9%
	2013	147,1	624,5	0	280,8	0	5165,5	0	6218	

Источник: TNS Россия

Таблица 39. Специализация и качественные характеристики основной кинопродукции в эфире федеральных телеканалов в 2014 году

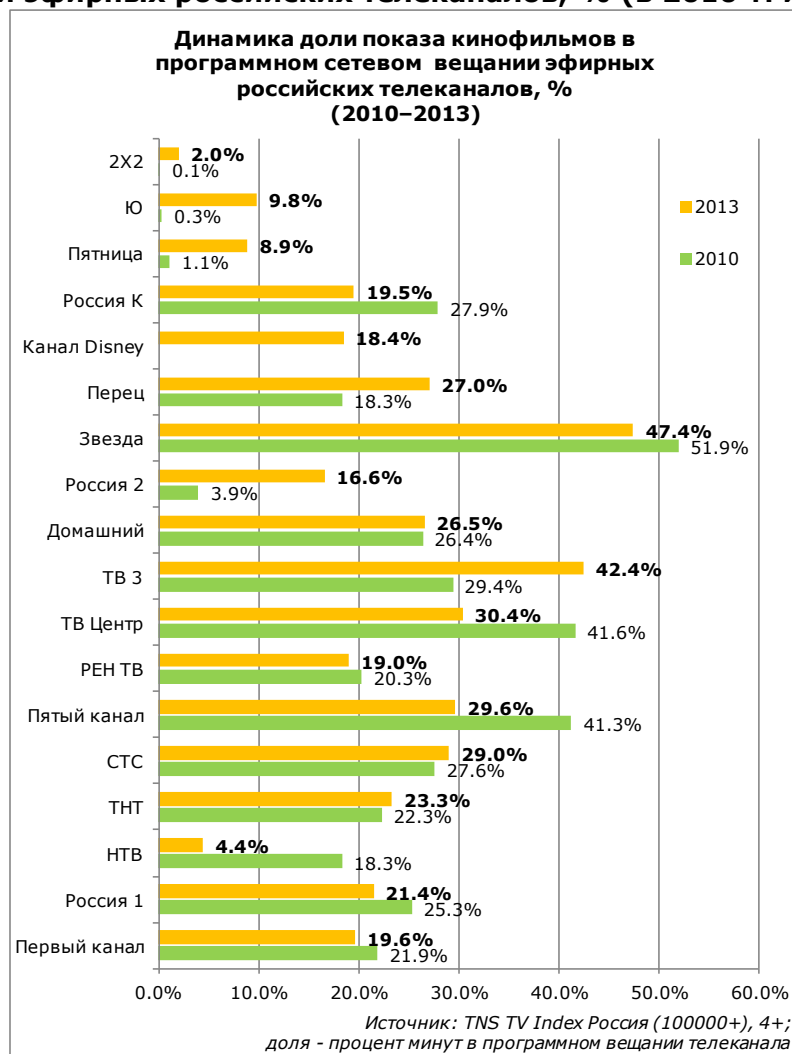
	Телесериалы	Кинофильмы	Мультфильмы	Документальные фильмы	Мультсериалы	Документальные сериалы
Первый канал	В дневном эфире – мелодраматические отечественные, снятые по заказу канала; в ночном – рубрика «Городские пиджоны» с популярными американскими сериалами	В дневном эфире – советские хиты, в ночном – новые зарубежные обладатели кинопремий и наград				
Россия 1	Мелодраматические и криминальные отечественные, снятые по заказу канала	Мелодрамы отечественного производства, снятые по заказу канала; советские архивные				
НТВ	Криминальные отечественного производства, снятые по заказу канала					
ТНТ	Комедийные отечественные, снятые по заказу канала	Комедии и боевики производства США			Детские, производства США	
СТС	Комедийные отечественные, снятые по заказу канала	Разножанровые популярные зарубежного производства	Детские, производства США		Детские, производства США	
Пятый канал	Криминальные отечественного производства, снятые по заказу канала	Архивные производства студии «Ленфильм»				
РЕН ТВ	Криминальные отечественного производства, снятые по заказу канала	Разножанровые зарубежного и отечественного производства				Мистические и военные расследования, снятые по заказу канала
ТВ Центр	Детективные производства Европы и мелодраматические отечественные, снятые по заказу канала	Отечественные архивные мелодрамы		Биографические (о жизни советских актеров), снятые по заказу канала		
ТВ 3	Мистические отечественные, снятые по заказу канала, и производства США	Мистика, приключения, триллеры зарубежного производства				Мистические расследования отечественного и зарубежного производства

	Телесериалы	Кинофильмы	Мультфильмы	Документальные фильмы	Мультсериалы	Документальные сериалы
Домашний	Мелодраматические и детективные отечественного и зарубежного производства (США, Европа, Турция)	Мелодрамы отечественного производства, в т. ч. снятые по заказу канала; советские архивные				Истории из жизни звезд, снятые по заказу канала
Россия 2	Криминальные отечественного производства	Архивные отечественные				Научно-популярные отечественного производства
Звезда	Криминальные отечественного производства	Архивные отечественные				Научно-популярные отечественного производства
Перец	Криминальные отечественного производства, мистические и эротические зарубежного производства	Триллеры и боевики отечественного и зарубежного производства				
Канал Disney	Детские и молодежные, производства студии «Disney»	Сказки, комедии и мелодрамы производства США			Детские, производства студии «Disney»	
Россия К	Экранизации и детективы зарубежного производства	Классика зарубежная и отечественная		Биографические и событийные отечественного и зарубежного производства		Биографические и научно-популярные отечественного и зарубежного производства
Пятница	Мелодраматические, мистические и детективные производства США, комедийные отечественные	Мистика производства США и Европы				
Ю	мелодраматические производства США, Европы, Бразилии	мелодрамы производства США, Европы, Индии				
2x2	комедийные хиты производства США		Классические советского производства		Взрослые зарубежного производства	
основная специализация канала в области кинопоказа (на основе статистики «TNS Россия»)						
второстепенная специализация						
третьестепенная специализация						

Источник: эфирная сетка телеканалов (анализ Невафильм Research)

Если же рассматривать не просто кинопоказ на канале в целом, но объемы трансляции именно художественных кинофильмов, то лидером здесь является «Звезда», всегда отличавшийся подобной специализацией – доля кинопоказа в его программном вещании в 2013 году превысила 47% (в основном это российские архивные картины – см. Таблица 39). К 2013 году на вторые позиции вышел «ТВ 3», предоставивший кинофильмам свыше 42% эфира (здесь демонстрируются популярные американские фильмы, затрагивающие мистическую тематику). На третьем месте «ТВ Центр», где фильмы (в основном отечественные) занимают только 30% вещания; отметим, что почти столько же художественных кинолент идет на СТС (здесь доминируют зарубежные картины) и «Пятом канале» (в распоряжении которого имеется полная коллекция архивных фильмов студии «Ленфильм»).

Рисунок 69. Динамика доли показа кинофильмов в программном сетевом вещании эфирных российских телеканалов, % (в 2010-м и 2013 г.)



Подобно тому как многие телеканалы меняли концепции в последние годы, происходят и аналогичные изменения в отношении объемов трансляции художественных фильмов в программном вещании федеральных эфирных телеканалов. Эти процессы, начавшиеся достаточно давно (еще во время мирового финансового кризиса 2008–

2009 годов), несут в себе наибольшую опасность для производителей и дистрибьюторов кинофильмов в России со стороны наиболее рейтинговых каналов. Так, за 2010–2013 годы на «Первом канале» доля кинопоказа в программном вещании сократилась на 2,3 п. п., на «России 1» – на 3,8 п. п., а на НТВ – на почти катастрофические 14 п. п.; чуть меньшее падение (порядка 11 п. п.) наблюдалось на «Пятом канале» и «ТВ Центре». Относительно стабильны объемы показа кинофильмов остаются на ТНТ, СТС и «РЕН ТВ». И хотя большинство каналов из второго десятка рейтинга за рассматриваемый период увеличили долю кинофильмов в своей сетке вещания, их доходы, а значит и предлагаемые цены на кинопродукцию, не могут компенсировать потерь правообладателей от сокращения закупок со стороны телеканалов-лидеров, не только зарабатывающих на рекламе, но и получающих дотации со стороны государства (наиболее крупные субсидии выделяются холдингу ВГТРК – каналам «Россия 1», «Россия 2», «Россия К» и «Россия 24», международному информационному телеканалу «Russia Today», «Первому каналу», НТВ, «Пятому каналу», «ТВ Центру», «Звезде» и «Миру»⁸⁵).

Рисунок 70. Изменение доли показа кинофильмов в программном сетевом вещании эфирных российских телеканалов, процентные пункты (2010–2013)



⁸⁵ См. подробнее: Телевизионный рынок и Video on Demand в России // «KVG Research» – для Европейской аудиовизуальной обсерватории. Декабрь, 2013 г. С. 32–34: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+TV+and+VoD+2013+KVG+Research+EN.pdf/5fbb076c-868e-423a-bfed-dca8b66cac43>.

Дальнейшее развитие системы эфирного телевидения в России связано с «Концепцией перехода на цифровое телерадиовещание», согласно которой в 2009 году был определен состав первого (10 общероссийских бесплатных телеканалов⁸⁶), а в 2012–2013 годах и второго мультиплексов.⁸⁷ Оба они должны были заработать на территории всей России в 2015 году; причем первый из них, вещание которого финансируется государством, уже действует в большей части регионов страны. Участники второго мультиплекса должны сами оплачивать вещание в цифровом формате (порядка 1 млрд руб. в год). Концепция предполагала, что отключение аналогового вещания пройдет в период с 2015-го по 2018 год.

Однако к лету 2014 года стало очевидно, что сроки перехода на цифровое телерадиовещание в России не выдерживаются, в связи с чем отключение аналоговых станций перенесли на 2019 год, а запуск второго цифрового мультиплекса – на 2018 год. При этом были изменены и условия субсидирования участников первого мультиплекса: если до 2015 года они получали субсидии на цифровое вещание, то теперь им предлагается финансировать это направление за счет собственных средств, тогда как государство возьмет на себя субсидирование продолжающегося аналогового вещания каналов первого мультиплекса.⁸⁸

Эти изменения могут повлиять на объемы свободных средств в руках общедоступных телеканалов, входящих в состав первого мультиплекса, которые они могли бы потратить на качественный контент. При этом участники второго мультиплекса, напротив, сэкономят благодаря отсрочке – им не придется платить за вещание и в аналоговом и в цифровом форматах до 2018 года, поскольку пока они могут вести трансляции только с помощью аналогового сигнала.

9.2. Неэфирное телевидение

К числу неэфирных телеканалов в России может быть отнесена вся совокупность каналов как отечественного, так и зарубежного производства (адаптированных и неадаптированных), которые транслируются на территории страны при помощи кабельных, спутниковых и IPTV-сетей, без использования эфирных станций вещания.

