



НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2014 ГОДА

текст: **Ксения Леонтьева**

КИНОПРОКАТ

(без учета креативного контента
и фильмов регионального производства)

В 2014 году в прокат вышли 414 новых релизов (всего на экранах страны демонстрировался 521 фильм). По сравнению с 2013-м новых релизов стало меньше (тогда их насчитывалось 429), а вот картин в прокате в целом – больше (491 – годом ранее). Как мы констатировали в полугодовом отчете о состоянии российского кинорынка, эффект цифровых технологий, который с 2007 года способствовал расширению российской киноафиши, сошел на нет.

Доля гибридных релизов в минувшем году опустилась до 6,5% (в 2013-м она составляла 27,5%), при этом фильмов только на 35-мм пленке в 2014 году не было вовсе. А вот доля релизов для кинозалов цифровых достигла 100%.

В российском прокате доминируют фильмы в 2D-формате, но продолжает расти число 3D-релизов: в 2014 году в прокат вышло 66 3D-картин (годом ранее – 64, без учета программ креативного контента). Расширяется и количество предложений для других форматов (причем часто блокбастеры выходят сразу в нескольких из них): в прошлом году на-

считывалось 25 релизов для залов Dolby Atmos (в 2013-м – 19), пять – для Barco Augo (в 2013-м – три) и по 31 фильму для залов с эффектами движения (в 2013-м для D-Box вышло 22 фильма, 4DX – 31). Отметим, что новых фильмов для IMAX в 2014 году оказалось меньше – 24, тогда как в 2013-м – 27; при этом еще шесть фильмов прошлых лет продолжали прокатываться в залах IMAX в течение 2014-го (в том числе «экранные долгожители» «Аватар» и «Жизнь Пи», а также документальные проекты собственного производства корпорации, которые мы относим к альтернативному контенту).

продолжение на стр. 2

КРИЗИС ЖАНРА

текст: **Олег Березин,**
Ксения Леонтьева (исследование
проведено при участии
Александра Дьякова, Cinemaplex.ru)

В 2014 году на российском рынке произошел перелом. Это отметили кинотеатры и дистрибьюторы, особенно дистрибьюторы независимого, артхаусного кино. Что же произошло, что сломало тренд на расширение афиши и разрушило несколько компаний – как опытных игроков, так и новичков, появившихся благодаря наступившей «цифровой эре»? Чтобы ответить на этот вопрос, мы решили проанализировать фильмы российского проката последних лет. В этом нам уже второй год помогают специалисты портала Cinemaplex.ru, взявшие на себя экспертизу всех выходивших на экраны картин по типам.

10 лет в российском прокате происходило расширение числа предлагаемых зрителям фильмов, что было возможно благодаря росту киносети и количества многозальных, а также благодаря сокращению расходов на выпуск картин в цифровом, а не в пленочном формате. До 2011 года это позволяло дистрибьюторам получать все больший доход от каждого релиза. Однако затем начало сказываться изменение возрастного состава российских жителей: число людей в возрасте

активных кинозрителей (15–24 года) сократилось, и посещаемость как самых успешных фильмов, так и на один релиз в среднем стала падать.

Сопоставление кривых «блокбастеризации» 2013-го и 2014 годов, построенных по посещаемости фильмов, занявших первые 100 мест в рейтинге года (обычно эти фильмы собирают около 90% билетов), показывает, что хотя первая пятерка картин прошлого года проигрывает топ-5 фильмам 2013-го, фильмы, занявшие по посещаемости места с шестого по двадцатое, собрали в 2014-м на 12% больше. На уровне следующей пятерки (20–25 места) изменений практически не произошло. А вот далее (26–100 места) наблюдается только падение – в целом на 9%. Отметим, что в предыдущие годы картины в середине рейтинга только выигрывали с каждым годом, поскольку цифровой формат проката позволял увеличивать тиражи и привлекать больше зрителей (в 2012 году выиграли картины на 16–45 местах рейтинга, в 2013-м – все начиная с 6 места!).

Посещаемость каждого конкретного фильма зависит не только от количества экранов в стране и числа молодых зрителей, но и от качественных характеристик самого фильма. Мы провели анализ фильмов 2013–2014 годов по типам, рассмотрев новые релизы, без учета креативного контента и фильмов регионального производства: всего было

классифицировано 426 фильмов 2013 года и 414 – 2014-го.

продолжение на стр. 5

ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



Подробности на стр. 6

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



Подробности на стр. 7

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ (на 1 февраля 2015 года)

Всего коммерческих кинотеатров — 1188
В том числе цифровых кинотеатров — 1158
Всего коммерческих кинозалов — 3827
В том числе цифровых кинозалов — 3694

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2014 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1

В прошедшем году наметился существенный прогресс в совершенствовании сбора официальных данных по кинопосещаемости и кассовым сборам российского проката. После перехода под управление Фонда кино Единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах была существенно оптимизирована. Ею стало гораздо удобнее пользоваться, а уровень доверия к ней со стороны отраслевых СМИ заметно вырос – практически все аналитики рынка стали обращаться к ЕАИС в случае отсутствия первичных данных о результатах проката фильмов от дистрибьюторов. В январе 2015 года в системе, по данным сайта <http://ekinobilet.fond-kino.ru>, было зарегистрировано более 2000 операторов кинопоказа, почти половина из которых являлись коммерческими кинотеатрами (из 1187 кинотеатров, действовавших в стране на 1 января 2015 года, в ЕАИС были зарегистрированы 990 – 3352 зала). К сожалению, в 2014 году остались нерешенными проблемы с качеством учитываемой статистики в ЕАИС – случаи увеличения погрешности при многократном подсчете одних и тех же данных порой принимали огромные масштабы. При этом поразительным оказалось количество картин, которое демонстрируется на экранах российских кинотеатров (в том числе и тех, что мы считаем некоммерческими площадками). Так, в отчетах ЕАИС по прокату за 2014 год специалистам Невафильм Research удалось распознать порядка 1700 уникальных наименований фильмов, зафиксированных отраслевыми изданиями в современном прокате России (2004–2014 годы); еще столько же наименований кинолент (в основном архивных) остались нераспознанными. Иначе говоря, возможности ЕАИС в случае корректной работы интригуют; остается надеяться на ее отладку в течение 2015 года.

Итак, в 2014 году мы использовали четыре основных источника статистики кинопроката СНГ и России: издания «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», базы данных «Rentrak» и ЕАИС, а также первичные данные, полученные от ряда дистрибьюторов и кинотеатров. По нашей оценке¹, кассовые сборы кинопроката в 2014 году на территории России составили 43,3 млрд руб.; число купленных в стране

кинобилетов – 176 млн. Второе полугодие с его обострившейся геополитико-экономической ситуацией в стране оказалось хуже первого (если в период с января по июнь три месяца показатели посещаемости были лучше таковых 2013 года – в январе, феврале и июне, то с июля по декабрь – только в сентябре), что отразилось на результатах всего 2014 года.



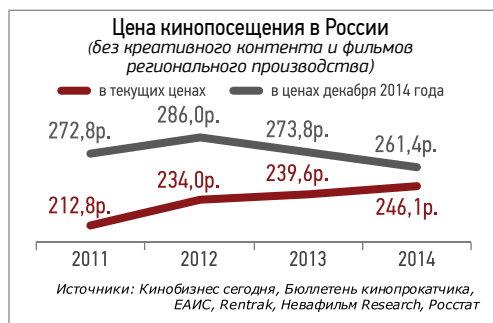
Годовой рост кассового сбора оказался небольшим – лишь 2,5%, а вот посещаемость кинотеатров в итоге даже упала (хотя и в пределах статистической погрешности) на 0,2%. С другой стороны, российский кинорынок расширился за счет присоединения Крыма. По нашей оценке, в 2014 году российские прокатчики получили на этой территории 0,51% от проданных в стране кинобилетов (0,36% кассы). Таким образом, в России произошло фактическое снижение уровня кинопотребления: с 2,07 раза в год на одного жителя в 2013 году до 2,03 в 2014-м в населенных пунктах с коммерческими кинотеатрами (по всей стране – с 1,23 до 1,21).



Сборы картин отечественного производства в 2014 году составили 7,8 млрд руб.; в кинотеатрах их посмотрело 32,7 млн человек. По сравнению с 2013 годом касса и посещаемость российских фильмов несколько снизилась (7,9 млрд руб. и 33,2 млн зрителей), но на фоне общей стагнации рынка доля отечественных картин сократилась незначительно, составив 17,9% по кассе и 18,7% по посещаемости. В то же время достичь этого удалось за счет увеличения

числа российских фильмов в прокате: если в 2013 году их вышло 65 (всего в прокате было 77), то в 2014-м – 84 релиза (всего 110 российских кинолент – с учетом продолжения проката). Увеличилась и широта охвата кинотеатров этими фильмами: общее число экранов российских релизов в 2013 году составляло 35,3 тыс., в 2014-м – 45,1 тыс. Это в свою очередь свидетельствует о лояльности кинотеатров к отечественному кинематографу, ставящих в свой репертуар все больше российских фильмов и отдающих им все больше экранов.

Отметим, что в минувшем году Невафильм Research начал изучение кинопроизводства и проката фильмов в регионах. Наиболее успешна их судьба в республиках Бурятия и Якутия (см. подробнее – в отчете «Киноиндустрия Российской Федерации-2014», подготовленном для Европейской аудиовизуальной обсерватории, на сайте research.nevafilm.ru). С каждым годом география проката региональных картин расширяется, растут и их сборы. Тем не менее, по предварительным данным, в 2014 году 30 региональных фильмов посмотрели около 80 тыс. зрителей, принесших в кассы кинотеатров порядка 15 млн руб. Это добавляет отечественным производителям лишь сотые доли процента в доле рынка по итогам года.



Стоимость кинопосещения в России в текущих ценах постоянно растет: после 10%-го всплеска 2012 года в 2013–2014 годы этот рост составлял 2,4 и 2,7% соответственно. В то же время с учетом средневзвешенной по кассовым сборам инфляции в последние два года наблюдается падение цены: на 4,2% за 2013 год и на 4,5% за 2014-й. Отметим, что в начале 2015 года наметился дальнейший рост номинальной цены, однако он вряд ли будет выше инфляции, а значит, мы будем наблюдать ее дальнейшее реальное падение.

КИНОПОКАЗ

По данным на 1 января 2015 года, в России насчитывалось 3829 коммерческих кинозалов в 1187 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 3,2). Переход на цифровые технологии кинопоказа в минувшем году почти завершился: в 96% коммерческих российских кинозалов установлено

¹ В 2014 году российские кассовые сборы рассчитаны как 93,6% от СНГ, посещаемость – 92,1% (на основании взвешенных данных по фильмам дистрибьюторов WDSPP, «Централ Партнершип», «Двадцатый век Фокс – СНГ», UPI, «Каро», «Вольга» и «Bazelevs», НЕВАФИЛЬМ EMOTION).

цифровое оборудование – 3694 экранов. В стране насчитывается 37 кинозалов IMAX, 30 залов с эффектами движения (20 D-Box и 10 4DX), а также 61 зал с премиальными форматами звука (49 Dolby Atmos и 12 Barco Auro).

Число кинотеатров, где в каждом зале есть цифровой проектор, достигло 1084 (91% от общего числа кинотеатров); однако к 1 января 2015 года в стране остались еще и работающие только на пленке площадки – их доля составила 2,5% (30 кинотеатров с 34 залами). Не имеющие доступа к премьерам в цифровом формате, такие кинотеатры работают с фильмами, вышедшими на экраны в 2013-м – начале 2014 года и еще доступными на пленке, а также с архивами фильмофондов; мы не включаем в подсчет залы, перешедшие на электронные (не цифровые) технологии кинопоказа.



В 2014 году количество новых оборудованных цифровых залов пошло на спад: за год их общее количество пополнилось 731 залом (в 142 кинотеатрах – впервые). При этом число закрытий цифровых залов оказалось несколько меньше, чем в 2013 году. В минувшем году процесс перехода на цифровые технологии должен был завершить-

ся: на это рассчитывали все дистрибьюторы, к этому стремились и все кинотеатры. Однако разразившийся валютный кризис помешал планам кинопоказчиков, прежде всего сетевых, которым требовались масштабные инвестиции для оцифровки, и они были вынуждены отложить покупку цифрового оборудования. В результате оставшиеся 35-мм залы в киносетях по долгу показывали пленочные ленты или же попросту простаивали в условиях дефицита релизов в этом формате во второй половине года. Очевидно, что в 2015-м оставшиеся пленочные залы будут либо закрыты (перепрофилированы), либо оцифрованы – другого пути у кинопоказчиков не остается. Практически все дистрибьюторы во втором полугодии отказались от пленочных релизов – их было всего 7 (за весь 2014 год – 28).

За год в 132 коммерческих кинотеатрах были открыты 422 зала, тогда как закрылись 67 кинотеатров (106 залов). Часть новых коммерческих кинотеатров была не построена, а оборудована в помещениях старых кинотеатров и домов культуры в малых городах России – их реконструкция и цифровизация велась в том числе и за счет муниципальных бюджетов. Кроме того, в течение 2014 года наша страна пополнилась новым федеральным округом – Крымским, что добавило и площадок российскому кинорынку. Сейчас Республика Крым и город федерального значения Севастополь занимают последнее место в рейтинге федеральных округов РФ – здесь насчитывается 32 зала в 15 коммерческих кинотеатрах (все они цифровые). С учетом этих двух факторов (от-

крытий-закрытий и присоединения Крыма) рост общего числа коммерческих экранов в России составил за год 11%, кинотеатров – 10% (в 2013-м – 12% и 7% соответственно).

Доля новых кинозалов, построенных в торгово-развлекательных центрах, в 2014 году составила 65% – это на 5,3 п.п. меньше, чем в 2013-м году; причиной тому – оцифровывающиеся муниципальные однозальники в малых городах. Тем не менее общая доля кинозалов в торговых центрах продолжает расти и составляет по итогам года 64,9% (2485 экранов в 444 торговых центрах).

Если по итогам 2013 года самым большим кинотеатром в России был 20-зальный «Киноцентр Соловей на Красной Пресне» в Москве, ставший первым отечественным мегаплексом², то к концу 2014-го кинотеатров этого типа стало три – крупнейшим из них остался тот же «Киноцентр», уже 23-зальный. В то же время за год выросло и количество однозальных кинотеатров – это происходит за счет перехода в разряд коммерческих и цифровых муниципальных площадок в малых городах. Благодаря этому доля рынка однозальников не изменилась по числу залов и даже выросла – по числу кинотеатров.

В целом по России средний уровень обеспеченности коммерческими кинозалами в городах с количеством жителей 10 тыс. и больше в 2014 году вырос до 3,7 на 100 тыс. человек (в 2013 году – 3,4), а в пересчете на число жителей населенных пунктов, где есть современные кинотеатры, – 4,3 (год назад – 4).

² По общепринятой терминологии, кинотеатры с 2–7 залами называются миниплексами, мультиплексы имеют 8–15 залов, мегаплексы – от 16 залов.

Цифровые кинозалы

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS зимой 2014 года

За 2014 и начало 2015 года инженеры НЕВАФИЛЬМ CINEMAS ввели в эксплуатацию 172 цифровых кинозала. Нынешней зимой (в декабре и январе) было установлено оборудование в новых кинотеатрах Архангельска, Владивостока, Петропавловска-Камчатского, Санкт-Петербурга, Челябинска, Мытищ и других городов России.

Всего на 1 февраля 2015 года в стране насчитывается 1158 кинотеатров с 3694 цифровыми залами. Компания «Невафильм» сохраняет первенство по поставкам цифрового оборудования в стране: число оснащенных ею залов составило 895 – 24,2% рынка.

Производство сериала о Екатерине Великой официально завершено

НЕВАФИЛЬМ STUDIOS закончил режиссерское озвучивание сериала «Великая».

Первый сезон, насчитывающий 12 эпизодов, расскажет о становлении личности императрицы Екатерины Великой с момента ее приезда в Россию до восхождения на престол. За первые 20 лет, проведенных в Петербурге, вокруг правительницы разворачивалось множество дворцовых интриг и заговоров. Продюсер проекта Рубен Дишдишян отмечает, что «Великая» снята в духе лучших западных костюмированных сериалов («Борджиа», «Тюдоры», «Рим») и станет одним из главных событий телесезона. Премьера состоится на «Первом канале» весной, однако уже сейчас создатели работают над продолжением. Съёмки стартовали в декабре 2013 года; последние сцены, включая зимнюю природу, были досняты в начале 2015 года в Санкт-Петербурге, Пушкине и Петергофе. Тогда же начались монтажно-тонировочные работы.

«Три богатыря: Ход конем» побил рекорд анимационного проката



Цифровая кинолаборатория НЕВАФИЛЬМ DIGITAL провела мастеринг фильма «Три богатыря: Ход конем» студии «Мельница». Это уже шестая часть анимационной отечественной франшизы, которая началась в 2004 году фильмом «Алеша Попович и Тугарин Змей» и с каждым годом набирает все большую популярность у детей и взрослых. Новая глава приключений богатырей традиционно стала одним из лидеров новогоднего проката, собрав почти 1 млрд рублей на 2100 копиях и немного опередив своего предшественника – фильм «Три богатыря на дальних берегах». Таким образом «Ход конем» стал самым кассовым российским мультфильмом в истории; прокат картины продолжается.

К концу 2014 года лидерами российского рынка остаются киносети «Синема парк», «Формула кино» и «Каро»: каждая из них имеет более 200 залов и занимает более 5% рынка. Из десятки крупнейших операторов кинопоказа только двое не были полностью оцифрованы – у региональных «Премьер-зала» и «Монитора», работающих с частью кинотеатров по договорам репертуарного планирования, к 1 января 2015-го еще остались пленочные залы.

а вот залов вдвое меньше – 47). Кроме того, в летний период в столице действовало три цифровых кинотеатра под открытым небом: «Пионер», «Музеон» и «Эрмитаж». Закрылись в Москве в 2014 году пять кинотеатров (преимущественно одно- и двухзальные), а также большое количество залов в действующих кинотеатрах (всего 15 экранов). Очевидно, кинопоказчики оптимизируют размеры своих площадок в условиях высокой столичной

Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2015 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место на 01.01.15	Место на 01.01.14	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во кино-театров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля кино-театров с цифр. залами в сети	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол-ву залов	Центр. офис
1	1	Синема парк	30	280	30	280	100%	100%	7,3%	Москва
2	2	Формула кино	34	253	34	253	100%	100%	6,6%	Москва
3	3	Каро	30	221	30	221	100%	100%	5,8%	Москва
4	4	Киномакс	29	190	29	190	100%	100%	5,0%	Москва
5	6	Премьер-зал	105	158	105	156	100%	99%	4,1%	Екатеринбург
6	5	Люксор	22	152	22	152	100%	100%	4,0%	Москва
7	7	Синема стар	21	109	21	109	100%	100%	2,8%	Москва
8	8	Монитор	26	98	26	96	100%	98%	2,6%	Краснодар
9	11	Мираж синема	14	95	14	95	100%	100%	2,5%	Санкт-Петербург
10	10	Пять звезд	11	66	11	66	100%	100%	1,7%	Москва
Итого у этих операторов			322	1622	322	1618	100%	100%	42,4%	
Всего в России			1187	3829	1157	3694	97%	96%	100,0%	

Среди российских регионов лидирует Москва, на территории которой находится 18% коммерческих кинозалов. Новая территория Крымского ФО составляет лишь 0,8% по числу кинозалов России.

конкуренции и перед лицом необходимости полностью перейти «на цифру» в кратчайшие сроки. Тем не менее в минувшем году именно столичный рынок показал наиболее быстрый рост: число экранов в Московском

Распределение коммерческих кинотеатров по федеральным округам России на 01.01.2015

Округа	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифр. залами	Кол-во цифровых залов	Доля рынка по кол-ву залов
Московский регион	128	688	126	676	18%
Приволжский ФО	178	631	172	594	16,5%
Центральный ФО (без учета МР)	196	562	186	538	14,7%
Сибирский ФО	154	430	150	412	11,2%
Уральский ФО	127	367	124	353	9,6%
Южный ФО	120	344	119	330	9%
Санкт-Петербург	60	344	58	336	9%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	87	200	86	194	5,2%
Дальневосточный ФО	86	151	85	150	3,9%
Северо-Кавказский ФО	36	80	36	79	2,1%
Крымский ФО	15	32	15	32	0,8%
Всего в России	1187	3829	1157	3694	100%

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

01.01.2014 – 120 кт / 602 экрана
66 кт / 440 экранов в ТЦ
110 кт / 542 цифровых зала
01.01.2015 – 128 кт / 688 экранов
75 кт / 515 экранов в ТЦ
126 кт / 676 цифровых залов

В 2014 году в Московском регионе были открыты 13 новых кинотеатров (101 зал) – по сравнению с 2013 годом столица совершила резкий скачок (год назад новых кинотеатров открылось столько же,

регионе выросло на 14,3%. Доля кинозалов в ТРЦ в столице по итогам года составила 74,9%, что на 1,8 п. п. выше, чем в 2013-м.

Число цифровых экранов увеличилось на 24,7%: в 2014 году был установлен 141 цифровой проектор (в том числе в 18 кинотеатрах впервые). В целом 98,3% кинозалов Москвы имели к концу года цифровые проекторы. Оборудование для 3D-показов нет в 108 залах (что составляет 26% цифровых экранов).

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

01.01.2014 – 59 кт / 318 экранов
36 кт / 266 экранов в ТЦ
53 кт / 286 цифровых залов
01.01.2015 – 60 кт / 344 экрана
38 кт / 290 экранов в ТЦ
58 кт / 336 цифровых залов

Рост рынка Санкт-Петербурга в 2014 году был не такой бурный, как в 2013-м, когда Северная столица пополнилась сразу десятком многозальных (79 экранов): на сей раз здесь было открыто лишь три кинотеатра (31 зал). В отличие от 2013-го, когда ни одна площадка не закрылась, город потерял два кинотеатра (пять залов). Общий рост числа коммерческих кинозалов в Петербурге оказался скромным – 8,2%. При этом доля кинозалов в торгово-развлекательных центрах не изменилась, оставшись на уровне 84% от общего числа коммерческих экранов.

Рост числа цифровых залов составил 17,5%; сейчас их доля составляет 97,7%. В течение года в Северной столице были установлены 53 цифровых кинопроектора (в шести кинотеатрах впервые). Оборудования для 3D-показа нет в 91 зале (27% рынка цифрового кинопоказа Петербурга).

РЕГИОНЫ

01.01.2014 – 902 кт / 2533 экрана
286 кт / 1497 экранов в ТЦ
843 кт / 2141 цифровой зал
01.01.2015 – 999 кт / 2797 экранов
331 кт / 1680 экранов в ТЦ
973 кт / 2682 цифровых зала

В 2014 году в регионах России были открыты 290 залов (116 кинотеатров). Закрылись 58 залов в 34 кинотеатрах. Рост регионального рынка кинопоказа в 2014 году составил 10%, при этом рост числа кинозалов в ТРЦ – 12,2%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРК достигла 60% (на 1 п. п. больше, чем годом ранее).

За год региональный рынок кинопоказа пополнился тремя вновь открытыми кинозалами IMAX в сетях «Иллюзион», «Формула кино» и «Mori Cinema» во Владивостоке, Новокузнецке и Тольятти соответственно. Еще один IMAX добавился благодаря присоединению Крыма – «Планета кино» в Ялте.

В течение 2014 года 537 региональных экранов были оснащены цифровой кинопроекцией (135 кинотеатров установили свое первое цифровое оборудование). Закрылись 28 цифровых региональных кинозалов (в 20 кинотеатрах). Таким образом, общий рост данного сегмента рынка составил 25%. По итогам 2014 года, в регионах России насчитывалось 486 цифровых залов только для 2D-показов (18% цифрового рынка).

© 2015 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
По вопросу приобретения полной версии исследования обращайтесь в аналитический отдел компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru, (812) 449-70-70, доб. 240

КРИЗИС ЖАНРА

Продолжение. Начало на стр. 1

Интересно, что распределение количества релизов в российском прокате за два года примерно одинаково: по числу наименований в прокате доминируют жанровые мужские фильмы, взрослые комедии и серьезные ленты, а также артмейнстрим и артхаус – по 50 и более релизов. В то же время молодежных фильмов в 2014 году оказалось вдвое меньше, чем в 2013-м (вероятно, дистрибьюторы ощутили снижение потребности в таких фильмах в связи с сокращением подростковой аудитории). Меньше всего на российских экранах детских и семейных картин, женских жанров и попкорн-блокбастеров.



По размеру тиражей, отражающих доступность тех или иных фильмов для зрителей, лидируют попкорн-блокбастеры (35–40 тыс. экранов); ненамного от них отстают детские релизы (25–30 тыс.); стабильное количество экранов два года получал артмейнстрим (13–13,4 тыс.). Другие типы фильмов вышли в 2014 году в форматах, отличных от прошлогодних. Так, большие тиражи в минувшем году получили семейные картины, жанровые ленты для мужской и женской аудитории, комедии и артхаус; меньшие – молодежные фильмы и серьезное взрослое кино. Эти изменения обусловлены соответствующими изменениями в количестве релизов данных типов.

В то же время стоит выделить два тренда, которые не могут быть объяснены подобным образом. Во-первых, количество попкорн-блокбастеров в прокате уменьшилось на 12%, а вот их совокупный тираж вырос на 18% – здесь, очевидно, сказывается давление дистрибьюторов на кинотеатры, которое, возможно, и не встречает сопротивления со стороны последних, поскольку блокбастер на афише снижает риски показчика. Второй же тренд связан с переориентацией дистрибьюторов и кинотеатров с молодежи на детскую и семейную публику: при увеличении числа фильмов

для этой аудитории на 15% количество экранов, на которых они вышли, выросло на 25%.

Тем не менее по количеству зрителей в прокате лидируют блокбастеры, и их доля за минувший год выросла – с 38% всех посещений в стране до 44%. Несмотря на расширение предложения детские и семейные фильмы в 2014 году собрали меньше, чем в 2013-м, – это вторая по привлекательности категория картин для зрителей (18–20%). На третьем месте идут комедии, стабильно собирающие в России 12–13% зрителей. Вопреки резкому увеличению числа экранов для комедийных и мужских жанровых лент их показатели в прокате почти не изменились за год (у последних стабильные 10% посещений). Серьезные взрослые фильмы сдали свои позиции – в соответствии с их сокращением на афише; аналогично выросло посещаемость женских жанров.



Наконец, в категории арткино действительно произошло нечто необычное: артмейнстрим, вышедший на большем количестве экранов, собрал почти вдвое меньше зрителей, что, вероятно, и «подкосило» независимых дистрибьюторов. Интерес россиян к артхаусу (где наблюдается симметричное увеличение числа экранов и посещаемости) не смог компенсировать потерю аудитории артмейнстрима, которая в разы больше, чем число поклонников экспериментальных фильмов.

В заключение рассмотрим примеры са-



рых популярных фильмов каждого типа в прокате 2013–2014 годов. По доле жителей городов с кинотеатрами, посмотревших эти фильмы, лидируют попкорн-блокбастеры (они и являются самыми популярными картинками года); на втором месте находится детская анимация (5–6% всех потенциальных кинозрителей); комедии для взрослых набрали по 4% жителей городов с кинотеатрами – это постоянный показатель для двух лет. Однако третью позицию по популярности в 2013 году занимал фильм в категории серьезного взрослого кино («Легенда № 17»), а в 2014-м им стал семейный мультфильм «Город героев». Доля потенциальных зрителей, посмотревших самый популярный артмейнстрим, сократилась за год с 2,2 до 0,8%, а вот самого популярного артхауса – выросла с 0,1 до 0,3%. Таким образом, качественный анализ

российского репертуара 2013–2014 годов свидетельствует о росте популярности блокбастеров, обусловленной расширением их присутствия на афише кинотеатров, хотя при этом первая пятерка и принесла своим создателям меньше купленных билетов, чем в 2013 году. Дистрибьюторы расширили предложение семейных и детских кинолент в ожидании прихода в залы подросших зрителей, которые заполняли кинотеатры в нулевые годы и должны привести сюда своих детей, однако пока это предложение не нашло спроса. В то же время сократившийся выпуск молодежных лент вызвал дефицит и повышение посещаемости на экран. Проблемы же независимых дистрибьюторов, работающих с арткино, связаны главным образом с падением посещаемости мейнстрима, тогда как интерес к артхаусу в российских кинотеатрах вырос – пропорционально увеличению выпуска подобных фильмов и их тиражей. Это падение спроса на артмейнстрим может быть временным, поскольку серьезно зависит от наличия конкретных фильмов в прокате, – тем печальнее, что оно повлекло за собой уход с рынка достойных компаний.

© 2015, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
 Полную версию статьи читайте в блоге Олега Березина на сайте Cinemaplex.ru и Невафильм.рф

ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ – RUSSIAN BEST EXHIBITORS INDEX

текст: Ксения Леонтьева

Индекс посещаемости в лучших кинотеатрах России строится на основании статистики посещений на один зал у семи «голубых фишек» рынка кинопоказа – это компании «Синема парк», «Формула кино», «Каро фильм», «Киномакс» (без франшиз), «Синема стар», «Mog Cinema» и «Пять звезд»; всего более тысячи залов. Он показывает уровень средней посещаемости на зал в этих сетях в текущем месяце относительно среднемесячного числа зрителей на зал в 2013 году (принятому за 100 пунктов).

Первый месяц года продемонстрировал традиционный рост посещаемости как в целом по стране, так и в лучших кинотеатрах: RBEI поднялся до 132 пунктов после декабрьского снижения до 77; общероссийский индекс

посещений на зал вырос даже больше – с 74 до 138 пунктов. Тем не менее по сравнению с январем 2014 года посещаемость на один зал оказалась ниже; при этом кинотеатры показали большую устойчивость заполняемости залов год от года: RBEI за январь 2015-го был ниже на 5 пунктов, чем за январь 2014-го, тогда как общероссийский индекс просел в текущем году на целых 16 пунктов.

Хотя различие январских индексов может объясняться и различием в репертуаре кинотеатров за аналогичный период в 2013-м и 2014 годах, за первый год мониторинга в России произошло сокращение числа зрителей в каждом конкретном кинозале, особенно заметное на общероссийском уровне. В целом 2014 год оказался хуже 2013-го: общероссийский уровень посещаемости на один кинозал снизился на 8,9 пунктов за год и составил **91,1**; кинотеатры потеряли за минувший год 7,7 пункта – RBEI по итогам года достиг **92,3** пункта относительно 2013-го.



© 2015, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Ежемесячная динамика RBEI доступна по подписке на «Cinema Market». Подробности: research@nevaflm.ru, (812) 449-70-70; доб. 240

Весенние премьеры НЕВАФИЛЬМ EMOTION



В апреле на экраны кинотеатров выходят два документальных релиза НЕВАФИЛЬМ EMOTION: «Зеленая планета» и «Викинги Британского музея».

«Зеленая планета» – результат шестилетнего труда команды немецкой студии «Docklights» под началом опытного режиссера-натуралиста Яна Хафта. Благодаря современным технологиям съемки зрители смогут разглядеть крошечных лесных обитателей во всех деталях. Фильм снимался специально для большого экрана и получил награду жюри на «Wildlife Vaasa Festival», а также приз за лучший монтаж британской премии «Wildscreen».



«Викинги Британского музея» – это запись экскурсии по уникальной выставке «Викинги: Жизнь и легенда», посвященной военному искусству, религии и быту предков скандинавов.

Расцвет эпохи викингов пришелся на VIII–XI века, когда их экспансия покрыла территории от Каспийского моря до севера Атлантического океана и от Северного полярного круга до Средиземноморья. Эта экспозиция организована Британским музеем совместно с Датским национальным музеем и национальными музеями Берлина.

НЕВАФИЛЬМ EMOTION не впервые обращается к наследию прошлого: в сентябре 2013 года в прокат вышел другой проект Британского музея – «Жизнь и смерть Помпей и Геркуланума».

CINEMA MARKET доступен по подписке

10 февраля вышел первый в 2015 году выпуск «Cinema Market» – ежемесячного информационно-аналитического бюллетеня, подготовленного специалистами исследовательского отдела «Невафильм» и журнала «Кинобизнес сегодня». В бюллетене представлена информация о ежемесячных кассовых сборах, статистике рынка кинопоказа, рейтинге кинотеатров. Ознакомиться с бесплатным выпуском за декабрь 2014 года можно на сайте <http://research.nevaflm.ru>. Подписчикам предоставляется скидка при покупке отчетов и аналитических справок НЕВАФИЛЬМ RESEARCH.

Министерство образования РФ поддерживает киноуроки

Мария Безенкова, руководитель прокатного отдела компании «Невафильм», кандидат искусствоведения и преподаватель ВГИКа, выступила в Министерстве образования РФ с презентацией образовательных программ для кинотеатров. Проект, впервые опробованный в 2010 году (Год учителя), призван сделать процесс обучения увлекательным и наглядным. Каталог программы включает учебные и научно-популярные фильмы, а также театральные трансляции. Учебные фильмы охватывают два блока учебных дисциплин (естественно-научных и гуманитарных) и помогают юным зрителям познать азы биологии,

экологии и зоологии, а также истории и мировой художественной культуры. Урок подразумевает не только просмотр фильма, но и обсуждение увиденного материала: методический комплект для учителя прилагается вместе с фильмокопией.

Невафильм STUDIOS – десятикратный лауреат премии «Блокбастер»



2 февраля в банкетном зале отеля «RadissonRoyal» прошла XVIII Церемония вручения профессиональной премии в кинобизнесе «Блокбастер», учрежденной журналом «Кинобизнес сегодня». Мероприятие по традиции посетили руководители кинодистрибьюторских и продюсерских компаний, крупнейших кинотеатров, руководители студий, а также представители деловой и финансовой элиты, имеющей отношение к кинобизнесу.

Престижной премии имени переводчика Алексея Михалева были удостоены специалисты НЕВАФИЛЬМ STUDIOS. Озвученные ими «Стражи галактики» собрали в российском прокате почти 38 млн долларов и стали самым успешным релизом прокатчика WDSSPR в 2014 году. Эта награда стала юбилейной для компании «Невафильм». Первый ее «Блокбастер» пришелся на 1999 год, когда за лучший дубляж был отмечен мультфильм «Мулан».

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЗИМА 2014–2015 ГОДОВ

текст: Татьяна Горская

В зимнем опросе приняли участие 56 респондентов – представители 21 федеральной, 9 региональных, 11 местных киносетей и 15 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 40% кинотеатров, или 59% залов, действующих в стране к началу февраля 2015 года.

ИНДЕКС НАСТРОЕНИЯ

Больше половины кинопоказчиков (59%) остались довольны посещаемостью зимой 2014–2015 годов, 36% назвали прошедший зимний киносезон удовлетворительным, и всего 5% – плохим. В результате показатель бизнес-ситуации в феврале 2015 года составил **53,6%**, что на 6,4% ниже аналогичного показателя 2014-го.

Ожидания относительно весеннего сезона на этот раз распределились практически равномерно. Чуть больше респондентов (38%) твердо уверены, что посещаемость останется на прежнем уровне. Пессимистично смотрят на ближайшие перспективы 34% от числа опрошенных. Наименьшее число участников опроса (29%) рассчитывает на приток зрителей в кинотеатры. В результате показатель бизнес-ожиданий составил **-5,4%**. Последний раз он опускался ниже нулевой отметки в период с 2008-го по 2010 год, но его значение было гораздо хуже – в пределах от -41% до -35%.

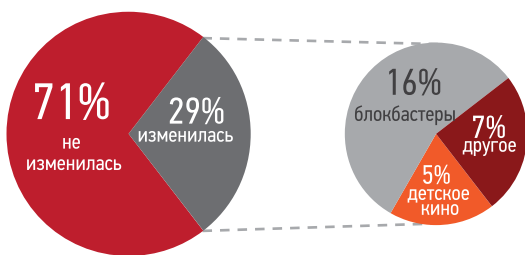
На этот раз индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа зимой 2014–2015 годов приблизился к февральскому значению 2010 года:

Business Climate Index = 22,2

ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

В этом опросе мы выяснили, как кризисная экономическая ситуация повлияла на различные сферы деятельности кинотеатров – репертуарную и кадровую политику, общение с дистрибьюторами и арендодателями.

Изменение репертуарной политики в условиях кризиса зимой 2014–15



Большинство опрошенных (71%) утверждают, что в условиях кризиса репертуарная политика осталась прежней, а 29% сетуют на вынужденные изменения в репертуаре. Так, 16% пришлось отказаться от «имидже-

вых» картин в пользу более кассовых блокбастеров. Трое из числа опрошенных приняли решение об увеличении доли сеансов, отдаваемых детским картинам.

Ситуация с требованиями со стороны дистрибьюторов сложилась обратным образом. Под ужесточение условий попали 70% респондентов. Основной упор в требованиях был сделан на изменение сроков платежей – большинство опрошенных кинотеатров были вынуждены сократить временной разрыв между показом фильма и выплатой денег дистрибьютору. В работе с 17 респондентами усиленное внимание дистрибьюторы стали проявлять к формату росписи.



Другая проблема, возникшая из-за сильного роста курса валют, – плата за арендованные площади. Минимальное число ответивших продолжают проводить расчеты с арендодателями в валюте. От общего числа респондентов это всего 6%. Столько же респондентов смогли договориться с арендодателями о валютном коридоре. 8% респондентов смогли перейти на процент от оборота. Большинство же участников опроса не почувствовали влияния кризиса в этом вопросе: у 37% все площадки находятся в собственности (в их число входят и муниципальные кинотеатры), а 51% всегда проводил расчеты в рублях.

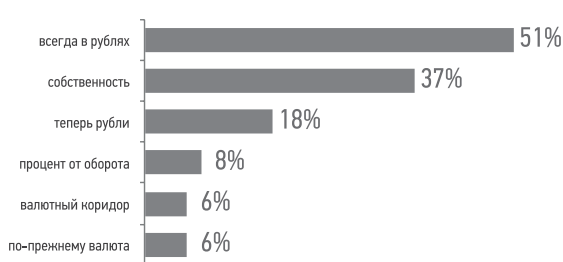
Одним из ключевых моментов во время кризиса становится кадровая политика. У 46% показчиков во время зимы 2014–2015 годов произошли вынужденные изменения в данном вопросе. Чаще всего шаги в этом направлении принимали федеральные

сети – 14 из 21 внесли поправки в кадровую политику. У региональных сетей данный показатель ниже, чем у всех респондентов; он составил всего 22%. В местных сетях показатели распределились примерно поровну: у пяти опрошенных произошли изменения, у шести кадровая политика осталась прежней. Независимые кинотеатры смогли удержать данное значение на низком уровне – всего 27% респондентов пришлось подстраиваться под новые условия.

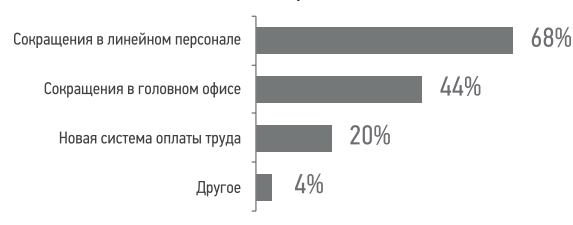
Основным решением проблем с персоналом стало сокращение штата, которое максимально коснулось не только линейного персонала (68%), но и управляющего (44%). 20% респондентов, ответивших утвердительно на вопрос об изменениях в кадровой политике, указали также на изменения в системе оплаты труда.

Как выяснилось, кризис затронул деятельность не всех кинотеатров. У четырех независимых показчиков ничего не поменялось ни в расчетах с арендодателями или отношениях с дистрибьюторами, ни в кадровой или репертуарной политике.

Влияние изменения курса валют на расчеты с арендодателями



Изменение кадровой политики



У местных и федеральных сетей этот показатель гораздо меньше – по одной на каждую. Но ни одна региональная сеть не смогла избежать изменений в своей деятельности.

ЕСЛИ ЧТО-ТО ПОШЛО НЕ ТАК

исследования для действующих кинотеатров

- оценка социально-экономического положения в городе
- анализ конкурентной среды
- исследование потребителей
- SWOT-анализ
- определение сценариев развития



ЧТОБЫ ВСЁ ПОШЛО, КАК НАДО

исследования для новых кинотеатров

- оценка социально-экономического положения в городе
- анализ конкурентной среды
- прогноз посещаемости и доходов
- рекомендации по концепции кинотеатра

Наша гарантия – восьмилетний опыт маркетинговых исследований
 Более 40 изученных объектов для киносетей и независимых кинотеатров

CINEMA MARKET – 2015

Ежемесячный бюллетень от Невафильм Research и журнала "Кинобизнес сегодня"

- статистика кинопоказа
- рейтинг киносетей
- кассовые сборы за месяц
- индекс посещаемости в лучших киносетях



ПОДПИСКА ВКЛЮЧАЕТ

- рассылку 10-го числа каждого месяца
- скидку **10%** на все отчеты о кинорынке России и СНГ
- скидку **30%** на аналитические справки по интересующим вас вопросам



(812) 449-70-70, доб. 240 | research@nevafilm.ru



STUDIOS

- тонстудии в Санкт-Петербурге и в Москве
- дублирование на русский язык
- сведение и кодирование фонограмм Dolby™



DIGITAL

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



CINEMAS

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



RESEARCH

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



EMOTION

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

Генеральный директор
Олег Березин

Главный редактор
Ксения Леонтьева

Подготовка материалов
Олег Березин, Татьяна Горская,
Александр Дьяков, Валерий Кустов,
Ксения Леонтьева, Виталий Ломакин

Редактура и корректура текстов
Александр Леонтьев
Верстка
Ирина Буланова

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

Тираж 1000 экземпляров.
 Распространяется бесплатно.

Перепечатка и распространение материалов, опубликованных в печатной и электронной версиях, без письменного разрешения ЗАО «Компания «Невафильм» не допускается.
 © 2015, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм».