



НЕВАФИЛЬМ  
NEVAFILM



**STUDIOS**

Тонстудия  
Post-production



**DIGITAL**

Киноцифровая  
лаборатория



**CINEMAS**

Технологии  
для кинотеатров



**RESEARCH**

Исследования  
кинорынка



**EMOTION**

Креативный  
контент



## РЫНОК КИНОПРОКАТА И КИНОПОКАЗА СТРАН СРЕДНЕЙ АЗИИ

текст: Татьяна Горская,  
Валерий Кустов, Ксения Леонтьева,  
Михаил Филберт

Компания «Невафильм» продолжает исследование кинорынка стран СНГ, и летом нынешнего года к Казахстану и Белоруссии добавились другие страны – участницы Союза: Киргизия, Таджикистан, Узбекистан, Туркмения (далее – страны Средней Азии). Мы изучили рынки кинопоказа, собрали официальные данные республиканских органов статистики и корпорации «Rentrak», провели экспертные интервью с кинотеатрами и прокатчиками, работающими на данных территориях. И вот наконец мы представляем первые результаты этого исследования.

### КИНОПРОКАТ В СТРАНАХ СРЕДНЕЙ АЗИИ

Основными представителями студий-мейджоров в Средней Азии являются казахстанская компания «Меломан» и украинская «Интерфильм Дистрибьюшн».

Первой во всех четырех странах поручают свое представительство «Sony» и «Disney». С «Меломаном» также сотрудничает большинство независимых российских прокатчиков на территории Киргизии и Узбекистана (в их число входят «All Media», «Bazelevs», «Enjoy Movies», АКМ, «Арена», «Синема Престиж» и «Экспонента Дистрибьюция»).

«Интерфильм Дистрибьюшн», по данным на август 2015 года, реализует пакеты «Paramount», «Warner Bros.» и «Universal»

(фильмы последней студии на данный момент представлены из всех рассматриваемых территорий только в Киргизии).

«20 век Фокс» по традиции координирует свои действия напрямую из Москвы.

Из независимых прокатчиков только «Наше кино» и «Русский репортаж» не выходили ни на один из рассмотренных нами рынков. «Вольга» и «Люксор» предпочитают работать с кинотеатрами напрямую. Кинотеатры Киргизии также без посредников работают картинами «Парадиза», тогда как в Узбекистане данного прокатчика представляет сеть «Kino Olami», вообще выступающая в роли оптового посредника для местных киноплощадок.

продолжение на стр. 2



## ПОДДЕРЖКА КИНОТЕАТРОВ: ОПЫТ ФРАНЦИИ

текст: Ксения Леонтьева

В 2015 году темпы роста коммерческих кинозалов в России резко снизились – за первое полугодие их количество увеличилось лишь на 1,5%. Это обусловлено двумя факторами: экономическим кризисом и естественным насыщением рынка кинопоказа. Поскольку практически все более или менее крупные города уже кинофицированы, новыми точками роста могут стать малые населенные пункты, однако здесь без финансовой поддержки властей развитие кинобизнеса практически невозможно.

В связи с этим индустрия с воодушевлением встретила объявленную в октябре Фондом кино программу поддержки строительства кинотеатров в населенных пунктах со 100 тыс. жителей и менее. И хотя общая сумма, которая будет выделена из федерального бюджета на эти цели, пока не определена, Фонд кино уже ведет активную работу по разработке условий программы и надеется объявить прием заявок до конца 2015-го. Предполагается, что на строительство кинотеатра в малом

городе можно будет получить субсидию в 5 млн руб., при этом новый кинокомплекс должен будет отвести под показы отечественных фильмов не менее 50% сеансов. Таким образом, проект будет преследовать две цели – повышение уровня кинофикации в регионах и стимулирование предложения российских картин, а значит, и улучшение их прокатных показателей.

В 2016 году Фонд кино хотел бы профинансировать строительство порядка 100 кинотеатров, что действительно может стать катализатором для замедлившегося развития киносети. Хотя не стоит ожидать, что рост посещений в стране будет соответствующим: в малых городах уровень кинопотребления обычно ниже, да и ограничения по репертуару могут сократить доходы новых залов.

Поскольку тема поддержки кинотеатров со стороны государства стала актуальной, мы решили обратиться к опыту Франции, которую традиционно мы, россияне, любим приводить в пример, когда речь идет о кино.

продолжение на стр. 4

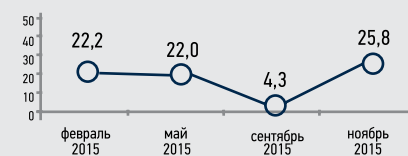


### ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



Подробности на стр. 7

### ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



Подробности на стр. 7

### РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ (на 1 ноября 2015 года)

Всего коммерческих кинотеатров —	1175
В том числе цифровых кинотеатров —	1172
Всего коммерческих кинозалов —	3882
В том числе цифровых кинозалов —	3859

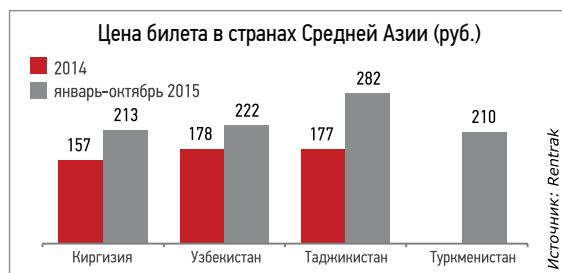
## РЫНОК КИНОПРОКАТА И КИНОПОКАЗА СТРАН СРЕДНЕЙ АЗИИ

Продолжение. Начало на стр. 1

По оценкам Невафильм Research, на долю всех стран Средней Азии приходится менее 1% посещаемости и кассы в СНГ, публикуемой отраслевыми изданиями. Но это достаточно молодые рынки, которые только начинают расти. Однако их изучение серьезно тормозится из-за недостаточности статистических данных. Несмотря на то что к осени 2015 года компания «Rentrak» выделила статистику по странам СНГ в своей базе данных, информация о сборах и посещениях в этих странах далеко не полная. В первую очередь это связано с тем, что «Rentrak» собирает статистику для компаний-мейджоров, поэтому чаще всего учитываются картины только этих дистрибьюторов. Исключением являются фильмы компании «Bazelevs» в Узбекистане и Киргизии – статистика по их сборам и посещаемости доступна в системе «Rentrak» благодаря посредничеству «Меломана». Также стоит отметить Таджикистан, где сотрудничество кинотеатров с российской компанией «Оптима кино» способствует большей открытости (здесь есть данные по всем дистрибьюторам).