Операторы платного телевидения играют в России важную роль, поскольку они предлагают потребителям не только пакеты каналов и различных дополнительных услуг (телефонной связи, Интернета, интерактивных сервисов и пр.), но и дополняют систему традиционной аналоговой доставки телевидения; число дополнительных платных телеканалов в пакете оператора часто становится в России второстепенной опцией – лишь в последние годы рынок платного

⁸⁶«Первый канал», «Россия 1», «Россия 2», «Россия 24», «Россия К», НТВ, «Пятый канал», «Карусель», «ТВ Центр» и «Общественное телевидение России».

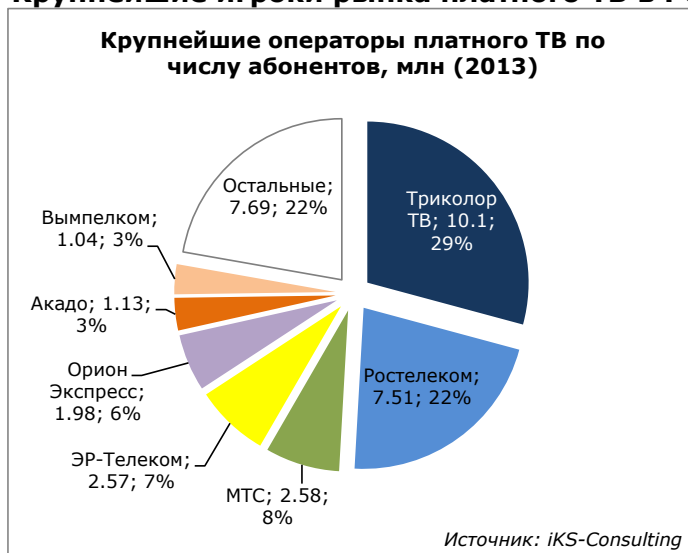
⁸⁷«Рен ТВ», СТС, «Домашний», «ТВ 3», «Спас», «Спорт плюс», «Звезда», «Мир», ТНТ, «Ю».

⁸⁸ Болецкая К. Бюджет экономит на РТРС // Ведомости. 20.08.2014 г.

телевидения стал развиваться в стране по западному сценарию, когда число неэфирных телеканалов стало расти.⁸⁹

По данным «iKS-Consulting», к концу 2013 года число абонентов платного телевидения в России достигло 34,6 млн домохозяйств, увеличившись за год на 11%. При этом крупнейшими компаниями, предлагающими на российском рынке услуги платного доступа к неэфирному телевидению, стали «Триколор-ТВ» и «Ростелеком», имеющие 10 и 7,5 млн подписчиков соответственно – более половины всего рынка.⁹⁰

Рисунок 71. Крупнейшие игроки рынка платного ТВ в России (2013)



Уже более половины подписчиков на услуги операторов платного телевидения пользуются преимуществами цифрового вещания: по данным «iKS-Consulting», с 2012-го по 2013 год их доля возросла с 46% до 55%, чему способствовали подключения к спутниковому и интернет-телевидению. Среди сегментов платного телевидения по-прежнему лидирует кабельное ТВ (51% подключенных домохозяйств); у операторов спутникового ТВ по итогам прошлого года 38% рынка; замыкают список IPTV-компании с 11% абонентов платного телевидения.⁹¹

По данным «KVG Research», девять крупнейших операторов (включая «Мегафон» и «НТВ+») предлагают российским абонентам около 400 телеканалов, в том числе полсотни – в HD.⁹²

Среди неэфирных выделяются каналы (отечественного производства или адаптированные для российского зрителя), которые специализируются на показе кинофильмов и сериалов. «KVG Research»

⁸⁹ Российское телевидение: индустрия и бизнес. Аналитический центр «Видео Интернешнл». Москва, 2010 г.

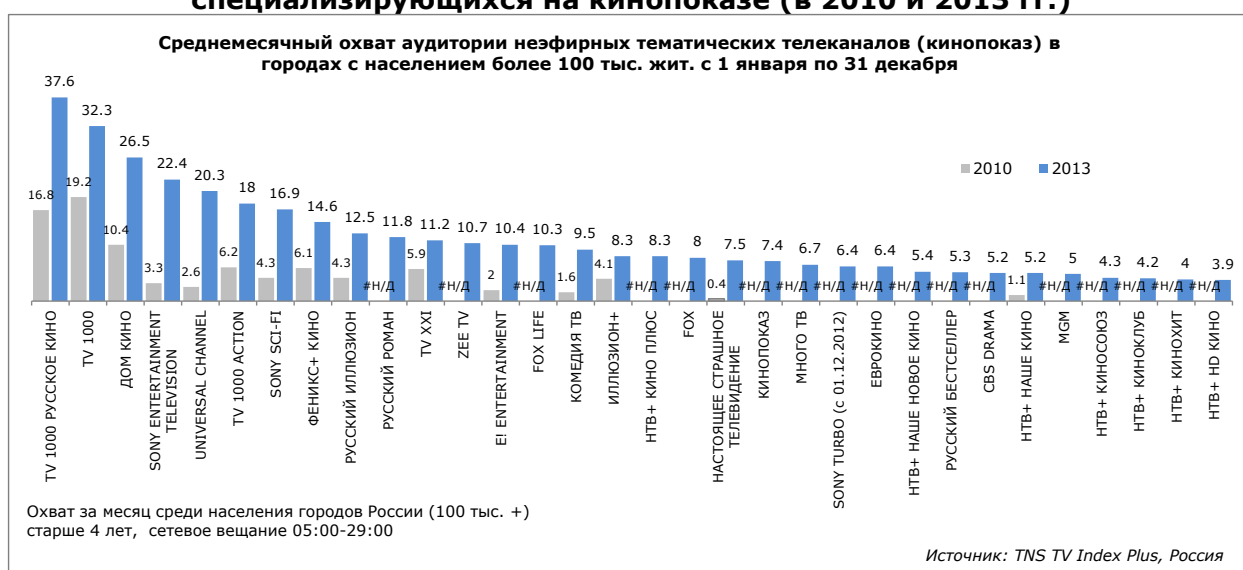
⁹⁰ Новый В. МТС выпадает из «тройки» // Коммерсантъ. 21.04.2014 г.

⁹¹ Афанасьева А., Кодачигов В. Рынок кабельного телевидения в России впервые перестал расти // Ведомости. 22.01.2014 г.

⁹² См. подробнее: Телевизионный рынок и Video on Demand в России // «KVG Research» – для Европейской аудиовизуальной обсерватории. Декабрь, 2013 г. С. 50–51: <http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+TV+and+VoD+2013+KVG+Research+EN.pdf/5fbb076c-868e-423a-bfed-dca8b66cac43>.

оценивает их долю в предложении операторов платного ТВ на уровне 12%. В проекте по измерению аудитории специализированных каналов «TV Index Plus PM», который ведет «TNS Россия», таких каналов насчитывается около 30, среди них наибольшим охватом обладают «TV 1000 Русское кино», «TV 1000» (оба производства «Viasat») и «Дом кино» (от «Первого канала»). Важно отметить, что за три последних года их среднемесячная аудитория возросла более чем вдвое. Если в 2010 году среднее число тех, кто смотрел первые два канала хотя бы раз в течение месяца, составляло более 10–12 млн чел., то в 2013-м их стало уже 20–25 млн, при этом среднемесячный охват аудитории наиболее популярных неэфирных каналов в городах с населением более 100 тыс. жит. возрос с 18–19 до 32–37.

Рисунок 72. Среднемесячный охват неэфирных телеканалов в России, специализирующихся на кинопоказе (в 2010 и 2013 гг.)



Помимо киноканалов для широкой аудитории основными распространителями подобного контента являются также детские неэфирные телеканалы, крупнейшими из которых до конца 2010 года являлись «Бибигон», производимый холдингом ВГТРК, и «Теленяня» (от «Первого канала») – на их базе был создан объединенный детский эфирный канал «Карусель», который теперь входит в состав первого мультиплекса цифрового вещания и является эфирным. К 2013 году крупнейшими детскими неэфирными каналами стали «Nickelodeon» и «Детский мир» – со среднемесячным охватом аудитории 17–19% (что составляет 11–13 млн зрителей в месяц). При этом спектр предложений на российском рынке специализированных детских платных телеканалов расширяется – в 2012 году «KVG Research» оценивало долю таких каналов на уровне 5,5% от всего ассортимента операторов платного ТВ.

Рисунок 73. Среднемесячный охват детских неэфирных телеканалов в России (в 2010-м и 2013 гг.)



Таким образом, неэфирные специализированные телеканалы в России набирают популярность: растет число их зрителей, как потенциальных (подключенных к сетям платного ТВ), так и реальных (смотрящих конкретные каналы хотя бы раз в месяц); увеличивается ассортимент. В связи с этим до сих пор расширялись и возможности монетизации для неэфирных каналов, а значит, и источники финансирования закупок контента. Помимо платы за подписку и платы за включение в пакет оператора⁹³ телеканалы получали возможность повышения своих рекламных доходов. Ситуация вскоре изменится, поскольку с 1 января 2015 года платным телеканалам в России законодательно запрещено продавать рекламу.⁹⁴

По данным аналитического центра «Видео интернешнл», до 2010 года доля рекламных поступлений в бюджетах всех телеканалов (эфирных и неэфирных) достигала 65–75%. И хотя этот источник важен прежде всего для эфирных телеканалов, в сегменте платного телевидения не действовали отдельные положения закона «О рекламе» – в частности, относительно ограничений на рекламу алкогольной продукции. Это позволяло неэфирным каналам в России получать доход также от рекламной деятельности (причем не только от производителей пива, присутствующих в эфире с 22 до 7 часов по местному времени, но и от производителей крепкого алкоголя). В результате с 2006-го по 2009

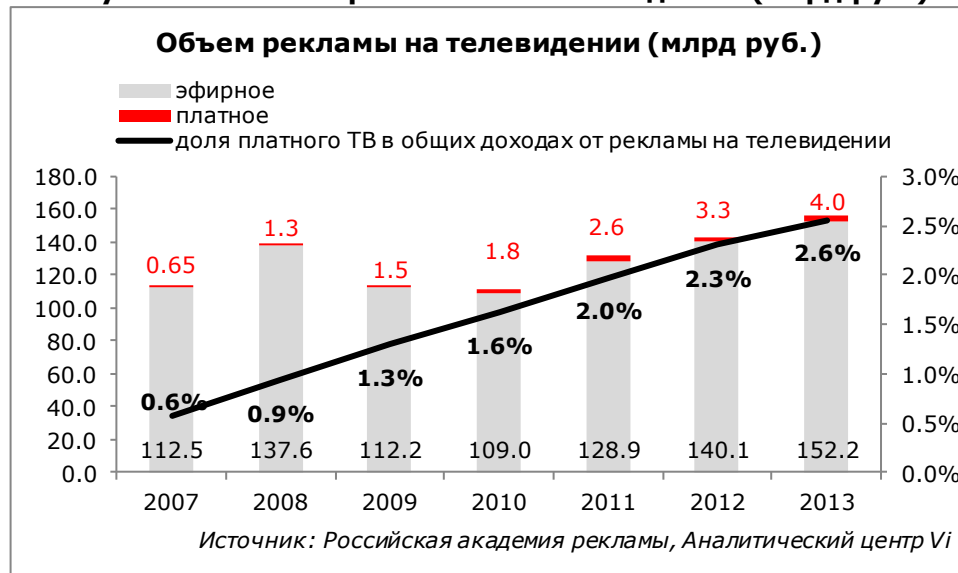
⁹³ В России действуют две схемы сотрудничества операторов и неэфирных телеканалов: в случае популярных телеканалов платит оператор; менее привлекательные для зрителей телеканалы, желающие попасть в состав пакетного предложения и расширить базу своих зрителей для привлечения рекламодателей, платят оператору сами.

⁹⁴ Согласно Федеральному закону №270-ФЗ «О внесении изменений в статью 14 Федерального закона «О рекламе»» от 21 июля 2014 г., в России вводится запрет на распространение рекламы каналами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе.

год доля доходов от рекламы в общем бюджете неэфирного телевидения выросла с 5% до 24%.⁹⁵

С 2010-го по 2013 год рекламные доходы тематических платных телеканалов увеличились с 1,8 до 4 млрд в год, а их доля в общих рекламных поступлениях на телевидении – с 1,6% до 2,6%.

Рисунок 74. Объем рекламы на телевидении (млрд руб.)



Серьезные изменения в этой сфере принес непростой в общественно-политическом отношении 2014 год. В январе независимый информационный телеканал «Дождь» провел в эфире опрос про блокаду Ленинграда, постановка которого многим показалась неэтичной. Представители власти и медиаотрасли высказались крайне негативно об этом поступке: опрос был удален с сайта канала, а руководство принесло публичные извинения. Однако инцидент на этом не был исчерпан. Вопрос был поставлен в ассоциации кабельного телевидения России (АКТР), президент которой выступил за отключение «Дождя» от кабельных операторов.⁹⁶ Его призыв был услышан, и вскоре отключения от 25 крупнейших операторов (в том числе «Триколора ТВ», «Акадо», «Дом.ру», НТВ+, «Билайна», «Ростелекома») действительно последовали. Таким образом, в течение нескольких дней аудитория «Дождя» сократилась с 17,5 до 2,5 млн зрителей⁹⁷, что ударило по рекламным доходам канала. В марте телеканал провел недельный марафон «Поддержи "Дождь"!», собравший средства на продолжение работы коллектива в течение еще двух месяцев. Параллельно велись переговоры по возвращению в пакеты кабельных операторов, которые, впрочем, до сих пор не привели к восстановлению статус-кво начала

⁹⁵ Российское телевидение: индустрия и бизнес. Аналитический центр «Видео Интернешнл». Москва, 2010 г.

⁹⁶ Китаева К. АКТР решила воспитать «Дождь» // РБК daily. 29.01.2014 г.

⁹⁷ См. пресс-конференцию генерального директора Н. Синдеевой и соинвестора телеканала А. Винокурова от 04.02.2014 г.:

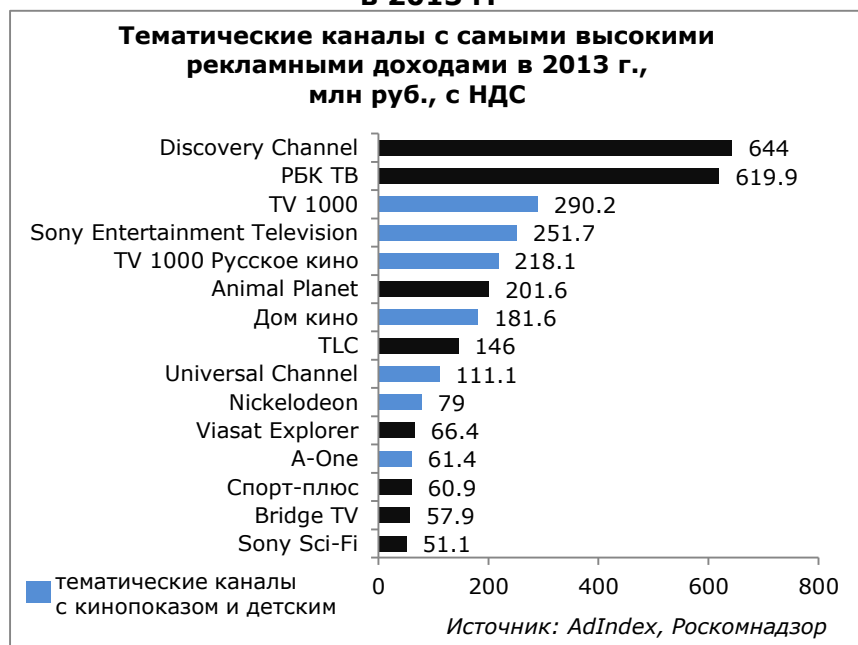
http://tvrain.ru/articles/dozhd_ne_zakryvaetsja_reklamodатели_ne_begut_dozhd_predlagaet_operatoram_svoj_signal_besplatno_glavnye_otvety_i_voprosy_ekstrennoj_press_konferen_tsii-361971/.

года. С июля телеканал перешел на новые условия подписки, существенно увеличив ее стоимость, поскольку с начала 2015 года всем неэфирным платным телеканалам законодательно запрещается размещать рекламу в своей сетке вещания.

