



НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент



РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2015 ГОДА

текст: Ксения Леонтьева,
Татьяна Горская

ФИЛЬМЫ В ПРОКАТЕ

В 2015 году число релизов российского кинопроката (без учета креативного контента и фильмов регионального производства) вновь сократилось до 386 (ниже уровня 2012 года), при этом также уменьшилось и общее число картин в прокате – до 469 (по предварительным данным, поскольку ЕАИС к моменту публикации этого материала еще не обнародовала свой список фильмов в прокате).

В то же время резко выросло число проектов креативного контента: в 2015 году вышло 140 новых релизов этого типа, включая прямые трансляции, тогда как в

2014-м их было 94; на рынок вышел новый игрок – «Театральная Россия» – с прямыми показами спектаклей московских и петербургских академических, детских и музыкальных театров; в три раза выросло число релизов короткометражных программ «Feature Shorts» компании «Utopia»; кроме того, популярность набирают анимационные короткометражные подборки «Мульт в кино» и «Кинодетство» (при этом все выпуски этих компаний за год (21 и 11 соответственно), по их просьбе, мы засчитываем как один релиз). В 2016-м еще один новый игрок заявил о своем интересе к прямым трансляциям – «ТеатрЖив» начинает свою работу уже в конце февраля.

С другой стороны, по предварительным данным, число региональных релизов в 2015 году снизилось до 19 (в 2014-м – 29), однако отдельным фильмам удалось выйти за пределы своего региона во всероссийский (хотя и достаточно ограниченный) прокат. Так, более 50 кинотеатров по всей стране демонстрировали фильм «По небу босиком», 75 – «Дороги», а «Решала-2» взяли в прокат 150 кинотеатров – все эти картины попали в статистику отраслевых изданий. В целом фильмы регионального производства собрали не менее 200 тыс. зрителей и 45 млн руб.; хотя это еще не окончательные данные, результат уже в 2,5 раза выше прошлогоднего.

продолжение на стр. 2



КИНОФИКАЦИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДОВ: ОТ СТИХИИ РЫНКА К СИСТЕМНЫМ РЕШЕНИЯМ

текст: Олег Березин,
по материалам выступления в рамках IV Санкт-Петербургского Международного культурного форума (14 декабря 2015 года)

2016 год не только Год российского кино, но еще и год двадцатилетия рынка современного российского кинопоказа, и это дает нам возможность посмотреть на его состояние, на фоне которого мы сегодня обсуждаем вопросы кинофикации малых и средних городов страны. За 20 лет, с 1996-го, рынок вырос – от нескольких современных кинотеатров до более чем 4000 экранов в 1200 кинотеатрах.

Рост рынка по количеству кинозалов в последние годы стабильно держался на уровне 11–13%, однако в этом году рост упал до 5% по вполне объективным причинам. Но даже этот темп рынок демонстрировал благодаря «вынужденным» открытиям тех кинокомплексов, строительство которых началось 3–4 года назад. Характерная деталь: по моим оценкам, около 150–200 кинозалов в стране, построенных «в бетоне», стоят неоткрытыми – поскольку это либо нецелесообразно, либо нет инвестора, либо застопорилось открытие торгового центра.

О РАЗВИТИИ КИНОПОКАЗА В ГОРОДАХ

Достаточно быстро кинопоказ в России развился во всех крупных и больших городах. В сегменте средних по численности населения городов – 80% обеспечены как минимум одним кинотеатром, а вот в малых этот уровень составил менее 25%.¹

¹ Согласно принятой классификации Минэкономразвития, к малым относятся города с населением менее 50 тыс., а к средним – с населением от 50 до 100 тыс. жителей.

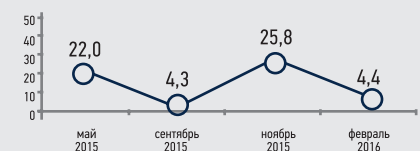
продолжение на стр. 4

ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



Подробности на стр. 7

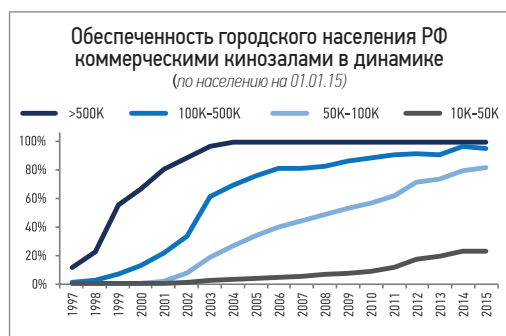
ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



Подробности на стр. 7

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ

на 1 января 2016 года:	открыто за 2015-й:
кинотеатров – 1204	кинотеатров – 88
залов – 4021	залов – 375
на 1 февраля 2016 года:	закрыто за 2015-й:
кинотеатров – 1205	кинотеатров – 59
залов – 4019	залов – 171



РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2015 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1



Пленочный прокат в минувшем году окончательно изжил себя: лишь три ленты «Нашего кино» были выпущены на 35-мм в январе–мае 2015-го и оставались на экранах вплоть до конца года. Впервые сократилось число 3D-релизов: в прокат вышло всего 50 фильмов в этом формате (по сравнению с 66 в 2014-м). При этом число почти всех других аттракционных форматов продолжает расширяться: IMAX-релизы увеличились с 24 до 28, Atmos – с 25 до 28, D-Vox и 4DX – с 31 до 37. Только в формате Barco Augo количество релизов не растет (в 2013 году вышло 3 фильма, в 2014-м – 5, в 2015-м – 4). Кроме того, киноаттракционные форматы осваиваются и креативным контентом: в 3D выходят музейные программы и сериалы, в Dolby Atmos и Visual Surround – концерты.

ПОСЕЩАЕМОСТЬ И КАССОВЫЕ СБОРЫ (без учета креативного контента и фильмов регионального производства)

По нашей оценке¹, кассовые сборы кинопроката в 2015 году на территории России составили 44 млрд руб.; число купленных в стране кинобилетов – 173,9 млн. Отметим, что в связи с продолжающимся падением курса рубля относительно валют других стран СНГ доля российского рынка в отраслевой статистике сократилась не только по посещаемости (что является естественным процессом, связанным с расширением киносетей в странах ближнего зарубежья), но и по кассовым сборам: по итогам 2015 года доля России в СНГ по посещениям и кассе составила порядка 91% (в 2014-м – 92% и 93,4% соответственно).