Возможность сравнить полученные в регионе цифры с какими-либо иными отсутствует: ввиду малых объемов развивающихся кинорынков сами дистрибьюторы не выделяют статистику по ним в своей отчетности, а не так давно исправно заработавший ЕАИС остается уникальным явлением российской индустрии. Другой альтернативный источник информации – в виде государственной статистики – также не вызывает большого доверия в связи с широким распространением в странах Средней Азии различных видеосалонов, учитывающихся в качестве кинотеатров. Так, по официальным данным Национального статистического комитета Киргизской Республики, посещаемость в 2014 году составила свыше 1,8 миллиона человек, тогда как, по данным «Rentrak», она не превысила и 300 тысяч. Остается надеяться, что развитие кинорынка в странах СНГ приведет к улучшению инфраструктуры и сбору более точной и полной информации в будущем.

Таким образом, по данным «Rentrak», в настоящее время можно достоверно измерить лишь один показатель в рассматриваемых нами странах – среднюю стоимость кинопосещения.



В рублевом эквиваленте за год она выросла везде (не считая Туркмении, так как первый и единственный кинотеатр открылся здесь под новый 2015 год). Максимальный рост наблюдается в Таджикистане – цена поднялась на 59%, минимальный – в Узбекистане (на 24,7%). Это произошло прежде всего из-за скачка курса рубля: в 2015 году национальные валюты стран региона укрепились относительно российской. До этого скачка уровень цен кинопосещения на более крупных рынках России и Казахстана был гораздо выше – 246 и 244 рубля соответственно.

Что касается коммерческой киносети, то всего в четырех странах действуют сейчас 23 кинотеатра (66 залов)<sup>1</sup>. Уровень цифровизации достигает 83% по кинотеатрам или 55% по залам. Доля 3D-залов достаточно высока – 92% от числа цифровых экранов. Рассмотрим подробнее ситуацию в сфере кинопоказа на кинорынке каждой страны.



### КИРГИЗИЯ

В 2015 году население страны составило 5,91 млн человек; из них почти миллион проживает в столице – Бишкеке. Данный рынок можно назвать самым развитым среди рассматриваемых: уже в 2012 году в стране было 12 цифровых залов (для сравнения, в Узбекистане – только 4); в 2015-м их число составило 19. Зритель привык к разнообразию фильмов в хорошем качестве за небольшую цену билета (самая низкая в 2014 году, а в 2015-м – ниже только в Туркмении) и охотно ходит в кино. По данным «Rentrak», самые лучшие результаты кассовых сборов среди стран Средней Азии показывает именно Киргизия, что обусловлено как максимальным количеством цифровых кинозалов, так и присутствием на этом рынке наибольшего количества дистрибьюторов.

К 1 ноября 2015 года в Киргизии насчитывается 35 коммерческих залов в 8 кинотеатрах (первый был открыт в 2009-м), однако действуют они только в Бишкеке. В торговом-развлекательном центре на данный момент расположена всего одна киноплощадка, которая открылась в 2013 году, – это «Парк Синема» в ТРЦ «Бишкек Парк». В регионах же присутствуют устаревшие видеозалы, работающие с фильмофондами, местными картинами или фильмами на DVD. В целом современная киносеть достаточно развита – плотность экранов на 100 тыс. жит. в стране составляет 3,62 (для сравнения: в целом по России этот показатель на 01. 07. 2015 года составил 4,38). Только половина из кинозалов Киргизии сейчас имеет цифровые проекторы; пленочные/DVD-залы в легальных кинотеатрах в 2015 году работали с казахстанскими и местными фильмами («Ботан и Купидон», «Напарниктер» и др.).

В целом рынок разделен между двумя показчиками – «Синематика» и «Манас Синема». И лишь один шестизальный кинотеатр «Россия» действует независимо.

### УЗБЕКИСТАН

По оценкам Госкомстата Республики Узбекистан, к началу 2015 года население страны составило 31,03 млн человек, при этом в столице –

Ташкенте – проживает 2,3 млн; город входит в пятерку самых больших городов СНГ.

Рынок кинопоказа Узбекистана является самым перспективным из всех рассматриваемых территорий: большое количество населения и разветвленная сеть кинотеатров дают все основания ожидать дальнейшего роста кассовых сборов. Дистрибьюторы, однако, сталкиваются со сложными институциональными условиями: законы Узбекистана довольно строго регулируют внешнеторговые операции с валютой, что является серьезным барьером для зарубежных компаний.

Помимо того что в республике еще с конца 1990-х стали появляться современные кинотеатры со звуком «Dolby», здесь также не прекращалось развитие национального кинематографа, для которого форматы показа были не так важны, как для голливудских студий. В результате в стране сейчас действуют два вида киносетей – так называемая «коммерческая» (цифровые и 35-мм кинозалы с современным звуком и мягкими креслами) и сеть электронных площадок (e-cinema) или видеозалов. Именно в этой электронной киносети распространены показы узбекских фильмов. Отследить все работающие электронные кинозалы в Узбекистане невоз-

<sup>1</sup> При исследовании были учтены только современные кинотеатры, оснащенные цифровой проекцией формата DLP или Sony (2K или 4K), а также 35-мм проекторами, которые когда-либо использовались для коммерческого кинопоказа. Если в кинотеатрах сейчас установлены электронные кинопроекторы (e-cinema, с разрешением ниже 2K и несертифицированные как стандарт цифрового кинопоказа), то информация о таких залах представлена только в случае наличия в них 35-мм проекции (даже если она больше не используется).

можно, однако следует отметить крупнейшие площадки, работающие с национальными фильмами и расположенные в Ташкенте. Например, не имеющий ни одного цифрового проектора 10-зальный мультиплекс «Дворец кино имени Алишера Навои» (первый современный кинотеатр не только в Узбекистане, но и среди стран Средней Азии, открывшийся еще в середине 1996 года). Что интересно, сами кинотеатры путаются в указании числа своих работающих DVD-залов: электронные проекторы достаточно легко установить в любом месте, а потому их перемещения и т. п. порой даже сам кинопоказчик не успевает отслеживать.

Единственным крупным игроком на рынке кинопоказа Узбекистана является «Kino Olami», выступающий также посредником между прокатчиками и независимыми местными киноплощадками.

#### ТАДЖИКИСТАН

В 2015 году в Таджикистане проживает порядка 8,4 млн человек. В Душанбе – столице республики – насчитывается около 793 тыс. жителей. При этом коммерческая киносеть в стране практически отсутствует: только в столице действуют два цифровых однозальных кинотеатра, один из которых открылся

в 2012 году, а второй – в середине 2015-го. «Джавонон» расположен в отдельном здании; «Тахти Навруз» входит в состав крупного развлекательного центра. По словам местных прокатчиков, в столице Таджикистана также работают DVD-залы, показывающие фильмы через несколько месяцев после релиза, но их легальный статус сомнителен.

Что интересно, Таджикистан – единственная страна Средней Азии, в которой присутствует российская компания (кинотеатры стоят на репертуарном планировании московской «Оптима кино»). Среди других стран СНГ российские операторы есть также в Казахстане («Star cinema») и в Армении («5 звезд» и «Синема Стар»).

#### ТУРКМЕНИЯ

Население Туркмении в 2015 году оценивается на уровне около 5,2 млн жителей. При этом население столицы Ашхабада составляет 746 тыс. человек.

В Туркмении действует лишь один кинотеатр, открывшийся в конце 2014 года (развитие кинорынка в этой стране началось позже, чем в других республиках региона); сейчас в нем два зала, оба цифровые. По словам представителя кинотеатра «Беркарар

Синема», других кинотеатров в стране нет, как нет и видеозалов.

Таким образом, среди республик Средней Азии самым развитым кинорынком является Киргизия: на данный момент здесь работает наибольшее число цифровых залов, которые дают высокие сборы. Перспективным же с уверенностью можно назвать кинорынок Узбекистана – это самая населенная страна региона, а также единственная, в которой современные кинотеатры присутствуют не только в столице, но и в других городах (таких, как Ургенч, Термез, Янгиюль). На данный момент только начинают свое становление кинорынки Туркмении и Таджикистана.

В целом среднеазиатский регион вполне открыт для сотрудничества и развития. Для прокатчиков, например, плюсом является курсовая разница и ослабление российского рубля по отношению к национальным валютам, что позволяет «выигрывать» при кинопрокате. Однако при работе на данных рынках необходимо учитывать национальную специфику, нюансы законодательства и особенности ведения бизнеса: «Восток – дело тонкое».

© 2015 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

#### Компания «Невафильм» на «Кино Экспо-2015»

С 27 сентября по 1 октября в «Ленэкспо» прошли XVII Международный форум и выставка «Кино Экспо». Компания «Невафильм» традиционно выступила генеральным партнером Форума по кинотехнологиям, а также со-организатором деловой программы.



К Форуму была приурочена пятая Школа кинопредпринимателей, которая прошла в формате Лаборатории креативного показа – в этом году слушатели отбирались на конкурсной основе. В рамках Лаборатории с открытой лекцией «Когда умрут кинотеатры?» выступил генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин.

Впервые в рамках Университета «Кино Экспо» российская секция SMPTE и компания «Невафильм» провели Высшую школу киноинженеров для технических директоров киносетей и кинотеатров. На ней была представлена теория шифрования и безопасности цифрового кинопоказа, а также проведены практические занятия, посвященные актуальным вопросам обслуживания популярного оборудования цифрового кинопоказа.

Главными событиями деловой программы Форума стали ежегодная международная конференция «Бизнес кинотеатров. Время действовать!» и круглый стол «Русская доля – головная боль кинотеатров, или Шанс на спасение отрасли» с участием представителей Фонда кино, продюсеров, дистрибьюторов и работников кинотеатров. Видеовыступления с презентациями участников конференции, а также запись открытой лекции Олега Березина можно посмотреть на официальном канале «Невафильм» на YouTube.

#### Европейские киноисследователи встретились в Люксембурге

26–27 октября 2015 года состоялась 13-е заседание сети европейских исследовательских киноагентств (EFARN). Центральной темой обсуждения на этот раз стало развитие сервисов видео по запросу в Европе: актуальность исследования этого сегмента рынка растет в связи с целеполаганием Евросоюза по увеличению доли европейских фильмов в сервисах VoD. Проект обязательной отчетности продюсеров о доходах в данном сегменте представила Швейцария, а французские делегаты рассказали об опыте сбора статистики крупнейших поставщиков услуг видео по запросу. Специалисты также обсудили возможности автоматизации сбора данных и повышения прозрачности рынка новых медиа.

В России доля продаж отечественных фильмов в сервисах видео по запросу пока остается неизвестной и даже не привлекает внимания Фонда кино или Министерства культуры.

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



#### Триумф «Стены» в России

29 сентября 2015 года во всем мире состоялось грандиозное шоу – кинопоказ фильма-концерта «Роджер Уотерс: The Wall». В СНГ этот проект публике представила НЕВАФИЛЬМ EMOTION: Россия, Белоруссия, Казахстан, Армения и Грузия приняли участие в демонстрации первого в мире фильма-концерта в формате 4K со звуком Dolby Atmos. Невероятное зрелище, спецэффекты и яркая рекламная кампания наряду с энтузиазмом поклонников привели к потрясающим результатам – единственный сеанс «The Wall» вошел в топ-10 фильмов недели, с суммой кассовых сборов более 5 млн руб.

## ПОДДЕРЖКА КИНОТЕАТРОВ: ОПЫТ ФРАНЦИИ

Продолжение. Начало на стр. 1

### ВИДЫ ПОДДЕРЖКИ КИНОТЕАТРОВ<sup>1</sup>

Как и все виды поддержки аудиовизуальной сферы в Пятой республике, поддержка кинопоказа имеет две основные бюджетные статьи: автоматическую (из фонда налога на билеты) и выборочную (здесь действуют три направления).

#### Автоматическая поддержка

Заключается в налоговых вычетах от 30% до 85% налога на кинобилеты: размер зависит от уплаченной суммы налога, а также от числа залов в кинотеатре. Эти деньги можно потратить на модернизацию существующих и строительство новых объектов кинопоказа, в т. ч. компенсировать затраты, понесенные в течение последних пяти лет. Для получения средств необходимо подавать заявку в CNC, который контролирует их целевое использование.

#### Помощь в строительстве и модернизации кинозалов в районах с низким уровнем кинофикации

Основана в 1983 году и призвана повысить обеспеченность населения услугами кинопоказа по всей стране. Субвенцию можно получить, если средств автоматической поддержки недостаточно для проведения работ по развитию или ремонту киносети. Решение о выделении средств принимается с привлечением представителей власти, кинематографистов и банковских специалистов. Во внимание принимаются культурная и рыночная ценность проекта, общественная польза и важность для района, качество оснащения, объем инвестиций и их целесообразность, финансовая обоснованность, специализация и ориентиры проекта, участие местных компаний в его осуществлении.

#### Помощь залам при переходе на цифровой кинопоказ

Эта форма поддержки действовала до 30.07.2013; к концу 2013-го все кинозалы Франции перешли на цифровой показ. На нее могли рассчитывать кинотеатры, которые демонстрировали фильмы вторым экраном и потому получали от дистрибьюторов в виде обязательных компенсаций VPF менее 75% от стоимости цифрового оборудования. Для получения поддержки кинотеатр должен был иметь от одного до трех залов и быть независимым или входить в сеть размером до 50 кинозалов; в течение последнего года он должен был показывать не менее пяти сеансов в неделю. Положение было принято в 2010 году, но действовало задним числом – обратиться за помощью могли кинотеатры, установившие цифровую проекцию не ранее 1 октября 2009 года. В результате действия

программы за 4 года поддержку получили 1194 кинотеатра (1634 зала).

#### Поддержка залов со сложным репертуаром на конкурентных рынках

Предназначена для кинотеатров, расположенных в крупных городах и показывающих фильмы для подготовленной аудитории. Для получения поддержки кинотеатры должны соответствовать установленным критериям и соблюдать ряд требований: они должны быть независимыми или входить в сеть с 50 или менее залами, привлекать не менее 300 тыс. зрителей в год, а также набрать определенное число баллов в зависимости от репертуара, комфортабельности, киноклубной деятельности и рекламной активности. При этом, если кинотеатр набирает больше минимального числа баллов или имеет несколько залов, для него предусмотрены надбавки к базовой субвенции (для разных категорий кинотеатров ее размер колеблется от 13 до 28 тыс. евро). Интересно, что поддержка имеет и верхний предел: не более двух евро за каждого зрителя, что также стимулирует кинотеатры бороться за посещаемость (в случае малого числа проданных билетов можно не получить расчетной суммы субвенции).

#### Поддержка артхаусных кинотеатров

Этот вид помощи самый замысловатый. Он базируется на рекомендованном списке фильмов, которые могут быть отнесены к трем категориям: экспериментального кино, кинолента для детей и юношества, а также архивных картин и киноклассики. Поскольку этот список – краеугольный камень системы, то порядок его составления имеет особое значение. Он формируется демократичным методом с участием профессионалов: отбором занимается комиссия из ста членов Французской ассоциации артхаусных кинотеатров (AFCAE); окончательное решение принимает президент CNC, а список вывешивается на сайте [www.art-et-essai.org](http://www.art-et-essai.org) и является образцом для подсчета сеансов арт-фильмов.

Для получения поддержки кинотеатр должен пройти процедуру классификации, которая была реформирована в 2002 году при участии отраслевых общественных организаций. Решение о присвоении того или иного класса принимает независимая комиссия, состоящая из 20 членов (представителей власти, отраслевых профессионалов и кинокритиков).

Классификация кинозалов базируется, во-первых, на доле арт-фильмов – среди всех сеансов, состоявшихся в кинотеатре за полтора–полгода до подачи заявки (например, для классификации в 2015 году рассматривается деятельность кинотеатра в период 03.07.2013–01.07.2014); а во-вторых, корректируется с учетом двух весовых коэффициентов. Повышающий коэффициент учитывает общее число фильмов в репертуаре кинотеатра, киноклубную деятельность (обсуждения

фильмов, приглашение режиссеров и т. п. – подробное ее описание обязательно прилагается к заявке), социальное положение региона и конкурентное окружение. Понижающий коэффициент принимает во внимание состояние зала, разнообразие арт-фильмов на его афише, особенности графика работы (неполный рабочий день или неделя), поздний срок подачи заявки, отсутствие клубной работы, культурные особенности края, где расположен кинотеатр, усилия самого показчика в продвижении фильмов, существующие финансовые возможности для проведения рекламных кампаний.

В ходе классификации кинотеатр может быть отнесен к одному из трех типов (или сразу к нескольким):

- экспериментальный кинематограф (Recherche et Découverte – RD) – рассматривается число арт-фильмов в репертуаре кинотеатра;
- кинопоказ для детей и юношества (Jeune Public – JP) – количество детских фильмов в репертуаре (к рассмотрению принимаются сеансы, идущие после окончания школьных уроков), учитывается также соответствующая ценовая политика;
- архивный кинотеатр (Patrimoine et Répertoire – PR) – арт-фильмы, вышедшие в прокат более 20 лет назад, а также отнесенные к этой категории решением CNC и Французской ассоциации артхаусных кинотеатров.

Таким образом, под названием «артхаусный кинотеатр» во Франции подразумевают и специализированные детские площадки, и синематеки. Все они могут получать поддержку CNC, размер которой зависит от числа набранных баллов в каждой группе и категории киноплощадки. Групп всего две; внутри них насчитываются еще 5 категорий.

Первая группа (категории А и В): к ней относятся кинотеатры, расположенные в городских поселениях с числом жителей не менее 100 тыс. Для классификации здесь применяются процентные коэффициенты. Вторая группа (категории С, D, E): другие населенные пункты; здесь для классификации используются индексы.

В итоге применения столь сложной и тщательно продуманной процедуры классификации залов, доля французских кинотеатров, относящихся к категории арт-хаусных и получающих поддержку CNC, превышает 50% всех киноплощадок Франции.

#### ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОКАЗАНИЯ ПОДДЕРЖКИ КИНОПОКАЗЧИКАМ

Исходя из анализа условий получения разного рода поддержки можно сформулировать основные принципы ее оказания:

- основными получателями являются не большие и средние игроки рынка: большинство видов помощи не распростра-

<sup>1</sup> Полную версию статьи с правилами получения всех видов поддержки кинопоказа во Франции читайте на сайте [nevaфильм.рф](http://nevaфильм.рф) в разделе Nevaфильм Research: Конференции и семинары – Статьи.

няется на сетевые компании, в руках которых находится более 50 экранов; а наибольшие повышающие коэффициенты установлены для среднезальных кинотеатров (4–6 экранов);

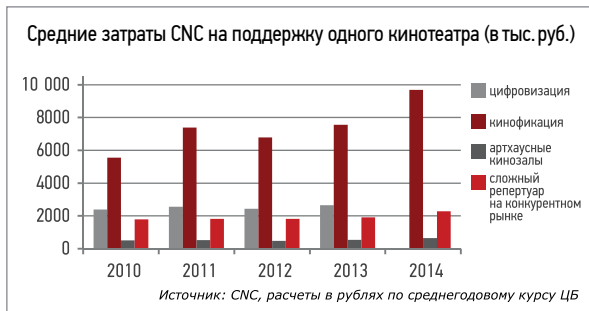
- к рассмотрению принимаются заявки только добросовестных плательщиков налога на кинобилеты; приоритет отдается подробно заполненным анкетам, описывающим проект или деятельность кинотеатра;
- поддержка направлена на сохранение высокого уровня качества кинопоказа и комфорта зрителей: заявки на субсидии по репертуарному признаку более современных кинотеатров имеют преимущество над устаревшими форматами залов;
- система нацелена на стимулирование кинотеатров к активной деятельности по привлечению аудитории: этому способствуют повышающие коэффициенты за клубную деятельность и загрузку залов, а также ограничения выплат в случае недостаточной посещаемости;
- CNC требует обоснования предполагаемых затрат в случае новых проектов (получить субсидию без предварительного маркетингового исследования нельзя) и строго контролирует целевое расходование средств (все траты по модернизации и строительству четко прописаны);
- критерии отбора кинотеатров и суммы субсидий регламентированы, известны и понятны всем игрокам рынка: расчет ба-

зовых сумм, повышающих и понижающих коэффициентов и ограничений, очевидно, произведен на основе реальных данных и имеет под собой практическое обоснование;

- наконец, процедура отбора кинотеатров для получения субвенций абсолютно демократична: участие в ней принимает широкий круг профессионалов, в том числе на этапе выбора артхаусных фильмов, которые лежат в основе ежегодной поддержки более половины кинотеатров Франции.

**РАЗМЕРЫ ПОДДЕРЖКИ**

Общая сумма субсидий, выданных кинопоказчикам во Франции, за последние 5



лет составила более полумиллиарда евро (в среднем по 106 млн в год).

В среднем на один кинотеатр в течение последних пяти лет по четырем программам (без учета автоматической поддержки, по которой число кинотеатров-реципиентов неизвестно) CNC тратит около 27 тыс. евро в год. Если перевести эти суммы в рубли по среднегодовому курсу, то получится сумма от 1,3 (в 2011–2013 годах) до 1 млн руб. (в 2014-м).

Затраты CNC на поддержку кинопоказа по направлениям (млн евро)

Программа	2010	2011	2012	2013	2014
автоматическая поддержка	64,69	67	67	64	75
сложный репертуар на конкурентном рынке	1,74 (30 кт в Париже и 9 за его пределами)	1,74 (30 кт в Париже и 9 за его пределами)	1,76 (32 кт в Париже и 6 за его пределами)	1,76 (33 кт в Париже и 6 за его пределами)	1,7 (32 кт в Париже и 6 за его пределами)
артхаусные кинозалы	13,5 (1060 кт)	13,84 (1077 кт)	13,72 (1106 кт)	14,3 (1132 кт)	14,6 (1148 кт)
кинофинанция	4,28 (31 кт, 79 залов)	8,67 (48 кт, 139 залов)	11,06 (64 кт, 192 зала)	9,8 (55 кт, 132 зала)	7,6 (40 кт, 117 залов, 2 кино-передвижки)
цифровизация	1,73 (29 кт, 34 зала)	20,15 (322 кт, 434 зала)	29,34 (471 кт, 628 залов)	23,3 (372 кт, 538 залов)	программа закрыта 12.2013

Источник: CNC Dossiers; results 2010–2014

**Третья конференция ECA прошла в Лондоне**



В октябре 2015 года компания «Невафильм» приняла участие в ежегодном саммите Ассоциации событийных кинотеатров (Event Cinema Association) в Лондоне. В рамках рабочих встреч, конференций и дискуссий были затронуты вопросы развития и продвижения кинотеатрами креативного контента в мире с использованием социальных сетей. Члены ассоциации также обсудили перспективы развития рынка креативного контента в кинотеатрах в условиях нестабильности бизнеса в развивающихся странах и внедрения технических инноваций.

НЕВАФИЛЬМ EMOTION является членом ассоциации и уже в третий раз принимает участие в конференции ECA, чтобы быть в курсе последних тенденций на рынке и обеспечивать российские кинотеатры передовыми технологиями показа и продвижения креативного контента на большой экран.

**Компания «Невафильм» поддерживает короткометражное кино**

В сентябре 2015 года в Москве в восьмой раз открылся Всероссийский фестиваль «Арт-кино», организованный Творческим объединением «Мир искусства» и киношколой «Артерия кино». В конкурсе принимают участие фильмы длительностью до 30 минут. На этот раз финансовым партнером фестиваля выступила компания «Невафильм».

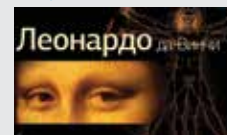


21 ноября 2015 года в Петербурге состоялась церемония закрытия второго Фестиваля короткого метра «Potential», который помогает молодым авторам снимать свои первые фильмы. Одним из членов жюри стал генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин. Он вручил специальный приз картине Антона Мамыкина «Той ночью, этим утром» – сертификат на полный цикл тонировочных работ в НЕВАФИЛЬМ STUDIOS. Занявшая второе место лента «Бравист» уже получила техническую поддержку нашей тонстудии.

**НЕВАФИЛЬМ CINEMAS оснастит новые кинотеатры «Мираж Синема»**

Компания «Невафильм» выиграла тендер на поставку оборудования цифрового кинопоказа в трех новых кинотеатрах «Мираж Синема» в Великом Новгороде, Пскове и Архангельске. Уже более пятидесяти залов этой сети было оснащено цифровой проекцией специалистами НЕВАФИЛЬМ CINEMAS. Всего на 1 ноября 2015 года в России насчитывается 3859 цифровых экранов, 24% которых оборудованы компанией «Невафильм».

**Искусство Италии в кинотеатрах СНГ**



С 11 декабря 2015 года НЕВАФИЛЬМ EMOTION открывает «Итальянские сезоны» в кинотеатрах

России и СНГ. Красивейшая Флоренция и галерея Уффици предстанут в формате 3D и в наилучшем качестве изображения – 4K. Рассказчиком выступит директор государственного музея «Эрмитаж» Михаил Пиотровский. В январе планируется демонстрация фильма-шоу «Teatro alla Scala», а в апреле 2016 года зрителей ждет знакомство с творчеством великого Леонардо да Винчи в одноименном проекте.

Интересно распределение по конкретным направлениям: так, средняя поддержка артхаусных кинотеатров на одну площадку в год составила 540 тыс. в рублевом эквиваленте; субвенция за показ сложного репертуара в условиях конкуренции – 1,9 млн руб.; оплата расходов по установке цифрового оборудования – 2,5 млн руб., а расходы на строительство и модернизацию одного кинотеатра – 7,4 млн руб. (и это без учета автоматической поддержки, которая составляет порядка 65% всех затрат CNC на кинопоказ!).

#### ЧТО ДОЛЖНА УЧЕСТЬ РОССИЯ

Тип поддержки, предлагаемый Фондом кино для реализации в России, идеологически имеет больше всего сходств с двумя французскими программами: поддержкой кинофикации в малообеспеченных кинопоказных районах и субсидированием арт-кинотеатров (к которым, напомним, относятся не только арт-залы, но и детские и архивные площадки).

Предполагаемые суммы субсидий Фонда кино, конечно, меньше тех, что выдает CNC на строительство: у нас нет целевого налога на кинобилеты, из сумм которого кинотеатры могли бы получать как автоматическую, так и выборочную помощь. Господдержка при этом дисциплинирует кинотеатры: только аккуратные налогоплательщики могут подавать заявки на нее во Франции. В то же время в России имеется ЕАИС, в

функционировании которой все еще наблюдаются проблемы: регулярная и правильная отчетность кинотеатров в систему должна стать обязательным условием обращения за помощью. Кроме того, сбор анкет-заявителей, претендующих на субсидию, может расширить базу данных о кинотеатрах, дополнить ее ценной информацией о направлениях деятельности площадок, их усилиях по привлечению аудитории, пропаганде отечественных фильмов и т. п.

На наш взгляд, главной сложностью, стоящей перед Фондом кино, является идея профинансировать *сегодня* открытие новых площадок, которые *завтра* должны будут выполнять обязательства по репертуарному планированию. Французские формы поддержки так или иначе строятся на прошлом опыте работы кинотеатра. Выходом в этой ситуации может стать компенсация затрат на строительство/модернизацию уже действующих кинотеатров с наибольшей долей российских сеансов (причем Фонд сам может разослать им приглашения к участию в конкурсе, основываясь на данных ЕАИС) – полученные средства кинопоказчики смогут реинвестировать в новые залы. Кроме того, можно рассмотреть вариант субсидирования деятельности не новых, но активно поддерживаемых отечественные картины кинотеатров – и не только в малых городах.

Главное же, что должно быть в новой системе господдержки кинотеатров, – это

четкие и понятные критерии отбора, причем они должны базироваться на реальном опыте кинотеатров страны и ставить реалистичные для выполнения цели (просчитывал ли кто-то возможность и рентабельность целевого показателя в 50% сеансов отечественных фильмов?). Процедура отбора кинотеатров должна быть открытой, демократичной и проводиться с привлечением профессионалов из различных сфер кинематографии, прежде всего кинопоказа. Наконец, требуется разработка прозрачной системы контроля соблюдения выставленных Фондом кино требований, в которой в том числе должны быть прописаны сроки выполнения кинотеатром этих условий (к примеру, до достижения окупаемости проекта), а также случаи форс-мажора и т. д. Должны быть предусмотрены реалистичные штрафные санкции за несоблюдение регламента и т. д. Если система подобной поддержки будет разработана грамотно, а процедуры выбора проектов понятны и открыты, то эффект от ее внедрения в России может быть существенным. И она может способствовать не только замедлившемуся расширению киносети, но и увеличению доли отечественных фильмов в прокате.

*Статья подготовлена по материалам Национального центра кинематографии и анимации Франции (CNC) – [www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)*

© 2015, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

#### НЕВАФИЛЬМ RESEARCH изучает телерынок

В 2015 году аналитики компании «Невафильм» продолжили сотрудничество с Европейской аудиовизуальной обсерваторией, начатое отчетом о российской киноиндустрии в 2009 году. Темой нового исследования стал рынок телевидения и видео по запросу в России. В рамках этого проекта специалисты провели работу по обновлению и дополнению базы данных Mavise, которая содержит информацию обо всех телеканалах, операторах и VoD сервисах, работающих в Европе. В 2016 году пользователи системы смогут искать актуальную информацию о телеканалах и сервисах, доступных россиянам, а также вещающих из России.

Результаты проекта будут представлены в рамках 18-й Международной выставки и форума «CSTV.TELECOM&MEDIA'2016», которые пройдут в Москве в январе будущего года. В ходе семинара специалисты ЕАО расскажут о тенденциях на рынке платного ТВ и видео по запросу в Европе, а отечественные эксперты поделятся актуальными трендами российского рынка.

Mavise – одна из нескольких общедоступных баз данных, размещенных на сайте

Европейской аудиовизуальной обсерватории ([www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)): Mavise посвящена телерынку, Lumiere объединяет статистику кинопосещаемости фильмов в Европе, Korda – данные о государственной поддержке кинопроизводства, а IRIS Merlin – юридическую информацию по аудиовизуальному сектору.

#### Теперь вся аналитика в одной подписке!

В 2016 году НЕВАФИЛЬМ RESEARCH предложит своим клиентам новую услугу – подписку «Premium Research», в рамках которой пользователи смогут получить доступ ко всем аналитическим и статистическим отчетам, выпущенным компанией в течение года. Подписавшись в январе, клиенты будут весь год получать:

- ежемесячную статистику российского рынка кинопроката и кинопоказа НЕВАФИЛЬМ RESEARCH и журнала «Кинобизнес сегодня» («Cinema Market»);
- большой отчет о состоянии российского кинорынка в 2015 году, включая прогнозы до 2020-го; малый отчет о развитии рынка в первом полугодии 2016-го;

- уникальное исследование кинорынка Белоруссии за 2012–2015 годы;
- оперативный отчет о развитии кинорынка Казахстана в 2015 году;
- отчет-сюрприз, тема которого будет определена на основе предпочтений подписчиков.

В рамках подписки на «Cinema Market» клиентам также предоставляются аналитические справки по интересующим вопросам со скидкой 30% и готовые отчеты со скидкой 10%. «Premium Research» кроме отчетов будет включать в себя подготовку трех бесплатных справок.

Помимо статистики и аналитики специалисты НЕВАФИЛЬМ RESEARCH проводят по заказу клиентов исследования кинорынков отдельных городов, дают оценку целесообразности открытия кинотеатров, разрабатывают маркетинговые стратегии и прогнозируют результаты работы кинопоказчиков. Наша гарантия – девятилетний опыт исследований и более 45 изученных объектов для киносетей и независимых кинотеатров в России и Казахстане.

Подробнее: [research@nevafilm.ru](mailto:research@nevafilm.ru), (812) 449-7070, доб. 240.

# НАСТРОЕНИЯ В РОССИЙСКОМ КИНОПОКАЗЕ: ОСЕНЬ 2015 ГОДА

текст: **Ксения Леонтьева,**  
**Юлия Овчинникова,**  
**Кристина Синякина**

## ИНДЕКСЫ НАСТРОЕНИЯ И ПОСЕЩАЕМОСТИ НА ЗАЛ

В ноябре 21% респондентов назвали посещаемость осенью-2015 плохой; положительную оценку дали 24%. При этом участники опроса уточняли, что в сентябре посещаемость была очень низкой, а в октябре и начале ноября рынок восстановился. Показатель бизнес-ситуации составил 2,9%.

Динамика осенних месяцев может быть также проиллюстрирована индексом посещаемости на один зал в лучших киносетях России.<sup>1</sup> В сентябре 2015 года его значение оказалось худшим за два года измерений (57 пунктов), в то время как в октябре выросло до 89. Та же тенденция наблюдалась в 2014 году, когда сентябрь стал худшим месяцем года, а октябрь продемонстрировал рост.

второе анкетирование. Выяснилось, что если к ноябрю 2014-го последствия проблем в экономике ощутили на себе 65% кинопоказчиков, то сегодня это отметили уже 94% респондентов.

Если в 2014-м главным симптомом кризиса стало общее снижение посещаемости залов, то сейчас подавляющее большинство пострадавших от кризиса кинотеатров отмечают приток зрителей только на показы блокбастеров. На втором месте, как и год назад, оказалось увеличение расходов в связи с падением курса рубля. Треть респондентов, как и год назад, отмечают повышение интереса зрителей к программам лояльности. Случаи выбора дешевых утренних сеансов за год немного уменьшились. А вот снижение чека в кинобаре и отказ от 3D-сеансов стали существенно более заметны.

Среди наших респондентов соглашение с Фондом кино подписали лишь 10%; 44% от него отказались; еще 13% до сих пор не приняли окончательного решения. При этом 32% респондентов подобного предложения не получали. Интересно, что подписали соглашение только федеральные сети, в то время как большинство местных сетей и независимых кинотеатров решили не брать на себя добровольных обязательств по доле сеансов отечественных фильмов.

Мы попросили респондентов указать долю российских фильмов в их репертуаре за 2015 год – по числу наименований, сеансов и посещений. Оказалось, что, несмотря на преимущественно негативное восприятие кинопоказчиками инициативы Фонда кино, многие из них не имеют статистики этих трех показателей.



Лишь 9% кинопоказчиков уверены в том, что посещаемость зимой уменьшится; 60% рассчитывают на ее рост. Показатель бизнес-ожиданий достиг 51,4%.

Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа осенью достиг наибольшего значения в текущем году:

**Business Climate Index = 25,84**

Его значение оказалось близким к уровню прошлого ноября – 22,9, хотя тогда это был далеко не лучший показатель года. Вообще в последнее время наблюдается четкая тенденция к падению осеннего настроения кинопоказчиков в России – из-за неуклонно снижающихся ожиданий.

### ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

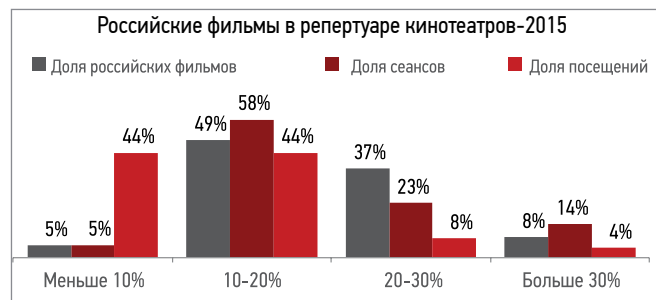
Год назад мы задали кинотеатрам вопросы о том, почувствовали ли они на себе влияние кризиса; сейчас мы провели по-

<sup>1</sup> Индекс посещаемости в лучших киносетях России (RBEI) разработан Невафильм Research и основан на статистике посещений залов семи федеральных сетей, охватывающих более тысячи залов. Он демонстрирует уровень средней посещаемости на зал в этих сетях в текущем месяце относительно среднего числа зрителей на зал в 2013 году (принятому за 100 пунктов).

Более половины респондентов (59%) признались, что в течение 2015 года оптимизировали расходы на зарплату, тогда как на начальной стадии кризиса реакция была спокойнее: тогда это сделали 46% респондентов. При этом в ноябре 2014-го сокращать персонал и зарплаты стали федеральные сети; сейчас за ними подтянулись и другие игроки. В разы выросло количество респондентов, использующих иные антикризисные меры в кадровой политике (с 4% до 34%): все более распространенным способом оптимизации становится сокращение времени работы всего предприятия и исключение нерентабельных сеансов из репертуарного плана.

Одним из самых обсуждаемых событий минувшей осени стало соглашение ряда киносетей с Фондом кино о добровольном выделении с 1 января 2016 года 20% сеансов для демонстрации российских фильмов. Фонд кино приглашает все кинотеатры присоединиться к инициативе.

По подсчетам более половины кинопоказчиков, которые предоставили свою статистику, доля сеансов отечественных фильмов занимает 10–20% от общего числа показов, что близко к предложению Фонда кино. Однако посещаемость российских фильмов находится на более низком уровне: по сведениям большинства (88%) респондентов, она не достигает 20%, причем половина из них не получает и 10%.



© 2015, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH  
Полную информацию о динамике индекса настроений кинопоказчиков читайте на сайте [www.nevafilm.ru](http://www.nevafilm.ru).  
Ежемесячная динамика RBEI доступна по подписке «Cinema Market»

15 ДЕКАБРЯ  
2015 ГОДА

ШКОЛА КИНОПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
И КОМПАНИЯ «НЕВАФИЛЬМ» ПРЕДСТАВЛЯЮТ



# КИНОМАРКЕТИНГ: НОВЫЕ ИДЕИ И РЕЗУЛЬТАТ

## СЕМИНАР МАРКА ДЕ КЕРВЕЙНА

для владельцев, топ-менеджеров, руководителей отделов маркетинга и PR крупнейших киносетей и кинотеатров России.

Марк де Кервейн – известнейший профессионал в сфере мирового кинобизнеса с блестящей репутацией прозорливого маркетолога, способного быстро определить возможные точки роста для любой компании и выделить стратегии развития, необходимые конкретному бизнесу. В его послужном списке семь лет в UIP в должности замдиректора по международному продвижению и маркетингу. Он провел сотни маркетинговых кампаний для Universal, Paramount, MGM/UA, Amblin и Dreamworks, включая «перезагрузку» бренда «Джеймс Бонд» и продвижение блокбастеров «Парк Юрского периода», «Миссия невыполнима», «Форрест Гамп» и др. Последние годы Марк был главой отдела, который запускал сеть кинотеатров Vue Entertainment в Великобритании. Именно ему принадлежит создание и представление бренда Vue, и именно он сыграл ключевую роль в развитии одной из крупнейших европейских кинотеатральных сетей Vue Entertainment.

### ПРОГРАММА СЕМИНАРА

В программе тематические блоки от ведущего мирового эксперта, гуру кинотеатральной индустрии маркетинга Марка де Кервейна, генерального директора Action Marketing Works.

### ФОРМАТ СЕМИНАРА

Полный рабочий день (семинар идет на английском языке с синхронным переводом). После каждого тематического блока предусмотрена сессия вопросов и ответов и перерывы для общения.

#### СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

40 000 рублей (+НДС)  
за участника

#### ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ:

15 декабря 2015 года  
с 9:00 до 18:00  
(с двумя кофе-брейками  
и обедом)

#### МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ:

Москва, кинотеатр «Балтика»  
(ул. Сходненская, 56,  
ТРЦ «Калейдоскоп»)

ЗАО "Компания "Невафильм"  
irina.yushkova@nevafilm.ru  
+ 7 812 449-70-70, доб.110  
+ 7 921 408 96 37



#### STUDIOS

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



#### DIGITAL

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



#### CINEMAS

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



#### RESEARCH

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



#### EMOTION

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

Генеральный директор  
Олег Березин

Главный редактор  
Ксения Леонтьева

Подготовка материалов

Татьяна Горская, Валерий Кустов, Ксения Леонтьева,  
Юлия Овчинникова, Кристина Синяпкина,  
Михаил Филберт

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 «Невафильм» не допускается.  
© 2015, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм».