



НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент



РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2013 ГОДА

текст Ксения Леонтьева,
Светлана Мудрова

КИНОПРОКАТ

В 2013 году в прокат вышли 518 новых релизов (всего на экранах страны демонстрировалось 602 фильма), 99% из них были выпущены в цифровом или гибридном формате. Как и год назад, число 3D-релизов составило 70 – в этом сегменте рынка наблюдается стабилизация. В то же время показ программ креативного контента набирает обороты: в 2013 году вышли 90 релизов (по срав-

нению с 53 в 2012-м); это уже не только классические музыкальные постановки и концерты популярных исполнителей, но специальные показы телесериалов и необычные документальные работы.

Пленка стремительно выходит из оборота: в 2013 году число исключительно цифровых релизов увеличилось до 76% (по сравнению с 58% в 2012 году), а доля релизов на пленке сократилась с 42% в 2012 году до 25% в 2013-м. От пленки в первую очередь отказываются независимые прокатчики на

малых релизах, т. е. 35-мм кинозалы достаются широкомасштабным голливудским и российским проектам (речь идет о выходе в оставшихся 35-мм залах у крупных сетей, которые могут требовать выпуска плочных версий от дистрибьюторов). В начале 2014 года большинство прокатчиков подтвердило полный отказ от плочных релизов. Таким образом, в наступившем году Россия под давлением дистрибьюторов должна полностью перейти на цифровой кинопоказ, а не успевшие завершить переоснащение кинотеатры либо уйдут с рынка, либо будут вынуждены показывать старые картины или фильмы на бытовых электронных носителях.

продолжение на стр. 2



РЫНОК КИНОПОКАЗА КАЗАХСТАНА

текст Ксения Леонтьева (при участии
Динары Шукеновой и Наргиз Шукеновой)

Растущая доля кассовых сборов и посещаемости стран СНГ (без Украины) за пределами России становится все более заметной – по итогам 2013 года она составила уже 8% по посещаемости и 5,5% по кассовым сборам. В связи с этим с 2014 года компания «Невафильм» начинает

мониторинг еще одного растущего кинорынка стран СНГ – Казахстана. Вскоре будет выпущен отчет о его состоянии по итогам 2012–2013 годов, в котором будут представлены особенности кинобизнеса в этой стране, основные игроки, а также фильмы в национальном прокате, их кассовые сборы и посещаемость. Сейчас же мы предлагаем вниманию наших читателей обзор рынка кинопоказа по состоянию на конец 2013 года.

Размер киносети Казахстана по россий-

ским масштабам невелик – по данным на 1 января 2014 года, здесь насчитывалось 213 коммерческих кинозалов в 65 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 3,3). Это немного больше, чем в одном только Санкт-Петербурге, и вдвое меньше, чем в Московском регионе. Для страны с населением в 17,1 млн жителей это мало – плотность экранов на 100 тысяч человек составляет 1,2 (в России этот показатель вдвое выше – 2,4).

продолжение на стр. 5



БАЛАНС СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ-2013

текст Ксения Леонтьева
(при участии Анны Круковской и
Александра Дьякова)

В течение 2013 года аналитический отдел компании «Невафильм» провел четыре волны мониторингового исследования киноаудитории, по итогам которого из 24 тысяч собранных анкет путем случайной квотированной выборки были выделены 6577, отражающие социально-демографические особенности киноаудитории и населения страны в целом. Эта квотная выборка легла в основу совместного с компанией «УСРР» итогового годового отчета об исследовании киноаудитории, главной целью которого стало выявление отличительных черт четырех групп кинолюбителей, выделенных на основе их опыта просмотра фильмов:

- **поклонники** кинотеатрального просмотра (смотревшие три последних фильма

именно в кинотеатре) – 31% респондентов в квотной выборке;

- **активные** кинозрители (смотревшие в кинотеатре два из трех последних фильмов) – 17%;
- **эпизодические** посетители (смотревшие в кинотеатре один фильм из трех) – 22%;
- **потенциальные** посетители кинотеатра (не смотревшие ни одного из трех последних фильмов в кинотеатре) – 30%.

Доли этих групп в выборочной квотированной совокупности оказались вполне сопоставимы друг с другом, что свидетельствует о том, что ни одну из них нельзя игнорировать по причине малого ее размера¹.

¹ Хотя это распределение нужно с осторожностью экстраполировать на население страны в целом ввиду особенностей сбора первичных данных и наблюдавшегося перекаса в сторону более активной в плане кинопотребления и владения информационными технологиями части населения.

продолжение на стр. 6



ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



подробности на стр. 8

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ (на 1 февраля 2014 года)

Всего коммерческих кинотеатров — 1105
В том числе цифровых кинотеатров — 1017
Всего коммерческих кинозалов — 3487
В том числе цифровых кинозалов — 3029

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2013 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1

По оценке Невафильм Research¹, кассовые сборы кинопроката 2013 году на территории России составили 42,4 млрд руб. (1,3 млрд долл.) – на 13% больше, чем в 2012 году (на 9,7% – в долларовом эквиваленте). Рост посещаемости оказался очень впечатляющим на фоне нескольких предыдущих лет стагнации – 11% (до 176,5 млн зрителей). При этом стоимость кинопосещения стабилизировалась: 240 руб. (7,6 долл.), что в рублевом эквиваленте лишь на 1,9% выше, а в долларовом – на 1,1% ниже уровня 2012 года (236 руб., или 7,7 долл.). Это стало следствием нескольких причин, в том числе сократившейся доли 3D-релизов в прокате (их число осталось на прежнем уровне на фоне увеличения общего количества фильмов на киноэкранах), а также расширяющейся практики применения демпинговой ценовой политики новыми игроками на конкурентных рынках российских городов.

КИНОПОКАЗ

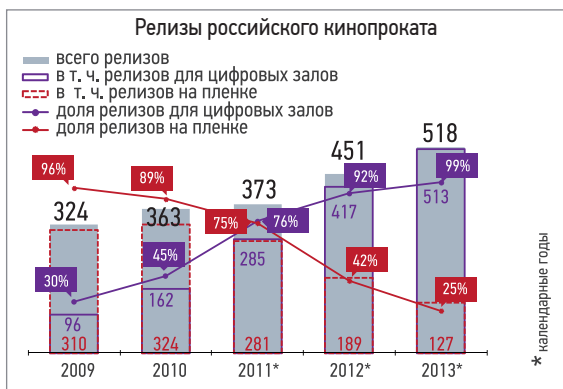
По данным на 1 января 2014 года, в России насчитывалось 3479 коммерческих кинозалов в 1101 кинотеатре (среднее число экранов на кинокомплекс – 3,2). В 85% коммерческих российских кинозалов установлено цифровое оборудование – 2967 экранов



(в 1010 кинотеатрах – 92%), из них в 2478 залах (84%) есть возможность 3D-показа. Число кинотеатров, где в каждом зале есть цифровой проектор, достигло 809, а число залов в таких кинотеатрах – 2363 (74% от общего числа кинотеатров и 68% от общего числа залов).

В 2013 году в 131 кинотеатре были открыты 472 зала и закрылись 55 кинотеатров (93 зала). Таким образом, увеличившееся число закрытий компенсирует число открытий, что способствует торможению темпов роста российского рынка кинопоказа, – мы входим в фазу насыщения. В целом по стране рост общего числа коммерческих экранов

¹ В 2013 году российские кассовые сборы рассчитаны как 94,5% от СНГ, посещаемость – 92% (на основании взвешенных данных пяти прокатчиков – WDS&SPR, «XX век Fox СНГ», «Каро Премьер», UPI и «Вольга»). За 2012–2013 годы представлены сводные данные о результатах проката фильмов по трем источникам: «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика» и «Rentrak» (списки фильмов и результаты их проката сравниваются и выбираются максимальные значения).



составил за год 12%, кинотеатров – 16% (в 2012-м – 15% и 23% соответственно).

Доля новых кинозалов, построенных в торгово-развлекательных центрах, в 2013 году составила 71% (как и год назад). Общая доля кинозалов в торговых центрах продолжает расти и составляет по итогам года 63% (2206 экранов в 389 торговых центрах).

В 2013 году мы наблюдали максимальное число установок цифровых проекторов – этот сектор вырос на 42%, при этом прирост количества 3D-залов продолжает замедляться – 27% (на 8 процентных пунктов ниже, чем в 2012 году). В 2014-м ожидается «последний рывок», когда оставшиеся коммерческие кинозалы будут оцифрованы. Уже сейчас все новые кинотеатры открываются сразу с цифровыми залами – причем оцифровываются почти все залы (лишь 4% новых киноэкранов в 2013 году были пленочными). Мы полагаем, что в 2014 году число цифровых проекторов, которые будут завезены в Россию, составит порядка 850, а в дальнейшем их количество резко сократится до числа новых открытий (также уменьшающегося), т. е. не более 250 в 2015 году, а дальше – не более 100 в год. Причем в случае пессимистического сценария развития российского кинорынка число коммерческих кинотеатров в стране и вовсе начнет сокращаться, что приведет к развитию вторичного рынка цифровых проекторов, и их импорт сузится еще больше и быстрее. Однако всегда



Обеспеченность населения РФ коммерческими кинозалами на 01.01.2014*

Группы населенных пунктов по числу населения	Число населенных пунктов всего	Число населенных пунктов с кинотеатрами	Суммарное число жителей на 01.01.2013	Суммарное число жителей в населенных пунктах с кинотеатрами	Доля населенных пунктов, имеющих кинотеатры, %	Доля населенных пунктов, имеющих цифровые кинозалы, %	Доля населения, охваченного кинопоказом, %	Кинотеатров	Кинозалов	Кинотеатров с цифр. залами	Цифр. залов	Плотность экранов на 100 тысяч жителей
более 1 млн чел.	15	15	33 566	33 566	100,0	100,0	100,0	319	1623	292	1 381	4,84
500-1000 тыс. чел.	21	21	12 626	12 626	100,0	100,0	100,0	129	505	125	410	4,00
250-500 тыс. чел.	39	39	13 345	13 345	100,0	100,0	100,0	158	520	152	458	3,90
100-250 тыс. чел.	90	83	13 533	12 610	92,2	88,9	93,2	151	355	142	314	2,62
75-100 тыс. чел.	47	41	4 088	3 586	87,2	83,0	87,7	48	82	45	75	2,01
50-75 тыс. чел.	104	70	6 299	4 280	67,3	66,3	67,9	84	151	82	135	2,40
25-50 тыс. чел.	282	111	9 866	4 076	39,4	35,5	41,3	116	142	103	122	1,44
10-25 тыс. чел.	560	68	8 445	1 141	12,1	8,6	13,5	69	73	49	51	0,86
Всего в населенных пунктах с числом жителей более 10 тыс.	1158	448	101 768	84 916	41,0	-	83,4	1074	3451	990	2946	4,0**/3,4***

*В таблице не учтены кинотеатры и кинозалы, расположенные в населенных пунктах с населением менее 10 тысяч жителей (27 населенных пунктов); 28 залов в 27 кинотеатрах.
**Рассчитано по численности жителей в населенных пунктах с кинотеатрами.
***Рассчитано по общей численности жителей в населенных пунктах РФ с числом жителей более 10 тысяч.

имеет место процесс обновления парка оборудования, т. е. кинозалы, оборудованные в 2007–2009 годах, скоро начнут обновляться.

Число населенных пунктов, оснащенных коммерческими кинотеатрами, по итогам 2013 года, составило 475 (в начале 2013 года их было 440); цифровые кинозалы действуют в 431 населенном пункте.

В целом по России средний уровень обеспеченности коммерческими кинозалами в населенных пунктах с количеством жителей 10 тысяч и больше в 2013 году вырос до 3,4 экрана на 100 тысяч жителей (в 2012 году – 3), а в пересчете на число жителей населенных пунктов, где есть современные кинотеатры, – 4 (год назад – 3,8).

Общее количество операторов кинотеатров и киносетей на российском рынке кинопоказа в 2013 году сократилось, составив 565 (580 в начале 2013 года) – это связано с растущим числом закрытий независимых коммерческих кинотеатров. Сетевые операторы сменились у 32 кинотеатров (58 залов).

Мытищах, а также шесть кинозалов в уже существующих кинотеатрах. Закрылись восемь кинотеатров (29 залов).

Всего за год число кинозалов в Московском регионе выросло на 3,2%, а число киноэкранов в торговых центрах увеличилось на 3,5%. Сейчас доля кинозалов в ТРЦ в столице составляет 72,8%, что на 0,2 процентных пункта выше, чем в 2012-м.

Число цифровых экранов в Московском регионе увеличилось за прошедший год на 37% и достигло 543 (в 111 кинотеатрах): в 2013 году было установлено 164 цифровых проектора (в том числе в 13 кинотеатрах впервые). Почти все цифровые залы (за исключением 19) открыты сетевыми операторами. В целом уже 90% современных кинозалов Москвы имеют цифровые проекторы, установленные в 91% городских кинотеатров. Оборудования для 3D-показов нет в 108 залах (что составляет четверть цифровых экранов).

Лидирующим оператором кинотеатров в Москве является сеть «Формула кино».

нема», при открытии переименованные в «Формулу кино».

Общий рост числа коммерческих кинозалов за год составил рекордные 33%, так что теперь в городе насчитывается 318 залов в 59 кинотеатрах. При этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах выросло на 36%, а их доля в общем количестве киноэкранов города возросла до 84%.

Число цифровых экранов достигло 286 в 53 кинотеатрах. В течение года в Северной столице были установлены 124 цифровых кинопроектора (в 10 кинотеатрах впервые). Все, за исключением двух, цифровые залы были открыты сетевыми операторами. Общий рост рынка цифрового кинопоказа Северной столицы за год составил 76,5%. Он догнал рынок Московского региона – сегодня доля цифровых залов составляет уже 90% от общего числа петербургских экранов, при этом «цифра» есть почти во всех кинотеатрах города. Оборудования для 3D-показа нет в 81 зале (28% рынка цифрового кинопоказа Петербурга).

В рейтинге крупнейших сетевых операторов кинопоказа Северной столицы первое место занимает сеть «Формула кино». На втором месте – «Каро фильм», на третьем – сеть «Мираж синема», обогнавшая «Синема парк» благодаря открытию новых залов. Пятую позицию занимает компания «Люксор», вышедшая в 2013 году на рынок Петербурга и успевшая открыть два многозальных кинотеатра. Также свой кинотеатр открыла в городе федеральная сеть «КиноСити».

ТОП 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2014 (по количеству залов, включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место 01.01.14	Место 01.01.13	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, %	Центральный офис
1	1	Синема парк	30	281	30	281	100	100	8,1	Москва
2	2	Формула кино	35	249	35	207	100	83	7,2	Москва
3	3	Каро фильм	29	192	29	192	100	100	5,5	Москва
4	4	Киномакс	29	171	28	99	97	58	4,9	Москва
5	5	Люксор	20	136	20	123	100	90	3,9	Москва
6	6	Премьер-зал	91	128	84	115	92	90	3,7	Екатеринбург
7	7	Синема стар	20	100	20	78	100	78	2,9	Москва
8	9	Монитор	23	88	23	74	100	84	2,5	Краснодар
9	10	Киноформат	12	66	12	43	100	65	1,9	Москва
10	8	Пять звезд	11	66	11	66	100	100	1,9	Москва
Итого у этих операторов			300	1477	292	1278	97	87	42,5	
Всего в России			1101	3479	1010	2967	92	85	100	

Доля управляющих сетевых компаний к концу 2013 года возросла до 17% (по сравнению с 16% в начале года).

По итогам 2013 года, среди сетевых операторов первое место занимает компания «Синема парк». На втором месте «Формула кино», начавшая в минувшем году ребрендинг своих кинотеатров «Кронверк синема». На третьем – «Каро фильм»; высокие позиции удерживают «Киномакс» и «Люксор».

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

01.01.2013 – 117 кт / 585 экранов
63 кт / 425 экранов в ТЦ
104 кт / 397 цифровых залов
01.01.2014 – 122 кт / 604 экрана
66 кт / 440 экранов в ТЦ
111 кт / 543 цифровых зала

В 2013 году в Московском регионе были открыты 13 новых кинотеатров (42 зала), включая кинозал IMAX в девятизальном кинотеатре «Mori cinema» в ТРЦ «Июнь» в

В тройке лидеров – «Каро фильм» и «Синема парк». Сеть «Синема стар» опередила «Люксор», заняв четвертое место.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

01.01.2013 – 49 кт / 239 экранов
29 кт / 195 экранов в ТЦ
43 кт / 162 цифровых зала
01.01.2014 – 59 кт / 318 экранов
36 кт / 266 экранов в ТЦ
53 кт / 286 цифровых залов

В Санкт-Петербурге в 2013 году наблюдался беспрецедентный рост рынка – были открыты 51 кинозал в 10 новых кинотеатрах и 28 залов в уже действующих. В городе появились два новых зала IMAX, которые открыла сеть «Формула кино» в новых мультиплексах «Лондон Молл» и «Питерленд».

За год в городе не был закрыт ни один кинотеатр. На реконструкцию закрывались пять кинотеатров сети «Формула кино», носившие название «Кронверк си-

РЕГИОНЫ

01.01.2013 – 859 кт / 2 276 экранов
252 кт / 1 282 экрана в ТЦ
724 кт / 1 535 цифровых залов
01.01.2014 – 920 кт / 2 557 экранов
287 кт / 1 500 экранов в ТЦ
846 кт / 2 138 цифровых залов

В 2013 году в регионах России были открыты 277 кинозалов в 108 кинотеатрах, а также 68 экранов в уже действующих кинотеатрах. При этом закрылись 64 зала в 47 кинотеатрах; из них 35 площадок (48 залов) прекратили работу окончательно. Рост регионального рынка кинопоказа в 2013 году составил 12%; рост числа кинозалов в ТРЦ составил 17%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРЦ достигла 59%.

В 2013 году региональный рынок кинопоказа пополнился четырьмя новыми кинозалами IMAX, открытыми сетью «Синема парк» в Набережных Челнах, Новосибирске и Калининграде, а также «Киномаксом» – в Томске.

В течение 2013 года 628 региональных экранов были оснащены цифровой кинопроекцией (144 кинотеатра установили свое первое цифровое оборудование). Закрылись 25 цифровых региональных кинозалов (в 22 кинотеатрах). Таким об-

разом, общий рост данного сегмента рынка составил 39%. По итогам 2013 года, в регионах России насчитывалось 299 цифровых залов только для 2D-показов (14% цифрового рынка).

По итогам 2013 года, крупнейшие сети продолжают удерживать свои позиции в рейтинге региональных операторов кинопоказа. Лидером по-прежнему является «Синема парк».

Распределение коммерческих кинотеатров по федеральным округам России на 01.01.2014

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	122	604	111	543	17,4
Приволжский ФО	174	600	159	500	17,2
Центральный ФО (без учета МР)	179	520	162	435	14,9
Сибирский ФО	142	401	135	338	11,5
Уральский ФО	123	347	111	275	10,0
Санкт-Петербург	59	318	53	286	9,1
Южный ФО	109	312	103	258	9,0
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	79	173	72	144	5,0
Дальневосточный ФО	81	138	72	128	4,0
Северо-Кавказский ФО	33	66	32	60	1,9
Всего в России	1101	3479	1010	2967	100,0

© 2014 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

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

БЛОКБАСТЕР-2013 за лучший дубляж



3 февраля 2014 года в московском гостиничном комплексе «Азимут Москва Олимпик» прошла XVII церемония вручения профессиональной премии по итогам года в кинобизнесе – «Блокбастер», учрежденной журналом «Кинобизнес сегодня».

Приз имени Алексея Михалева за лучший дубляж достался НЕВАФИЛЬМ STUDIOUS – за работу над анимационным фильмом «Семейка Крудс» студии «Двадцатый век Фокс».

Компания «Невафильм» в десятый раз становится обладательницей премии «Блокбастер». Шесть фильмов были удостоены наград за лучший дубляж («Мулан», «Пираты Карибского моря: Проклятие «Черной жемчужины»», «Мадагаскар», «Мадагаскар-2», «Рождественская история», «Алиса в стране чудес»), два – за лучший перевод кинофильма («Астерикс и Обеликс. Миссия Клеопатры», «Сезон охоты»). Кроме того, в 2012 году генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин стал лауреатом премии в номинации «Человек года».

По традиции, «Невафильм» выступила партнером церемонии награждения.

Цифровые кинозалы зимы 2013–2014

Зимой 2013–2014 годов специалисты НЕВАФИЛЬМ CINEMAS установили оборудование цифрового кинопоказа более чем в 60 кинозалах России. Среди них – кинотеатры сетей «Киномакс», «Пять звезд», «Империя грез», «Планета кино» (Уфа), а также независимые площадки в Москве, Волгограде, Красноярске, Твери, Сочи и других городах.



В начале 2014 года НЕВАФИЛЬМ CINEMAS выиграл тендер на оснащение цифровым кинооборудованием всех существующих и вновь открывающихся кинозалов федеральной сети «Киномакс» (более 100 комплектов).

Всего на 1 февраля 2014 года в стране насчитывается 1017 кинотеатров с 3029 цифровыми залами. Компания «Невафильм» остается лидером по поставкам цифрового оборудования в России, оснатив в общей сложности около 750 залов (25% рынка).

Новые направления НЕВАФИЛЬМ EMOTION

Минувшей зимой прокатный отдел компании «Невафильм» опробовал свои силы в двух новых направлениях дистрибуции и креативного контента в России. 28 января 2014



года на российские экраны вышел мюзикл из Вест-Энда «Мы едем-едем-едем...», который получил наивысшие оценки у публики и прессы.

А с 4-го по 13 февраля в России прошел фестиваль «Мое французское кино». Ассоциация «Unifrance» и НЕВАФИЛЬМ EMOTION представили девять фильмов этой европейской страны. Все картины демонстрировались в России впервые и шли в кинотеатре на языке оригинала с русскими субтитрами.



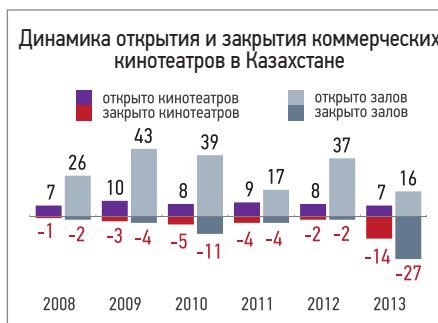
Цикл открытых лекций Олега Березина



В ноябре-декабре 2013 года генеральный директор компании «Невафильм» и секретарь российской секции SMPTE Олег Березин прочитал для студентов Университета Кино и Телевидения цикл лекций «Техника и экономика цифрового кинопоказа». Цикл лекций был организован в рамках сотрудничества НИИ Цифрового Кинематографа СПбГУКИТ, Российской секции Общества инженеров кино и телевидения SMPTE и компании «Невафильм».

РЫНОК КИНОПОКАЗА КАЗАХСТАНА

Продолжение. Начало на стр. 1



Между тем развитие кинорынка Казахстана шло достаточно синхронно с Россией – первый кинотеатр современного типа появился здесь в 1999 году (двухзальный «Искра» в центре Алма-Аты). Первый кинозал в торгово-развлекательном центре появился с тем же лагом, что и на российском рынке, в 2002 году; и так же, как и в России, первым ТРК с кинозалами стал «Рамстор» (кинотеатр «Номад» в Алма-Ате). Но дальнейшее развитие сегмента рынка кинотеатров в ТРК пошло стремительнее, чем в нашей стране (что объяснимо и с точки зрения соотношения размеров рынка), и сейчас в Казахстане уже 75% залов (52% кинотеатров) расположены в торгвых центрах.

Цифровой кинопоказ пришел в Казахстан в 2008 году – первым цифровую проекцию установил четырехзальный миниплекс сети «Арсенал» в Астане. Сейчас уже 76% кинозалов страны имеют цифровую проекцию (в 92% кинотеатров).

Столь быстрый рост доли цифровых кинотеатров обусловлен малым объемом рынка в целом, доминированием на нем сетевых операторов, закрытием малозальных площадок и неэффективных и не способных оцифроваться объектов. Особенно «высокая волна» закрытий прошла по Казахстану в 2013 году. С рынка ушел его пионер – сеть реконструированных кинотеатров советской эпохи «Otau cinema». Рядом площадок лишились сети «StarCinema» и «Kinoplexx». Первая в большей степени пострадала от последствий экономического кризиса и была вынуждена отказаться от площадей в некоторых торговых центрах. Вторая избавлялась от неэффективных малозальщиков, а также потеряла несколько объектов, перешедших к новой, агрессивно развивающейся компании «Chaplin Cinemas».

В Казахстане всего семь сетевых операторов кинопоказа – они управляют 70% рынка страны, причем лидирующая компания «Kinopark» управляет четвертью казахских кинозалов, в том числе единственными залами IMAX (в Алма-Ате и Астане). При этом кинотеатральные сети, занимающие первую и седьмую строчку рейтинга, связаны между собой (имеют одного общего акционера – бывшего владельца сети «Otau cinema»).

Кроме того, исторически сложилось, что в Казахстане пять лидирующих киносетей так или иначе связаны с дистрибьюционными компаниями: такая явная или неявная аффилированность влечет за собой жесткие методы конкурентной борьбы не только между кинотеатрами, но и между прокатчиками, которые были характерны и для российского рынка на определенном этапе, но уже отошли в прошлое.

Крупнейшие операторы киносетей Казахстана на 01.01.2014 (включая кинотеатры на репертуарном планировании)

Место	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифровыми залами	Кол-во цифровых залов	Доля рынка, %
1	Kinopark	8	54	8	43	25
2	StarCinema	4	28	4	11	13
3	Арман	5	22	5	20	10
4	Chaplin Cinemas	5	17	5	13	8
5	Арсенал	6	15	6	15	7
6	Иллюзион	2	9	2	9	4
7	Kinoplexx	2	4	2	3	2
Итого у этих сетей		32	149	32	114	70
Всего в Казахстане		65	213	59	162	100

В Казахстане не наблюдается тотального отказа дистрибьюторов от пленочного проката: фильмы российского и казахского производства до сих пор пользуются здесь преимуществом полного экрана в оставшихся 35-мм залах. И эта практика сохранится по меньшей мере до конца 2014 года, особенно в отношении национальных фильмов, получающих государственную поддержку производства и проката. Т. е. имеющимся пленочным однозальникам пока не грозит неминуемое закрытие из-за проблем с репертуаром, однако, как видно из динамики закрывающихся кинозалов в стране, казахские операторы кинопоказа без труда избавляются от проблемных площадок – судя по всему, данному рынку не свойственна проблема «чемодана без ручки».

Наконец, отметим, что наиболее насы-

щенным городским кинорынком Казахстана сегодня является Алма-Ата, где плотность экранов достигла 6 на 100 тысяч жителей (для сравнения: в Москве на 01.01.2014 этот показатель равен 4,7; в Санкт-Петербурге – 6,4). Следом идут Астана и Актау с более чем 4 залами на 100 тысяч жителей. В остальных городах уровень конкуренции довольно слабый, особенно в таких крупных, как Караганда и Актобе. При этом рынок расположенного на юге страны 683-тысячного Шымкента кинопоказчики и прокатчики не считают перспективным: они говорят о «чимкентском феномене», чем-то похожем на то, что происходит в Якутии. Здесь местные кинолюбители снимают ежегодно большое количество дешевых фильмов (средний бюджет составляет несколько десятков тысяч долларов) и довольно быстро окупают их за счет проката в местных видеозалах. Из-за

этой особенности шымкентского кинопотребления владельцы кинотеатров не торопятся выходить в этот регион (хотя сети «Арсенал» и «Kinopark» все же рискнули – в 2007-м и 2011 годах).

Наиболее обеспеченные кинопоказом крупные города Казахстана на 01.01.2014

Город	Численность населения на 01.01.2014 (тыс.)	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифровыми залами	Кол-во цифровых залов	Плотность экранов на 100 тыс. жит.
Алма-Ата	1507,7	17	91	17	67	6,0
Астана	814,4	6	36	6	25	4,4
Актау	184,2	3	8	3	7	4,3
Темиртау	182,6	2	5	2	2	2,7
Уральск	278,1	3	7	3	7	2,5
Костанай	222,0	2	5	2	5	2,3
Актобе	427,7	2	8	2	6	1,9
Караганда	484,9	5	9	2	4	1,9
Усть-Каменогорск	325,7	3	6	3	5	1,8
Семей	337,6	3	6	3	5	1,8
Всего в Казахстане	17 165,2	65	213	59	162	1,2

© 2014 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Подробную информацию об исследовании кинорынка Казахстана можно получить в аналитическом отделе компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru, (812) 449-70-70, доб. 240.

БАЛАНС СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ-2013

Продолжение. Начало на стр. 1

При участии специалистов сайта Cinemartex.ru была произведена классификация трех просмотренных респондентами фильмов с точки зрения их, фильмов, целевой аудитории и художественной ценности.² Затем аналогичная классификация была применена к репертуару российских кинотеатров 2013 года. В итоге список всех фильмов, вышедших в прокат в течение года, был сопоставлен с предпочтениями выделенных нами четырех групп кинозрителей. Для корректного сравнения мы исключили из анализа кинопроката программы креативного контента и детские фильмы (т. к. среди опрошенных почти не было детей), а из числа названных респондентами картин домашнего просмотра – классику кино и советские фильмы (не представленные на киноэкранах).

В целом во всех группах респондентов наиболее схожий уровень спроса с результатами проката наблюдается по трем типам фильмов: молодежное, мужское жанровое и комедийное взрослое кино. Два типа картин демонстрируют большую популярность по числу проданных кинобилетов, нежели по результатам опроса – это попкорн-блокбастеры и семейные фильмы. В то же время артхаус, артмейнстрим, женские жанровые киноленты и серьезное кино оказались гораздо менее популярны в российском кинопрокате 2013 года.

Для определения баланса спроса и предложения тех или иных фильмов в прокате мы проанализировали их количество и широту выпуска (по числу экранов показа), сопоставив эти данные с общим

спросом на фильмы (по посещаемости за год) и со спросом со стороны разных типов зрителей (по результатам опроса).

Сопоставление данных в столбцах 2–4 (см. таблицу) позволяет выявить типы фильмов, которых зрителям не хватает как по числу наименований, так и по широте релиза; а также те фильмы, которые присутствуют на киноэкранах в избытке. Так, попкорн-блокбастеры явно пользуются большим спросом (42% посещаемости) по сравнению с малым их количеством (6%) и широтой выпуска (20%), что свидетельствует о большой емкости этого рынка и возможности принять большее число фильмов такого рода российскими кинозрителями.³

Комедийные фильмы для взрослой аудитории, напротив, представлены на киноэкранах сбалансированно – как по числу, так и по их широте релиза. А вот в сегменте мужского жанрового и семейного кино наблюдается равновесие в количестве фильмов, но избыток по широте релиза: их росписью дистрибьюторы занимаются несколько активнее, нежели того требуют зрители.

Между тем три типа фильмов были представлены в российском прокате 2013 года в избытке по всем параметрам: молодежное, серьезное взрослое – и особенно женское жанровое кино. Однако из этого нельзя сделать однозначный вывод о том, что подобных фильмов нужно снимать меньше и выпускать их более узкими тиражами. Нельзя забывать о воспитательной и образовательной функции кинематографа: на наш взгляд, молодежные жанры (комедии и ужастики), преследующие только развлекательные цели, могут

ориентироваться на спрос (т. е. их число и широту выпуска можно сокращать вслед за поведением киноаудитории). Тогда как более серьезные картины призваны заставлять зрителя задуматься, воспитывать его вкус, развивать интеллект, а потому сокращение их числа в кинопрокате может повлечь нежелательные последствия в виде снижения общей культуры населения. В данном случае спрос должен следовать за предложением, а не наоборот.

Аналогичная ситуация наблюдается с артмейнстримом и особенно с артхаусом. По числу наименований данного типа картин наблюдается явное «затоваривание» рынка. Однако именно такие фильмы отвечают за развитие как кинематографического искусства, так и зрительского восприятия и культуры в целом. При этом по широте выпуска данных картин наблюдается близость к балансу между спросом и предложением. С другой стороны, именно предложение качественных художественных фильмов должно инспирировать спрос со стороны аудитории. Поэтому расширение проката артфильмов в России должно быть целенаправленным, но вот над форматом этого проката стоит задуматься – он должен быть более точечным. Поскольку основной аудиторией таких фильмов являются не те, кто ходит в кинотеатры постоянно (хотя даже со стороны поклонников кинотеатров спрос на артхаус в 10 раз выше, чем посещаемость данного типа фильмов в кинотеатрах в 2013 году), то прокат артфильмов должен быть длительным, но не шаблонным, – возможно, их стоит демонстрировать в течение долгого времени (до полугода), но не каждый день, а раз в неделю-две. Такие формы проката уже появляются в России на отдельных проектах, но расширение данной практики позволило бы привлечь в кинозалы гораздо большее число эпизодических и потенциальных зрителей, что существенно повысило бы сборы артхаусных фильмов в целом.

Из данных таблицы мы также можем сделать вывод относительно того, какая группа кинозрителей составила основную массу тех или иных типов фильмов (т. е. являлась целевой аудиторией данных проектов), а также для какого способа просмотра наилучшим образом подходит каждый тип фильма и могут ли определенные кинокартины способствовать увеличению посещаемости кинотеатров.

Так, оказалось, что большинство типов фильмов в равной степени интересно всем группам зрителей: попкорн-блокбастеры (у всех категорий зрителей доля

Баланс спроса и предложения на различные типы фильмов в кинопрокате России в 2013 году

Тип кинофильма	Предложение фильмов в кинотеатре (доля по количеству)	Предложение фильмов в кинотеатре (доля по экранам)	Спрос на фильмы в кинотеатрах (доля по посещаемости)	Спрос со стороны поклонников кинотеатров	Спрос со стороны активных кинопоисателей	Спрос со стороны эпизодических кинопоисателей	Спрос со стороны потенциальных кинопоисателей
Попкорн-блокбастер	6%	20%	42%	41%	38%	28%	19%
Комедийное взрослое кино	14%	13%	15%	13%	11%	11%	12%
Мужское жанровое	14%	17%	13%	12%	10%	11%	12%
Молодежное	14%	16%	10%	8%	8%	8%	8%
Серьезное взрослое кино	13%	12%	8%	10%	12%	13%	15%
Артмейнстрим	17%	10%	7%	10%	12%	17%	16%
Семейное	4%	7%	5%	1%	2%	4%	4%
Женское жанровое	7%	4%	1%	2%	4%	4%	8%
Артхаус	12%	1%	0,2%	2%	2%	3%	6%

² Данная классификация отражает целевую аудиторию картин и их социально-культурную значимость. Названия типов фильмов подобраны так, чтобы интерпретироваться интуитивно; подробное описание каждого типа смотрите на сайте www.nebafilm.ru.

³ Отметим, впрочем, что здесь не учитывается число сеансов, на которых были показаны фильмы, – у попкорн-блокбастеров оно явно больше, чем у остальных картин, что позволяет компенсировать дефицит предложения. Кроме того, увеличение числа таких фильмов маловероятно ввиду высокобюджетности этого типа кинопроизводства, поэтому сокращение разрыва между спросом и предложением в данном сегменте маловероятно.

просмотров этого типа фильмов не выше, чем доля числа проданных билетов, т. е. все выделенные нами группы посетителей кинотеатров могли составить кассу данных проектов), взрослое кино (комедийное и серьезное), мужские и молодежные жанры. Также почти универсальной оказалась любовь зрителей к артмейнстриму (с некоторым перевесом в сторону эпизодических и потенциальных посетителей кинотеатров) – однако в этом случае спрос у всех категорий респондентов оказался выше, чем кинопосещаемость, что свидетельствует о домашнем просмотре этих картин. Женские жанры и семейные фильмы оказались более близки менее активным посетителям кинотеатров, а артхаус в полной мере оценили лишь потенциальные кинопосетители.

Отклонения уровня спроса в различных зрительских группах от реальной посещаемости фильмов того или иного типа свидетельствуют о том, какой способ просмотра картин потребители считают наиболее комфортным. Блокбастеры в этом ряду являются безусловными лидерами по кинотеатральному просмотру: они спо-

собны «вытащить» в кинозалы абсолютно все категории зрителей. Семейные картины также хорошо работают для привлечения аудитории в кинозалы, но при этом вполне приемлемы для домашнего просмотра. Универсальными оказались такие типы фильмов, как молодежное кино, комедийное взрослое и мужское жанровое – их с одинаковым энтузиазмом смотрят и дома и в кино все группы зрителей. Для домашнего просмотра больше подходят женские картины, артмейнстрим и серьезное взрослое кино. Что касается артхауса, то можно сделать однозначный вывод: зрители смотрят его чаще дома, чем в кино (что может быть связано и с острым дефицитом такого рода фильмов в российских кинотеатрах).

Таким образом, репертуар российского кинопроката в 2013 году нельзя назвать в полной мере сбалансированным: доминирование небольшого числа блокбастеров на киноэкранах импонирует вкусам поклонников кинотеатров, но при этом привлекает в залы даже самых пассивных кинопосетителей. Однако это сужает вы-

бор на афише большинства кинотеатров страны, вытесняя в зону домашнего просмотра сложные жанры и артхаус, интересные большинству групп зрителей. При этом на российских киноэкранах наблюдается избыток молодежных фильмов, размывающих культуру кинопросмотра, а также женских жанровых картин (которые лучше смотрятся дома). На наш взгляд, резерв повышения кинопосещаемости в России кроется в увеличении предложения семейных фильмов. Кроме того, в стране есть потребность в расширении проката арткартин, посмотреть которые сейчас можно лишь в крайне ограниченном числе залов или дома; и лучшей формой такого расширения может стать изменение формата проката артхауса, приближенного к прокату проектов креативного контента.

© 2014 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
 Подробную информацию об изучении российской киноаудитории можно получить в аналитическом отделе компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru, (812) 449-70-70, доб. 240

Цифровое наследие Алексея Балабанова



В цифровой лаборатории «Невафильм» ведется работа по оцифровке фильмов режиссера Алексея Балабанова, не вышедших ранее в формате Digital Cinema. Решение осуществить данный проект было принято кинокомпанией СТВ совместно с Госфильмофондом РФ.

Компания «Невафильм» долгие годы сотрудничала с режиссером: начиная с «Груз 200», ставшего первым россий-



ским фильмом в цифровом формате, все фильмы Балабанова, кроме последнего, выходили в именно из лаборатории НЕВАФИЛЬМ DIGITAL, а в студии НЕВАФИЛЬМ STUDIOS проводилась работа над такими фильмами

режиссера, как «Брат» (1997), «Про уродов и людей» (1998), «Брат-2» (2000), «Война» (2002), «Жмурки» (2005), «Мне не больно» (2006), «Груз 200» (2007), «Морфий» (2008) и «Кочегар» (2010).

CinemaEmotion весной

Весной 2014 года НЕВАФИЛЬМ EMOTION совместно с кинокомпанией «Свой почерк» проводит мини-фестиваль, посвященный звезде балетной сцены, – «Нуреев и друзья». В состав программы входят одноименное шоу с участием звезд мирового балета и современного танца, документальный фильм «Рудольф Нуреев: мятежный демон» и знаменитая – восстановленная – постановка 1967 года театра «Венская опера» «Лебединое озеро», где мэтр блистает с неподражаемой Марго Фонтейн. Фестиваль будет приурочен ко дню рождения танцовщика – 18 марта.



2 апреля 2014 года на единственном сеансе зрители смогут увидеть шоу Милен Фармер «Timeless». Эксклюзивный показ состоится одновременно во всей России,

повтор будет невозможен. Сама поп-дива говорит, что ничего подобного в своей жизни она еще не делала, а поклонники певицы уже раскупают места в зрительном зале.



«Dolby» выбрала лучших партнеров

20 февраля в Москве состоялась церемония награждения лучших бизнес-партнеров компании «Dolby». В числе прочих «звезду Dolby» получил НЕВАФИЛЬМ CINEMAS – как лучший диллер компании в России и один из крупнейших в Европе.



Всего на 1 февраля 2014 года число серверов «Dolby» в российских цифровых кинотеатрах превышает 1200, из них 32% установлено силами специалистов компании «Невафильм». Количество 3D-систем «Dolby» в России уже около 1200, звуковых систем «Dolby Atmos» – 21.

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЗИМА 2013-2014 ГОДОВ

текст **Светлана Мудрова**

Большинство кинопоказчиков (64%) сочли прошедший зимний киносезон хорошим, еще около трети (32%) – удовлетворительным, и лишь 4% остались недовольны посещаемостью в период с ноября 2013-го по февраль 2014-го.

В итоге показатель бизнес-ситуации составил **60%** – самый высокий для зимы с 2011 года. У большинства респондентов (69%) ожидания относительно зимних месяцев оправдались, 27% ошиблись в своих прогнозах; 4% не дали однозначного ответа на данный вопрос.

Ожидания кинопоказчиков относительно изменения посещаемости предстоящей весной невысоки: почти половина респондентов (48%) не видит оснований для изменения ситуации, 32% надеются на приток зрителей в кинозалы, и 20% ожидают падения посещаемости. Показатель бизнес-ожиданий составил всего **12%**.

Business Climate Index = 34,8

В последние годы в кинопоказе появляется множество способов автоматизации процессов управления, которые позволяют снижать издержки и повышать эффективность кинобизнеса. В связи с этим мы решили поинтересоваться, как эти новинки используют российские кинопоказчики.

Наиболее популярен в российских кинотеатрах оказался сервис телефонного бронирования кинобилетов, тогда как смс-бронирование используется немногими. Актуальны сервисы онлайн-бронирования и онлайн-продажи билетов, распространенные в основном в федеральных сетях (более 80% этих групп респондентов предлагают такие услуги зрителям).



При этом доля онлайн-продаж невелика: у 45% респондентов их нет вообще; среди оставшихся у 35% респондентов она «менее 10%», у 14% – «от 10 до 20%», и лишь 11% заявили, что продают онлайн «более 20%» билетов. Самые высокие доли онлайн-продаж наблюдаются в федеральных кинотеатрах, тогда как местные киносети и независимые кинотеатры реже всех предлагают такую услугу зрителям.



Что касается использования кинопоказчиками систем автоматизации кинопоказа (TMS – Theatrical management system) и удаленного мониторинга неисправностей цифрового кинооборудования (таких, как NOC – Network operation centre), то их используют менее половины респондентов (41%). Причем более всего автоматизация контроля кинооборудования распространена в региональных кинотеатрах и среди независимых кинотеатров.

Только треть кинопоказчиков уделяют внимание установке в фойе своих кинотеатров различных автоматов для продажи продукции посетителям, чтобы сократить расходы на персонал. Чаще всего это аппараты для продажи кинобилетов – их используют 14% опрошенных кинопоказчиков, напитки продают 6% респондентов, продукты питания – 4%. У некоторых кинопоказчиков в фойе кинотеатров имеются игровые автоматы, автоматы для продажи мелких игрушек, чехлов для телефонов, кофематы, а также терминалы банка для выкупа билетов, забронированных онлайн.

Итак, в феврале 2014 года большинство кинопоказчиков остались довольны кинопрокатными результатами зимних месяцев и весной не ждут серьезных перемен ситуации, прогнозируя стабильность.

Многие кинопоказчики предлагают своим зрителям услуги по предварительному бронированию или покупке билетов, однако объемы продаж билетов данными способами пока находятся на низком уровне. Способы автоматизации процессов управления, позволяющие снижать издержки и повышать эффективность кинобизнеса, пока не очень распространены в России, хотя уже треть кинопоказчиков установили в фойе своих кинотеатров автоматы для продажи продукции посетителям.

© 2014, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

© 2014, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте www.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 кинорынка России и СНГ
- 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
Ксения Леонтьева, Светлана Мудрова,
Александр Дьяков, Анна Круковская,
Динара Шукенова, Наргиз Шукенова

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.
© 2014, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм»». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм»».