¹ На основании данных дистрибьюторов «Bazelevs», UPI, WDSPP, «West», «Вольга», «Двадцатый Век Фокс СНГ», «Каро Премьер/Каропрокат», «Кинолоялистика», «Люксор», «Русский репортаж», «Централ Партнершип», «Экспонента».

Годовой рост кассовых сборов оказался еще более незначительным, чем в 2014-м – 1,7% (по сравнению с +2,5%); посещаемость же снижается все более заметно – на 1,2% (-0,2% годом ранее).

Уровень кинопотребления снизился до 1,96 раза в год на душу населения в городах, где есть кинотеатры, и до 1,19 раза в целом по стране (в 2014-м показатели составили 2,03 и 1,21 соответственно).

Однако в целом можно говорить о стагнации посещаемости и потребления – колебания их уровня зависят в большей степени от репертуара кинотеатров, нежели от качественных изменений на рынке. И в общем, даже экономический кризис пока не оказал существенного влияния на объем проданных билетов (хотя кинотеатры уже отмечают изменения в поведении зрителей, которые все реже приобретают товары в кинобаре).

Доля российских фильмов (без учета региональных проектов) сократилась по числу посещений с 18,7% в 2014 году до 17,6%, а по кассовым сборам – с 17,9% до 16,2%. Печальным является то, что количество отечественных релизов при этом выросло – с 84 до 99 (общее число картин в прокате изменилось в меньшей степени – со 110 до 114). Также возросло и число экранов, на которых российские киноленты были показаны, – с 43 до 54 тыс. (с 22% до 25% всех цифровых копий в прокате). Таким образом, можно говорить об убывающей эффективности возрастающего числа российских картин на киноэкране.

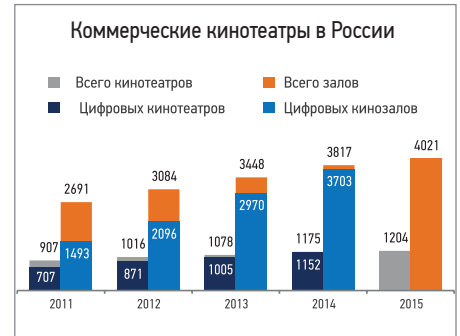
Наконец, отметим, что продолжающийся рост цены кинопосещения оказался по итогам года ниже инфляции: всего 3% по сравнению с 12,9% индекса потребительских цен. Таким образом, реальная средняя стоимость кинобилета снижается уже три года подряд, и в 2015 году это падение составило 10,8%.



КИНОПОКАЗ

По данным на 1 января 2016 года, в России насчитывался 4021 коммерческий кинозал в 1204 кинотеатрах. Переход на цифровые технологии кинопоказа можно считать завершившимся. С 1 января 2016 года компания «Невафильм» больше не учитывает пленочные залы, которые работают с лентами прошлых лет (например, «А зори здесь тихие...»,

«Три богатыря. Ход конем») или перешли на DVD-показ. Единственные пленочные залы, которые включены в статистику на 1 января 2016 года, – это так называемые архивные кинотеатры, прокатывающие картины фильмофондов (всего 2 кинотеатра и 5 залов), поскольку эти специализированные площадки в настоящий момент могут быть отнесены к коммерческим благодаря качеству оснащения своих залов и достаточно высокой – на рыночном уровне – цене билета.



К началу 2016 года в стране насчитывается 33 зала с эффектами движения (24 D-Vox и 9 4DX) и 80 залов с премиальными форматами звука (62 Dolby Atmos и 18 Barco Augo). При этом в последние годы общемировым трендом становится оборудование кинотеатрами собственных залов Premium Large Format: помимо общеизвестного бренда IMAX (таких залов в России сейчас 43) к ним могут быть отнесены формат Luxe RealD и залы без аппаратуры известных брендов, которые, тем не менее, кинотеатр позиционирует в качестве PLF (гигантский экран здесь, как правило, сочетается с идеальным изображением (4K, двойной проектор и т. п.) и премиальным форматом звука). Сейчас в стране насчитывается 13 залов такого формата помимо IMAX – очевидно, что в России этой тенденции еще предстоит набрать обороты.

Киносеть России выросла по числу коммерческих залов на 5,3% (количество кинотеатров увеличилось лишь на 2,5%), что стало минимальным уровнем за современную историю рыночного кинопроката в нашей стране. За год в 88 коммерческих кинотеатрах были открыты 375 залов, тогда как закрылись 59 кинотеатров (171 зал).

Больше половины залов (53%) и 35% закрытых кинотеатров – это так и не оцифрованные площадки, в числе которых есть и те, кого мы перестали считать коммерческими (преимущественно это залы независимых кинотеатров или местных сетей в городах с населением 100–250 тыс. жит. – как раз те, которые не попадают под программу госфинансирования, но при этом могут быть интересны частным инвесторам). Отметим, что в 2013–2014 годах доля закрывшихся неоцифрованных залов была такой же. Федеральные сети наряду с независимыми операторами стали лидерами по

числу закрытий – однако у них другая причина для принятия решения о прекращении работы: они продолжают избавляться от устаревших форматов малозалников в больших городах (500+ тыс. жит.) или уходят с перенасыщенных и не оправдавших себя рынков (к примеру, Воронежа, где был закрыт шестизалник «Киномакс»).

В то же время в сложных экономических условиях именно федеральные операторы способствовали расширению киносети (на их долю пришлось 55% новых залов), открывая кинотеатры преимущественно в городах-миллионниках (42% новых кинозалов). При этом открытия в средних и малых городах в 2015 году сократились: на населенные пункты с менее чем 250 тыс. жителей пришлось 27% новых залов – по сравнению с 41% в 2014-м. Иначе говоря, в условиях дефицита бюджета региональные программы поддержки кинопоказа начинают затухать, а потому обещанная федеральная помощь придется как раз кстати.



Доля новых кинозалов, построенных в торгово-развлекательных центрах, в 2015 году составила 78% – это на 14 п. п. больше, чем в 2014-м. Общая доля кинозалов в торговых центрах продолжает расти и составляет по итогам года 66,8% (2686 экранов в 479 ТРЦ).

К концу 2015 года лидерами российского рынка остаются киносети «Синема парк», «Формула кино», «КАРО» и «Киномакс»: каждая из них имеет более 200 залов и занимает более 5% рынка.

Среди российских регионов лидирует мегаполис Москвы, на территории которого находится 18,7% коммерческих кинозалов, при этом традиционно, по данным «Rentrak», этот регион приносит прокатчикам больше четверти всех кассовых сборов – за счет более высокой цены билета в столице.

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

01.01.2015 – 127 кт / 687 экранов
75 кт / 515 экранов в ТЦ
01.01.2016 – 132 кт / 753 экрана
82 кт / 586 экранов в ТЦ

В 2015 году в Московском регионе были открыты 13 новых кинотеатров (98 залов) – последние два года кинопоказчики расширяют свои сети именно в столице (на нее приходится 26% открытий 2015 года и 22% 2014-го; хотя ранее этот уровень не поднимался выше 10–11%). Закрылись в Москве в 2015 году 8

кинотеатров, а также большое количество залов в действующих кинотеатрах (всего 32 экрана). Тем не менее в минувшем году именно столичный рынок показал наиболее быстрый рост: число экранов в Московском регионе выросло на 10%. Доля кинозалов в ТРЦ в столице по итогам года составила 77,8%, что на 2,9 п. п. больше, чем в 2014-м.

Лидирующим столичным оператором кинотеатров в 2015 году остается сеть «КАРО», а крупные открытия у «Mori Cinema» и «Киномакса» помогли этим сетям занять более высокое место по сравнению с итогами 2014 года.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

01.01.2015 – 59 кт / 343 экрана
38 кт / 290 экранов в ТЦ
01.01.2016 – 63 кт / 355 экранов
39 кт / 297 экранов в ТЦ

Рынок Санкт-Петербурга не отличился ростом – число залов за год увеличилось лишь на 3% (в прошлом году – на 8%). Что примечательно, в городе за прошедший год не закрылся ни один кинотеатр. И всего лишь 3 зала прекратили свою работу, два из которых были пленочными. Доля залов в ТРЦ относительно 2014 года упала на 0,9 п.п. и составила 83,7%.

В рейтинге крупнейших сетевых операторов кинопоказа Северной столицы первое место занимает сеть «Формула кино». На втором месте прочно укрепилась «Мираж синема», открыв за последние два года в общей сложности 3 крупных кинотеатра с 26 залами. Отметим, что разрыв между сетями, занимающими места с 9-го по 10-е, минимален – у «Синема стара», «Mori Cinema» в Петербурге по шесть залов, и перевес определяется лишь числом мест.

РЕГИОНЫ

01.01.2015 – 989 кт / 2787 экранов
327 кт / 1661 экран в ТЦ
01.01.2016 – 1009 кт / 2913 экранов
358 кт / 1803 экрана в ТЦ

В 2015 году в регионах России были открыты 262 зала (71 кинотеатр). Закрылись

Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2016 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место на 01.01.16	Место на 01.01.15	Оператор сети	Кол-во кинозалов	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центр. офис
1	1	Синема парк	33	307	7,6%	Москва
2	2	Формула кино	34	255	6,3%	Москва
3	3	КАРО	29	228	5,7%	Москва
4	4	Киномакс	30	206	5,1%	Москва
5	5	Премьер-зал	104	169	4,2%	Екатеринбург
6	6	Люксор	23	159	4,0%	Москва
7	9	Мираж синема	19	130	3,2%	Санкт-Петербург
8	7	Синема стар	24	127	3,2%	Москва
9	8	Монитор	26	98	2,4%	Краснодар
10	10	Пять звезд	11	66	1,6%	Москва
Итого у этих операторов			333	1745	43,4%	
Всего в России			1204	4021	100%	

Доли кинорынка по федеральным округам России на 01.01.2016

Округа	Кол-во кинозалов	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Доля рынка по числу посещений	Доля рынка по кассовым сборам
Московский регион	152	753	18,7%	18,9%	26,7%
Приволжский ФО	179	637	15,8%	16,9%	14,1%
Центральный ФО (без учета МР)	192	578	14,4%	14,0%	12,6%
Сибирский ФО	153	457	11,4%	11,1%	9,4%
Уральский ФО	125	380	9,5%	8,2%	7,5%
Санкт-Петербург	63	355	8,8%	9,1%	9,2%
Южный ФО	118	331	8,2%	9,3%	8,7%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	95	237	5,9%	4,7%	4,1%
Дальневосточный ФО	91	163	4,1%	4,4%	4,5%
Северо-Кавказский ФО	41	94	2,3%	2,1%	2,0%
Крымский ФО	15	36	0,9%	1,3%	1,1%
Всего в России	1204	4021	100%	100%	100%

Источники: Невафильм Research, Rentrak

136 залов в 51 кинотеатре. Рост регионально-го рынка кинопоказа в 2015 году составил 5% против 10% в 2014 году, при этом рост числа кинозалов в ТРЦ – 9%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРК достигла 61,9% (на 2,3 п. п., чем годом ранее).

Кроме того, в регионах в 2015 году управляющие компании сменились у 30 кинотеатров (48 залов). Все чаще площадки, не интересные одним сетям, переходят в руки других; причем это не только смена управляющих компаний, но часто и владельцев, что случается также из-за экономических проблем у бывших хозяев, вынужденных или предпочитающих продать объект кинопоказа.