Соответствующий федеральный закон был принят в России 21 июля 2014 года, и есть все основания полагать, что это непосредственно связано с вышеприведенной историей телеканала «Дождь», ситуация с которым еще более обострилась в свете возросшего напряжения между Россией и Западом в связи с украинским политическим кризисом.

Принятие закона №270-ФЗ, тем не менее, повлияет на деятельность далеко не только информационных, но и по всех платных телеканалов, которые в последние годы смогли достигнуть взаимопонимания с рекламодателями. Теперь же самые популярные у зрителей и востребованные рекламодателями платные каналы вынуждены будут сократить эту растущую статью доходов. Даже представители АКТР выразили опасения относительно его принятия, уверяя, что он ударит прежде всего по российским производителям тематического телевидения, более зависящим от рекламных поступлений, нежели зарубежные каналы, адаптированные для показа в России. Цены для абонентов вырастут, но не настолько, чтобы окупить потери телепроизводителей.⁹⁸ Рост рынка платного телевидения также замедлится.

Рисунок 75. Тематические каналы с самыми высокими рекламными доходами в 2013 г.⁹⁹



⁹⁸ Якорева А. Меньше каналов хороших и разных // Коммерсантъ-Деньги. 07.07.2014 г.

⁹⁹ Соболев С. Discovery и TV 1000 придется отказаться от рекламы в российском эфире // РБК daily. 15.07.2014 г.

9.3. Тенденции и перспективы развития телевизионной дистрибьюции в России

Таким образом, по состоянию на 2014 год можно отметить следующие перспективы развития рынка телевизионной дистрибьюции киноконтента в России, обоснованные последними тенденциями в этой сфере:

- Уменьшение спроса со стороны крупнейших федеральных телеканалов (в связи с размыванием аудитории и ее сокращением) и, как следствие, снижение цен на закупку киноконтента для эфирной трансляции;
- Снижение цен на закупку контента со стороны неэфирных телеканалов, производимых в России, в связи с сокращением денежных средств у них после введения запрета на рекламу на платных каналах с 1 января 2015 года;
- Рост спроса на жанровый контент, обоснованный все большей специализацией эфирных телеканалов, в том числе в рамках одного канала – по временным слотам (например, ночной эфир «Первого канала»), а также наличием свободных средств у каналов второго эшелона (вошедших во второй мультиплекс) в связи с отсрочкой перехода к цифровому вещанию до 2018 года;
- Рост спроса на качественный и специализированный контент со стороны неэфирных телеканалов, которые в условиях запрета на рекламу будут вынуждены повысить плату за подписку на свои услуги, для чего им потребуется мотивировать зрителя все более качественным предложением.

Помимо этого на телевизионную дистрибьюцию кинофильмов могут оказать влияние последствия двух недавно принятых законов:

- Отмена ограничений для одного продавца на рынке рекламы немедленно повлекла за собой объединение крупнейших медиахолдингов страны («Газпром-медиа», ВГТРК, «Первый канал» и «Национальная медиагруппа») с целью продажи рекламы через одного продавца – компанию «New Vi», которая договорилась о сотрудничестве с нынешним лидером рынка «Vi» («Видео Интернейшнл»); самостоятельными продажами рекламы займется лишь один игрок телерынка – «СТС Media». Предполагается, что объединенная компания сосредоточит в своих руках более 80% телерекламы, около 60% радиорекламы и 40% медийной рекламы в Сети. В результате этого доходы телекомпаний будут зависеть не столько от продавца рекламы, сколько от качества производимого и закупаемого контента.¹⁰⁰ То есть уровень конкуренции между каналами за контент может вырасти;
- Закон об ограничении доли иностранного капитала в СМИ (№305-ФЗ от 14.10.2014 г.) предписывает с 1 января 2016 года сократить контроль иностранцев над российскими СМИ до 20% акций или долей. Сразу после его принятия крупнейший

¹⁰⁰ Болецкая К. Реклама собралась // Ведомости. 06.10.2014 г.

российский медиахолдинг, торгующийся на бирже NASDAQ, «СТС Media» (телеканалы СТС, «Домашний», «Перец») потерял более 22% своей капитализации, поскольку сейчас одним из основных акционеров холдинга является шведская «MTG Group»; блок-пакет принадлежит кипрской «Telcrest» Юрия Ковальчука и его партнерам, а 36% акций находятся в свободном обращении (прежде всего у иностранных фондов).¹⁰¹ Таким образом, холдинг должен вывести из-под контроля иностранцев более половины акций. С аналогичными проблемами столкнулся и телеканал «Disney», 49% которого с 2011 года принадлежат американской компании «Walt Disney».¹⁰² Все это может сказаться на возможности приобретения контента упомянутыми телеканалами.

¹⁰¹ Болецкая К. СТС просит об исключении // Ведомости. 10.10.2014 г.

¹⁰² Walt Disney спишет до \$300 млн инвестиций в российское телевидение - <https://meduza.io/news/2014/11/24/walt-disney-spishet-do-300-mln-investitsiy-v-rossiyskoe-televidenie>

СПИСОК РИСУНКОВ

Рисунок 1. Объемы государственной поддержки кинопроизводства в России (2012–2013).....	38
Рисунок 2. Количество произведенных полнометражных художественных фильмов, вышедших в кинотеатральный прокат (2012–2013)	73
Рисунок 3. Суммарный производственный бюджет произведенных полнометражных художественных фильмов, вышедших в кинотеатральный прокат (2012–2013)	74
Рисунок 4. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2012 году	75
Рисунок 5. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2013 году	76
Рисунок 6. Количество произведенных анимационных фильмов (2012–2013)	78
Рисунок 7. Суммарная продолжительность произведенных анимационных фильмов (2012–2013).....	79
Рисунок 8. Количество произведенных документальных фильмов (2012–2013)	80
Рисунок 9. Количество произведенных полнометражных документальных фильмов (2012–2013).....	80
Рисунок 10. Коммерческие кинотеатры России (2010–2013).....	107
Рисунок 11. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в России (2010 – 2013).....	108
Рисунок 12. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в России (2010 – 2013).....	109
Рисунок 13. Кинотеатры и залы в ТРЦ (2010 – 2013)	110
Рисунок 14. Мультиплексы (8+ залов) в России.....	110
Рисунок 15. Коммерческие кинотеатры России по формату кинопоказа (2010 – 2013)	114
Рисунок 16. Релизы российского кинопроката по формату (2010 – 1Н 2014)	115
Рисунок 17. Среднемесячная посещаемость на один кинозал в России (2011 – 2013)	116
Рисунок 18. Среднемесячные кассовые сборы на один кинозал в России (2011 – 2013)	116
Рисунок 19. Концентрация рынка кинопоказа в России (три крупнейших киносети на основе числа проданных за год кинобилетов), 2010–2013 годы	119
Рисунок 20. Количество релизов и фильмов в российском прокате (2011 – 1Н 2014).....	124
Рисунок 21. Среднее число дней, которые фильм находился в прокате (2011 – 1Н 2014).....	124
Рисунок 22. Кассовые сборы российского кинопроката	125
Рисунок 23. Посещаемость кинотеатров в России	125
Рисунок 24. Средняя стоимость кинопосещения в России	126
Рисунок 25. Уровень кинопотребления среди россиян.....	126
Рисунок 26. Количество фильмов, выпущенных в российский кинопрокат (2011 – 1Н 2014).....	127

Рисунок 27. Количество выпущенных в российский прокат копии фильмов, новые релизы (2011 – 1Н 2014)	127
Рисунок 28. Среднее число экранов на фильм по странам производства, (2011 – 1Н 2014)	129
Рисунок 29. Средний кассовый сбор на одну копию по странам производства фильмов (2011 – 1Н 2014)	129
Рисунок 30. Количество фильмов в кинопрокате СНГ (без учета Украины) по странам-производителям (2011 – 1Н 2014).....	130
Рисунок 31. Кассовые сборы фильмов в кинопрокате СНГ (без учета Украины) по странам-производителям, все фильмы в прокате (2011 – 1Н 2014)	131
Рисунок 32. Самые успешные фильмы других европейских стран в кинопрокате СНГ (без учета Украины), за исключением фильмов с приходящим финансированием и с копродукцией с США	135
Рисунок 33. Число программ креативного контента в российском прокате (2011 – 1Н 2014)	136
Рисунок 34. Новые релизы основных дистрибьюторов креативного контента в российском прокате (2011 – 1Н 2014).....	137
Рисунок 35. Посещаемость региональных фильмов в местном прокате и ее сопоставление с общероссийской (2011 – 1Н 2014)	142
Рисунок 36. Кассовые сборы региональных фильмов в местном прокате и их сопоставление с общероссийской кассой (2011 – 1Н 2014).....	142
Рисунок 37. Общее число фильмов производства России, включая копродукцию, в кинопрокате СНГ и ЕС (2011–2013).....	145
Рисунок 38. Число проданных кинобилетов на российские фильмы в Евросоюзе (2011–2013).....	146
Рисунок 39. Количество лицензионных DVD- и BD-релизов в России ..	156
Рисунок 40. Структура лицензионного российского DVD-рынка по новизне релизов	156
Рисунок 41. Структура лицензионного российского BD-рынка по новизне релизов	157
Рисунок 42. Структура лицензионного российского DVD-рынка по типам релизов	158
Рисунок 43. Структура лицензионного российского BD-рынка по типам релизов	158
Рисунок 44. Структура лицензионного российского DVD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)	159
Рисунок 45. Структура лицензионного российского BD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)	160
Рисунок 46. Средний размер «окна» между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском его на DVD	161
Рисунок 47. Средний размер «окна» между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском его на DVD – МЕДИАНА	161
Рисунок 48. Доли крупнейших DVD-издателей на российском видеорынке по количеству релизов (2011 – 1Н 2014)	163
Рисунок 49. Доли крупнейших BD-издателей на российском видеорынке по количеству релизов (2011 – 1Н 2014)	163
Рисунок 50. Абонентская база ШПД в России (2012 – 2018П).....	170
Рисунок 51. Абонентская база IPTV в России (2012 – 2018П)	170

Рисунок 52. Рынок видео по запросу в России (2012 – 1Н 2014).....	171
Рисунок 53. Структура выручки по видам сервисов (1Н 2014).....	171
Рисунок 54. Структура выручки по способам просмотра (2013)	172
Рисунок 55. Структура выручки рынка сервисов видео по запросу по игрокам (1Н 2014).....	172
Рисунок 56. Динамика выручки ivi.ru (2011 – 1Н 2014).....	176
Рисунок 57. Динамика выручки «Play» (2012 – 1Н 2014).....	177
Рисунок 58. Динамика выручки «Tvigle» (2011 – 1Н 2014).....	178
Рисунок 59. Динамика выручки «Ростелекома» (2012 – 1Н 2014)	179
Рисунок 60. Динамика выручки «Триколора» (2013 – 1Н 2014).....	180
Рисунок 61. Динамика выручки «iTunes» от VoD в России (2012 – 1Н 2014)	182
Рисунок 62. Динамика выручки «Zoomby» (2012 – 1Н 2014).....	182
Рисунок 63. Динамика выручки «Videomore» (2012 – 1Н 2014)	183
Рисунок 64. Динамика выручки «НТВ+» от TVoD (2013 – 1Н 2014).....	184
Рисунок 65. Динамика выручки «Google Play» от VoD в России.....	186
Рисунок 66. Прогноз развития рынка видео по запросу в России	187
Рисунок 67. Рост доли Smart-телевизоров в общем объеме продаж телевизоров в России (2013 – 2018 F)	189
Рисунок 68. Динамика доли аудитории эфирных телеканалов с кинопоказом (2007–2013).....	194
Рисунок 69. Динамика доли показа кинофильмов в программном сетевом вещании эфирных российских телеканалов, % (в 2010-м и 2013 г.) ...	199
Рисунок 70. Изменение доли показа кинофильмов в программном сетевом вещании эфирных российских телеканалов, процентные пункты (2010–2013)	200
Рисунок 71. Крупнейшие игроки рынка платного ТВ в России (2013) ..	202
Рисунок 72. Среднемесячный охват неэфирных телеканалов в России, специализирующихся на кинопоказе (в 2010 и 2013 гг.)	203
Рисунок 73. Среднемесячный охват детских неэфирных телеканалов в России (в 2010-м и 2013 гг.)	204
Рисунок 74. Объем рекламы на телевидении (млрд руб.)	205
Рисунок 75. Тематические каналы с самыми высокими рекламными доходами в 2013 г.	206

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объемы финансирования ФЦП «Культура России (2012–2018 годы)»	36
Таблица 2. Выпуск киноvideопродукции в 2012–2013 годах.....	38
Таблица 3. Межправительственные соглашения о совместном кинопроизводстве с Россией	60
Таблица 4. Российские фильмы совместного производства, получившие поддержку со стороны «Евримажа» (2011–2014 годы).....	62
Таблица 5. Объемы кинопроизводства в России (2010–2013)	71
Таблица 6. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2012 году.....	72
Таблица 7. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2013 году.....	72
Таблица 8. Топ-10 производителей анимационных фильмов (по объему произведенного контента) в 2012 году	77
Таблица 9. ТОП-10 производителей анимационных фильмов (по объему произведенного контента) в 2013 году	78
Таблица 10. Компании-производители документальных фильмов по количеству выпущенных картин.....	80
Таблица 11. Топ-10 производителей по количеству выпущенных документальных фильмов	81
Таблица 12. Топ-10 производителей документальных фильмов по продолжительности произведенных лент (в минутах)	81
Таблица 13. Классификация кинопроизводственных компаний	82
Таблица 14. Рейтинг киностудий России в 2013 году по числу павильонов.....	87
Таблица 15. Ассортимент услуг российских киностудийных комплексов	93
Таблица 16. Ассортимент услуг российских сервисных компаний	95
Таблица 17. Распределение современных кинотеатров России по количеству залов на 1 января 2014 года	111
Таблица 18. Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами на 1 января 2014 года.....	112
Таблица 19. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жит. (на 01.01.2014, Московский регион = 100%)	113
Таблица 20. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 1 января 2014 года	117
Таблица 21. Крупнейшие сети кинотеатров России на 1 января 2014 года	118
Таблица 22. Оценка кассовых сборов и посещаемости российских кинотеатров (процент от данных по СНГ (без Украины), публикуемых отраслевыми изданиями)	122
Таблица 23. Доли рынка кинопроката фильмов на территории СНГ (без учета Украины) по странам-производителям (2011 – 1Н 2014).....	131
Таблица 24. Самые популярные фильмы (по числу зрителей) на территории СНГ (без учета Украины) за 2011 – 1Н 2014	132
Таблица 25. Количество релизов и фильмов европейского производства	133

Таблица 26. Посещаемость и сборы фильмов европейского производства	134
Таблица 27. Топ-10 кассовых релизов креативного контента в России, по сумме кассовых сборов (2011 – 1Н 2014).....	136
Таблица 28. Число фильмов регионального производства в местном прокате (2011 – 1Н 2014)	141
Таблица 29. Топ-10 кассовых фильмов местного производства в Республике Бурятия (2011 – 1Н 2014)	143
Таблица 30. Топ-20 кассовых фильмов местного производства в Республике Саха (Якутия) (2011 – 1Н 2014)	143
Таблица 31. Топ-10 региональных кинопродюсерских компаний России (2011 – 1Н2014).....	144
Таблица 32. Рейтинг стран ЕС по числу посещений российских фильмов (2011–2013)	146
Таблица 33. Топ-20 фильмов российского производства в кинопрокате ЕС (2011–2013)	148
Таблица 34. Крупнейшие кинодистрибьюторы в России по кассовым сборам – рейтинг на 1 июля 2014 года*	150
Таблица 35. Рейтинг крупнейших игроков российского рынка DVD-дистрибьюции по числу и типам релизов первой половины 2014 года	164
Таблица 36. Рейтинг крупнейших игроков российского рынка BD-дистрибьюции по числу и типам релизов первой половины 2014 года	164
Таблица 37. Бизнес-модели крупнейших российских сервисов видео по запросу	175
Таблица 38. Динамика объема кинопоказа на эфирных российских телеканалах по типам кинопрограмм (2010–2013).....	196
Таблица 39. Специализация и качественные характеристики основной кинопродукции в эфире федеральных телеканалов в 2014 году	197