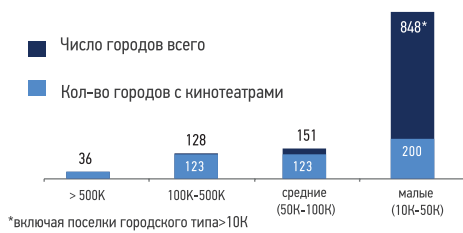
Вытеснив с лидирующей позиции «Киномакс», крупнейшей региональной сетью стал «Синема парк», открывший три кинотеатра (десятизальный в Красноярске и по восьмизалнику в Саратове и Ставрополе). На второе место поднялся «Премьер-зал», который запустил девятизальный «Пассаж синема» в Екатеринбурге. Значительно улучшил свои позиции «Мираж синема», заняв 8 позицию, тогда как в 2015 он был всего лишь на 14 месте. Такой скачок произошел благодаря открытию двух семизалников в Архангельске и Смоленске.

© 2016, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
По вопросу приобретения полной версии исследования обращайтесь в аналитический отдел компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru, (812) 449-70-70, доб. 240

КИНОФИКАЦИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ГОРОДОВ: ОТ СТИХИИ РЫНКА К СИСТЕМНЫМ РЕШЕНИЯМ

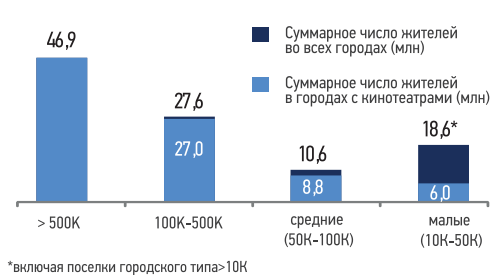
Продолжение. Начало на стр. 1

Обеспеченность городов кинопоказом на 01.01.2016 по количеству городов в сегментах (группировка городов по количеству жителей)

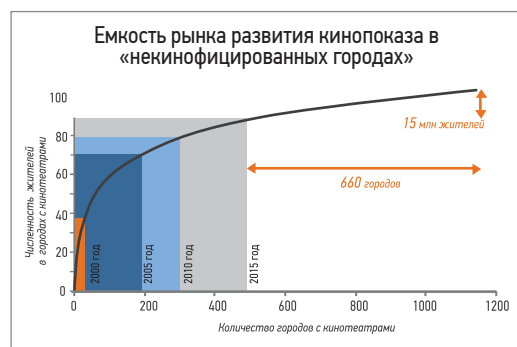


Сегодня в стране кинофицировано 482 города с населением более 10 тыс. жителей. Только каждый пятый малый город имеет как минимум один современный кинотеатр. Конечно, есть и исключения: среди населенных пунктов с числом жителей менее 10 тыс. 35 являются кинофицированными.

Обеспеченность городов кинопоказом по суммарному количеству жителей городов в сегменте (группировка городов по количеству жителей)



При этом кажется, что потенциал развития рынка в малых городах огромен: практически 660 населенных пунктов могут быть кинофицированы. Однако давайте посмотрим на эту статистику под другим углом. Сегодня в стране 85% населения, проживающего в населенных пунктах с числом жителей более 10 тыс., обеспечены хотя бы одним кинотеатром. Это почти 87 млн человек. Не охвачены современным кинопоказом в населенных пунктах с более чем 10 тыс. жителей всего около 15 млн россиян.



Кинофикация еще более 660 населенных пунктов даст прирост жителей, охваченных кинопоказом, на 15%. Но если говорить о коммерческом эффекте, то рост посещаемости и кассовых сборов, по нашим оценкам, составит не более 4–5%, поскольку для малых городов характерно низкое ки-

нопотребление – на уровне 0,5–1,5 посещения на одного жителя в год. В то время как в крупных городах этот показатель составляет в среднем 3–5 посещений. Таким образом, к примеру, реализация первого этапа программы Министерства культуры и Фонда кино по субсидированию 143 кинозалов даст прирост в 4%, а рост посещаемости составит всего около 0,5%.

Поэтому я убежден, что реализация программ кинофикации в малых и средних городах – это не вопрос бизнеса и коммерческих проектов (задача бизнеса в другом: найти ответ на вопрос, почему почти 60 млн жителей в городах, где есть кинотеатры, не посещают их), это реализация социальной функции государства. И без широкой господдержки подобная программа нереализуема.

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ МАЛЫХ ГОРОДОВ

Очевидно, что социально-экономические особенности малых и средних городов существенно отличаются от условий мегаполисов. Это и более низкие доходы населения, и отсутствие активной

аудитории – студентов высших и средних учебных заведений. Благодаря широкомасштабному развитию Сети жители малых и средних городов активно потребляют кино в Интернете. И речь не о пиратском просмотре – сегодня предложение и легальных сервисов достаточно привлекательно. Жителям таких городов свойствен высокий уровень телепотребления, благо развитие технологий и появление дешевых телевизоров на фоне потребительского и кредитного бума предыдущих лет этому активно способствует.

Необходимо отметить, что сам по себе кинопоказ – вовсе не основная услуга Домов культуры. И так было всегда. Кинозал используется для проведения концертов, репетиций, для других мероприятий. В лучшем случае можно говорить об одном, максимум двух вечерних киносеансах. Но в малых и средних городах 8 часов вечера – это уже довольно позднее время, обусловленное ранним подъемом. Кинотеатры в подобных населенных пунктах работают в выходные дни буквально несколькими сеансами. Я имею в виду реальные сеансы, а не отчеты для дистрибьюторов.

В малых городах развита система бесплатных кинопосещений (не только детьми,

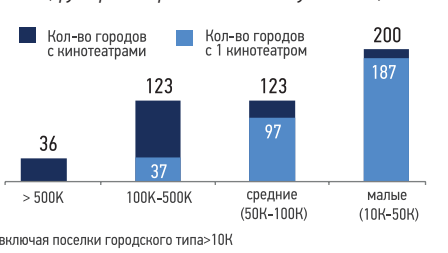
но и взрослыми – благодаря активно применяемой в некоторых субъектах страны системе муниципального государственного заказа на кинообслуживание населения).

Поэтому повторяю: кинофикация в малых и средних городах – это социальная функция государства. И здесь можно только приветствовать инициативу Министерства культуры и Фонда кино по выделению субсидий на оборудование кинотеатров в малых и средних городах. Важна, однако, не только финансовая поддержка, но и определенный режим благоприятствования для развития кинопоказа.

Если посмотреть на статистику, то станет очевидно, что подавляющее большинство малых и средних кинофицированных городов – с одним кинотеатром.

В подобных местах кинотеатры нужда-

Города с одним кинотеатром на 01.01.2016 (группировка городов по количеству жителей)



ются в особых, льготных условиях проката, поскольку сложившаяся система «дикого-капиталистической» дистрибуции в нашей стране убивает их. Поэтому я предлагаю установить ряд ограничений, направленных на поддержку кинопоказа в малых и средних городах:

- снижение прокатной платы до 25–30%;
- установление предельного размера минимальной гарантии на уровне, не превышающем вдвое стоимость доставки цифровой копии в кинотеатр (то есть не более 6000 рублей);
- запрет на установление минимального количества сеансов;
- запрет на «пакетное» программирование репертуара;
- запрет на отказ дистрибьютора в предоставлении фильма;
- запрет на отказ дистрибьютора в прокате фильма «первым экраном».

В первую очередь предлагаю установить эти правила проката фильмов в малых и средних городах и в городах с одним кинотеатром для фильмов, которым предоставляется безвозмездная финансовая поддержка из федерального бюджета. Затем эту практику можно распространить на все российские релизы, а впоследствии, применив механизмы саморегулирования

отрасли, – на все фильмы, выходящие в прокат.

Здесь нет никаких особых новаций. Даже в СССР в период планового хозяйствования применялись подобные методы поддержки кинопоказа в малых городах: серия постановлений Совета министров СССР (начиная с № 602 от 6 июня 1958 года) устанавливала не только правила выделения ссуд (кредитов) на строительство кинотеатров в малых городах, но и, например, снижение налога на кино на период возврата с 55% до 10%, а прокатные отчисления снижались с 20% до 5%. И это 1958 год, плановое хозяйство! Нам есть чему поучиться у истории.

О СИСТЕМНЫХ ПРОБЛЕМАХ И ИХ РЕШЕНИЯХ

Но надо взглянуть на отрасль в целом еще шире. Очевидно, что практика краткосрочного планирования ее убивает. Можно латать дыры, но нельзя говорить о развитии киноотрасли в стране, не имея долгосрочных горизонтов планирования. В идеале – на 10 лет вперед (или хотя бы на 5–6). Необходимо комплексное решение.

Уже понятно, что количество новых российских фильмов не переходит в качество. Сегодня кинотеатр, как и в 1990-е годы, стал практически единственным источником монетизации затрат на производство: нет телевизора, нет Интернета, нет DVD, потерян рынок Украины, слабо развиты рынки других стран СНГ. И только россий-

ские кинотеатры возвращают вложенные в производство фильма инвестиции.

Но кинотеатры не могут демонстрировать все, что снимается сегодня. Идут разговоры о необходимости определенных фильтров, – однако кто готов за это взяться? Кинотеатры вынуждены отказываться от львиной доли российских релизов из-за их низкого прокатного потенциала – и в результате заработали репутацию «врагов отечественных фильмов». Но ведь никто не отменял кассовых сборов и эффективного коммерческого проката. И тут нужны системные решения.

Запуская программу субсидирования кинопоказа в малых и средних городах, мы не заботимся о развитии инфраструктуры, которая в советские годы была представлена в каждом районе или области сетью кинопрокатных контор. Кто сегодня будет координировать прокат во всех этих Домах культуры? Решение ведь лежит не только в области цифровых технологий. У кинотеатров в малых городах нет ни компетенции, ни ресурсов для общения со всеми дистрибьюторами, да и последние явно не будут питать иллюзий по поводу потенциала подобных кинотеатров. Эти Дома культуры должны кооперироваться и координировать свою работу на уровне субъектов федерации. Да, в некоторых регионах местным властям удалось сохранить какие-то структуры и даже развить их деятельность. Например, в Краснодарском крае активно развивается «Кубань-

кино». В Петербурге – «Петербург-кино». При этом в Ленинградской области «Леноблкиновидеопрокат» свернул свою деятельность.

Научная составляющая в отрасли, к сожалению, практически уничтожена. Сегодня на НИОКР по линии ФЦП выделяется 10 млн рублей в год. Для сравнения: на проведение мероприятий Года российского кино будет выделено 1,5 млрд. Мы не можем найти средств даже на поддержку единственного отраслевого научно-технического журнала, который входит не только в список, рекомендованный ВАКом, но и в систему международного цитирования SCOPUS. Про «усыновление» НИКФИ лучше промолчать. Уверен, что он, как только будут реализованы его активы, канет в Лету.

Вы возразите – какая наука, какая кино-промышленность, какой НИОКР?

Хорошо, давайте рассмотрим ситуацию с другой точки зрения: Министерство культуры через Фонд кино выделило первым траншем 700 млн рублей на субсидирование закупок оборудования. Из этой суммы примерно 18% вернется в бюджет в виде НДС, еще 5–7% уйдут на услуги по доставке, монтажу оборудования и на торговые наценки. Но 75% средств, направленных из федерального бюджета на поддержку кинотеатров, уйдут за рубеж – производителям оборудования! Мы ведь практически ничего из этого не производим. Кого же мы тогда поддерживаем?

Каждый четвертый кинозал в стране оборудован НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

Зимой 2015–2016 годов специалисты компании «Невафильм» установили оборудование цифрового кинопоказа в 30 залах России, принадлежащих сетям «КАРО», «Киномакс», «Космик», «Мегаполис» и «Мираж سینема». Всего на 1 февраля 2016 года в России насчитывается 4014 цифровых залов, 24% из которых оснащены кинооборудованием при участии НЕВАФИЛЬМ CINEMAS. В ближайшее время лидерство компании в этой сфере будет укреплено благодаря уже заключенным договорам на поставку оборудования в многозальные кинотеатры Пскова, Ухты и Москвы, а также Азербайджана и Казахстана.

НЕВАФИЛЬМ RESEARCH выпустила отчет по аудиовизуальной индустрии РФ

В январе 2016 года вышло новое исследование Европейской аудиовизуальной обсерватории, подготовленное аналитическим отделом компании «Невафильм» и посвященное российскому телерынку и сервисам видео по запросу.



В отчете представлены обобщающие данные исследований, подготовленных по заказу ЕАО в предыдущие годы, а для описания ситуации 2014–2015 годов использованы данные «iKS-Consulting», «J'son & Partners Consulting», аналитического центра «Vi» и НЕВАФИЛЬМ RESEARCH. Ключевым элементом, положенным в основу описания игроков российского ТВ- и ВпЗ-рынка, стало обновление базы данных телевизионных и аудиовизуальных сервисов и компаний Европейской аудиовизуальной обсерватории MAVISE, которое провели аналитики «Невафильм».

Это исследование продолжает многолетнее сотрудничество с Европейской аудиовизуальной обсерваторией, начатое в 2009 году с исследования киноиндустрии Российской Федерации, и расширяет тематику совместных проектов «Невафильм» с ведущим европейским исследовательским институтом.

Новый отчет доступен бесплатно на сайте nevaфильм.рф.

Команда «Невафильм» стала лауреатом премии «БЛОКБАСТЕР-2015»



1 февраля 2016 года в банкетном зале отеля «Radisson Royal» прошла XIX Церемония вручения профессиональной премии «БЛОКБАСТЕР», учрежденной журналом «Кинобизнес сегодня». Мероприятие по традиции посетили руководители кинопрокатных и продюсерских компаний, крупнейших киносетей, руководители студий, а также представители деловой и финансовой элиты, имеющей отношение к кинобизнесу.

Престижной премии им. переводчика Алексея Михалева были удостоены специалисты НЕВАФИЛЬМ STUDIOS – дублированная нашей студией «Головоломка» собрала в прокате СНГ 1066,4 млн руб.

Инженерное образование – отдельная и довольно тяжелая тема для разговора. Например, мой проект ЧОУ ДПО «Высшая школа киноинженеров» запущен, активно развивается, и с осени мы примем первых студентов на обучение. 140 новых кинозалов в малых и средних городах по программе Фонда кино – это фактически 140 новых технических специалистов, которых нет сегодня на местах и которых надо обучить в короткие сроки.

Нет смысла говорить о значимости социологических исследований для внятного прогнозирования. Мы достоверно не знаем, кто является зрителями наших фильмов, почему они ходят или не ходят в кинотеатры, как и когда они в действительности смотрят фильмы – в кинотеатре, по телевизору, на компьютере, в социальных сетях или посредством легальных онлайн-сервисов...

Необходимо внимательнее посмотреть на статистику. Принятые Госкомстатом решения отменить форму К2-РИК и Н-10, которые должен заменить ЕАИС, на мой взгляд, преждевременны. ЕАИС сегодня, например, не учитывает бесплатные сеансы, проведение фестивалей, детских киномероприятий и т. д. И еще: вопрос о том, в каком разрезе статистика будет доступна как для регионов, так и для исследователей, до сих пор остается открытым.

Вот, кстати, показательный пример короткого планирования. Как Фонд кино может в долгосрочной перспективе развивать систему ЕАИС, если он должен ежегодно (!) участвовать в конкурсе на право быть ее оператором?

Надо системно посмотреть и на саму концепцию кинофикации малых городов. Возможно, гораздо эффективнее для подобных населенных пунктов (скажем, менее 20 тыс. жителей) использовать технологии трансляции фильмов. Например, через одного из операторов спутникового телевидения запустить закрытый зашифрованный канал в формате даже не HD, а в UltraHD – и выводить трансляцию фильмов прямо на экраны Домов культуры. Муниципалитеты же станут оплачивать доступ. В принимающей приставке в сигнал вкрапливаются «водяные знаки» – с целью идентификации точки, где может быть снята пиратская копия. Технически здесь нет никаких преград. А затраты здесь существенно ниже, чем при разворачивании полноценной системы цифрового кинопоказа.

Важно не только поддерживать кинотеатры из федерального центра, но и вовлекать муниципальные власти, власти субъектов. Вот вам пример – пожалуй, лучшая на сегодня практика, целевая программа Краснодарского края по кинофикации малых и средних населенных пунктов Кубани. Программа практически выполнена, результаты более чем очевидны. Но это возможно только в связке с муниципальными органами управления, с их непосредственным вовлечением в подобные проекты.

В целом же – без центра принятия решений, без единого центра координации у нас нет серьезных шансов на системное развитие. И таким центром должен стать Фонд кино, обладающий гибкими возможностями и способный взять на себя такие полномочия как планирование бюджетов и установле-

ние возрастных ограничений, при этом прокатные удостоверения, ставшие уже пережитком прошлого, можно вообще передать Роскомнадзору.

Итак, вопрос кинофикации в малых и средних городах сегодня должен стать частью продуманной и ясной системы, где:

- развитие кинопоказа в малых городах является социальной функцией государства;
- финансовая поддержка осуществляется из федерального бюджета, но с привлечением муниципальных и, возможно, частных инвестиций;
- кинотеатрам в малых городах и в городах с одним кинотеатром обеспечиваются льготные условия проката, обязательные для выполнения продюсерами отечественных фильмов, получивших поддержку государства, а также для представляющих их дистрибьюторов;
- региональные центры вовлекаются в управление площадками в малых городах и повышают компетенции их управленческого и технического персонала;
- ведется развитие науки и отечественных кинотехнологий, включая разработку дешевых способов доставки контента;
- вкладываются средства в исследования рынка, обеспечивается прозрачность, всеобъемлемость и доступность киностатистики;
- наконец, разрабатывается комплексное системное решение для развития отрасли с далеким горизонтом планирования и единым центром управления.

© 2015, Олег Березин

Смешарики едут на «Берлинале»

В тон-студии «Невафильм» завершили работы по сведению звука и цифровому мастерингу нового мультипликационного фильма компании «Riki Productions» – «Смешарики. Легенда о золотом драконе». Специалисты НЕВАФИЛЬМ STUDIOS и DIGITAL подготовили прокатную и международную версии картины: вторая полнометражная лента про забавных круглых зверушек будет представлена в рамках рыночных показов российских фильмов на EFM, который проходит одновременно с 66-м Берлинским кинофестивалем. Сотрудничество «Riki Productions» и компании «Невафильм» длится уже много лет – НЕВАФИЛЬМ STUDIOS также принимала участие в производстве первого полнометражного проекта «Смешарики. Начало».



Музыкально-музейная весна НЕВАФИЛЬМ EMOTION



Весной 2016 года на киноэкраны выходит легендарный концерт группы «Queen» 1975 года – «Live in Bohemia». Концерту предшествуют 25 минут не издававшихся прежде документальных материалов, рассказывающих о подготовке и проведении этого яркого и зрелищного мероприятия. Концерты «Queen» в кинотеатрах традиционно пользуются успехом: в 2014–2015 годах на экраны выходили «Queen. Live in Budapest 1986» и «Queen: Rock Montreal '81» – они собирали полные залы, принесли кинотеатрам свыше 45 тыс. руб. на один сеанс. Новый отреставрированный концерт бессмертной рок-группы выходит также в формате Dolby Atmos, продолжая опыт одного из самых успешных проектов «Невафильм» – «Roger Waters. The Wall».

Любителей более спокойных культурных мероприятий порадует очередной музейный проект, на сей раз посвященный великому Леонардо да Винчи. Фильм «Леонардо. История уникальной выставки» рассказывает о самом ярком событии в музейной практике за последнюю четверть века, организованном в Европе в 2015 году. Выставка объединила все сохранившиеся работы великого гения эпохи Возрождения: живопись, графику, скульптуру и литературу. Это уже четвертый музейный проект НЕВАФИЛЬМ EMOTION: «Викинги» и «Помпеи» Британского музея, а также 3D-фильмы «Музеи Ватикана» и «Флоренция и Галерея Уффици» вызвали неподдельный интерес российских зрителей, которые принесли в кассы кинотеатров почти 7 млн руб.



НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЗИМА 2015–2016 ГОДОВ

текст: **Ксения Леонтьева**
(при участии Данила Князева
и Тимофея Журавского)

Ситуация на российском рынке кинопоказа с каждым годом все больше обостряется. Посещаемость в стране стагнирует, при этом киносети отдельных городов продолжают расширяться. Это сказывается на среднем числе продаваемых билетов в отдельно взятом кинозале – даже в праздничные дни. Подобные процессы, разумеется, отражаются на настроениях операторов, что подтвердил наш очередной опрос 57 кинопоказчиков (представителей 18 федеральных, 8 региональных, 6 местных киносетей и 25 независимых кинотеатров).

ИНДЕКСЫ НАСТРОЕНИЯ И ПОСЕЩАЕМОСТИ НА ЗАЛ

По результатам зимнего опроса, подавляющее большинство респондентов сочли посещаемость минувшего сезона удовлетворительной (75%); 11% назвали ее плохой; положительную оценку дали 14%. Такое удивительное единодушие в нейтральных оценках не наблюдалось в ходе наших опросов прежде. В итоге показатель бизнес-ситуации составил 3,5%, что значительно хуже традиционно высоких оценок зимних сезонов прошлых лет (53,6% в феврале 2015-го и 60% в феврале 2014-го).

По данным ЕАИС, первая неделя 2016 года продемонстрировала падение кинопосещаемости на 30% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Опрошенные нами кинопоказчики (93% из них) также заметили данное ухудшение ситуации.

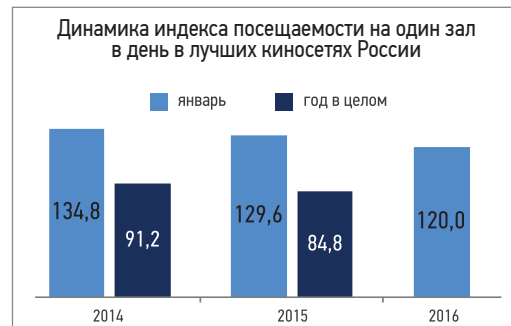
Свидетельствует об этом и индекс посещаемости на один зал в день в лучших киносетях России.¹ Январские показатели уменьшаются с каждым годом: если в первый месяц 2014 года индекс достиг 135 пунктов, а в 2015-м – 130, то в 2016-м он опустился уже до 120.

Среди причин падения посещаемости в новогодние каникулы опрошенные нами представители кинотеатров в первую очередь называли более слабый репертуар нынешнего января (84%), а также «засилье отечественных релизов» и длинный хронометраж фильмов, сокращающий возможное число ежедневных сеансов. В то же время более половины опрошенных винят экономический кризис, который все острее ощущается зрителями (так, в некоторых регионах сокращается режим работы основных предприятий; соответственно, уменьшаются доходы работников). Отмечают кинопоказчики и открытие конкурентов, отбирающих у них зрителя. Любопытно, что кризисные явления в меньшей степени были отмечены независимыми кинотеатрами, а на неблагоприятную для похода в кино погоду обратили внимание лишь федеральные сети.

Динамика годовых значений RBEI свидетельствует, что положение каждого отдельного кинозала продолжает ухудшаться. При этом в 2015 году кинопоказчики

¹ Индекс посещаемости в лучших киносетях России – RBEI – разработан Невафильм Research и основан на статистике посещений в семи федеральных сетях, охватывающих более тысячи залов. Он демонстрирует уровень средней посещаемости на зал в день в текущем месяце относительно среднего числа зрителей на зал в 2013 году (принятому за 100 пунктов). Ежемесячную динамику RBEI можно получать, подписавшись на информационное издание Невафильм Research и журнала «Кинобизнес сегодня» «Cinema market».

начали ощущать давление экономических проблем на аудиторию, поскольку вклад в снижение индекса посещаемости на зал со стороны усиливающейся конкуренции между площадками сокращается: в 2014 году киносеть выросла на 369 залов (10,7%), а в 2015-м – на 204 зала (5,3%), тогда как падение RBEI в 2014-м не соответствовало росту рынка (на 8,8%), а в 2015-м стало больше него (на 7%).



Не ждут повышения посещаемости весной 26% опрошенных нами кинопоказчиков; 32% все же рассчитывают на ее рост; однако большинство респондентов занимают нейтральную позицию – 42% полагают, что по отношению к зимнему сезону посещаемость весной не изменится. Показатель бизнес-ожиданий достиг уровня в 5,3% и (хотя это немного) по крайней мере остался на отметке выше нуля (год назад ожидания ушли в минус – -5,4%).

Таким образом, индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа зимой 2015–2016 годов достиг:

Business Climate Index = 4,4

В Москве прошла конференция Европейской аудиовизуальной обсерватории



27 января 2016 года в рамках 18-й Международной выставки и форума

«CSTB. TELECOM&MEDIA'2016» состоялась конференция «Международный рынок для телевизионных сервисов?», организованная Европейской аудиовизуальной обсерваторией и аналитическим отделом компании «Невафильм».

На мероприятии была представлена база данных телеканалов и сервисов видео по запросу mavise.obs.coe.int, которая теперь, благодаря сотрудничеству ЕАО и НЕВАФИЛЬМ RESEARCH, покрывает и Россию. Это уникальный источник данных, позволяющий по названию телеканала или сервиса проверить его тематику, язык и территорию вещания, компанию-владельца и получить много другой полезной информации. Подобной полной базы данных по аудиовизуальным сервисам в России до сих пор не существовало.

В ходе конференции глава Департамента информации по рынкам и финансированию ЕАО Жиль Фонтэн представил обзор тенденций развития телеканалов и видеосервисов в Европе, а Майя Капелло, руководитель Департамента юридической информации, рассказала о юридических аспектах телевидения и распространения сервисов ВпЗ на европейском рынке. Презентации докладчиков доступны на сайте nevaфильм.рф.

Во второй части семинара состоялась дискуссия с участием представителей российских телекомпаний, работающих в Европе: своим опытом с присутствующими поделились Александр Бем (телеканалы «Твой» и «TVRUS»), Герасим Гадиян (проект «ViNTERA.TV» и сети HDTV и 3DTV-каналов «HD Media»), а также Александр Архаров (телеканал «Точка ТВ»).

Это одно из самых низких зимних значений за все время мониторинга: ниже оно опускалось только в феврале 2009 года (тогда индекс составил -5,8), что, однако, не свидетельствует о схожести оценок ситуации кинопоказчиками в кризисные годы. Если тогда это значение складывалось из достаточно высокой бизнес-ситуации (48%) и противоположных ей бизнес-ожиданий (-48%), то сейчас бросается в глаза апатия кинопоказчиков: почти все из них считают, что сезон прошел на «троечку», и большинство радуется сохранению этого статус-кво.

ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

2016 год объявлен в России Годом кино. При этом в последнее время доля отечественных фильмов в прокате не растет, находясь на уровне около 18% посещений. В связи с этим мы спросили у респондентов: как, по их мнению, может измениться эта доля в связи с проведением Года кино? Отрадно, что 60% опрошенных уверены, что посещаемость увеличится; четверть не верит в какие-либо изменения; и лишь трое респондентов полагают, что зрители станут меньше интересоваться отечественными картинами. В то же время кинопоказчики, верящие в успех российских фильмов в 2016-м, дополняли свои ответы той оговоркой, что в прокат должно выйти много масштабных проектов, даты релиза которых планировались задолго до объявления 2016-го Годом кино, и добавляли, что без серьезной рекламной кампании добиться экстраординарных результатов вряд ли удастся.

Сами кинопоказчики при этом в подавляющем большинстве (74%) планируют проведение специальных мероприятий, пропагандирующих Год кино в России, причем наиболее активными оказались независимые кинотеатры и федеральные сети.

Самым популярным способом отметить

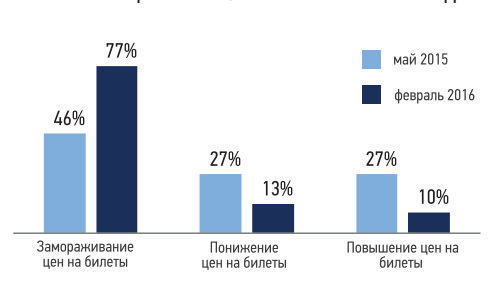


Год кино стала организация фестивалей, ретроспектив или спецпоказов отечественных фильмов (это собирается делать почти половина опрошенных); на втором месте – увеличение доли сеансов наших картин (это, вероятно, также связано с подписанным в конце 2015 года соглашением ряда киносетей и Фонда кино о введении минимального числа российских показов на уровне 20%). Менее популярными оказались такие меры, как скидки на сеансы отечественных фильмов, инвестирование в местное кинопроизводство и иные мероприятия (например, организация киноуроков для школьников или проведение видеомостов с российскими актерами). При этом многие начали демонстрировать специальные ролики перед сеанса-

ми, информирующие зрителей об отечественных картинах.

Другой актуальной темой остаются кризисные явления в российской экономике, на фоне которых все большее значение приобретает ценовая политика кинотеатров. Весной 2015 года мы уже спрашивали кинопоказчиков о том, какой стратегии они придерживаются, и сейчас аналогичный вопрос был повторен. Занятым результатом оказалось то, что сторонников активных действий в сторону повышения или понижения цен к февралю 2016 года в России стало меньше – подавляющее большинство в текущих экономических условиях предпочло заморозить их в надежде на то, что это поможет если не привлечь, то хотя бы не отпугнуть зрителей. Любопытно, однако, что федеральные сети (как весной 2015-го, так и сейчас) более склонны к снижению цен на билеты, а независимые кинотеатры – к повышению.

Изменение ценовой политики в 2015 и 2016 годах



Планируемые мероприятия в Год кино



© 2016, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте www.nevafilm.ru
Ежемесячная динамика RBEI доступна по подписке «Cinema Market»



STUDIOS

- тондустии 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
Олег Березин,
Татьяна Горская,
Ксения Леонтьева

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.
© 2016, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм».