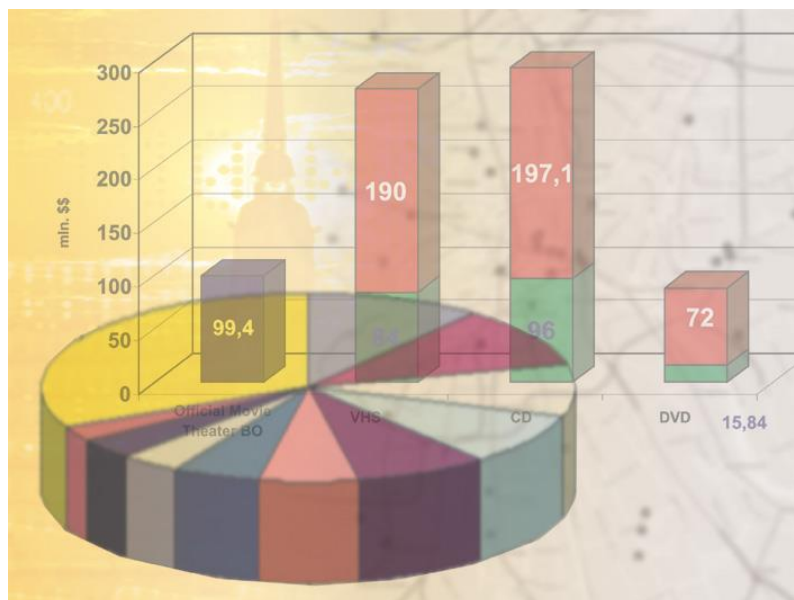


НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™
ЗАО «Невафильм»
199397, Санкт-Петербург,
ул. Кораблестроителей 33/26
т. (812) 449 7070, ф. 352 6969
<http://www.nevafilm.ru>

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2008 ГОДА

*Олег Березин, генеральный директор Компании «Невафильм»,
Ксения Леонтьева, ведущий аналитик НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™*



Этот обзор был подготовлен Невафильм Research™ исключительно в целях информации. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена из источников, которые, по мнению Невафильм Research™, являются надежными. Однако Невафильм Research™ не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. Все мнения и оценки, содержащиеся в данном обзоре, отражают мнение авторов на момент публикации и могут быть изменены без предупреждения.

Невафильм Research™ не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не могут распространяться без письменного разрешения Невафильм Research™, либо тиражироваться любыми способами.

Компания «Невафильм»

Компания «Невафильм» включает в себя следующие подразделения:

НЕВАФИЛЬМ *CINEMAS*[™]

- Решения для цифровых и 35-мм кинотеатров;
- Поставка оборудования для кинотеатров;
- Рабочее проектирование, монтаж, сервис.

НЕВАФИЛЬМ *STUDIOS*[™]

- Тонстудии в Санкт-Петербурге, Москве и Киеве;
- Дублирование на русский и украинский языки;
- Сведение и кодирование фонограмм Dolby[™].

НЕВАФИЛЬМ *DIGITAL*[™]

- Производство цифровых копий кинофильмов;
- Мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP;
- Управление ключами воспроизведения фильмов.

НЕВАФИЛЬМ *RESEARCH*[™]

- Аналитика рынка кинотеатров в России;
- Исследования конкурентной среды;
- Разработка концепции кинотеатров.

Содержание

Социально-экономический фон развития кинорынка	8
Экономика	8
Власть	11
Общая ситуация на кинорынке	14
Кинопроизводство	16
Кинопрокат	23
Прочие каналы дистрибьюции кинофильмов	32
Современный рынок кинопоказа	38
Операторы кинотеатров и управляющие компании ТРК	43
Цифровой кинопоказ	46
Репертуарная политика кинотеатров	53
Киносети	56
Рынок кинорекламы	61
Кинобары	63
Рынок кинопоказа Московского региона	66
Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга	69
Карты кинотеатров крупных городов России (на 01.01.2009 г.):	
Москва, Санкт-Петербург, Казань, Екатеринбург, Новосибирск ..	73
Региональный рынок кинопоказа	78
Выводы 2008 года и тенденции на будущее	91
Прогноз развития кинорынка.....	94

Список диаграмм

Рисунок 1. Динамика кредитной ставки, индекса выпуска товаров и услуг и инвестиций в России в 2008 году.....	9
Рисунок 2. Динамика индекса РТС и инфляции в России в 2008 году	10
Рисунок 3. Динамика курсов валют и цен на нефть в 2008 году ...	10
Рисунок 4. Распределение кассовых сборов российского кинопроката по странам-производителям фильмов (2002–2008) ..	15
Рисунок 5. Выпуск фильмов различных стран-производителей и средний кассовый сбор одного кинофильма в 2008 году	16
Рисунок 6. Объемы государственной поддержки кинопроизводства	17
Рисунок 7. Котировки акций кинокомпаний vs Индекс Доу Джонса в 2008 году	21
Рисунок 8. Годовое падение курсов акций кинокомпаний в 2008 году на биржах в Нью-Йорке и Париже.....	22
Рисунок 9. Средняя структура кассовых сборов кинопроката СНГ (без учета Украины) по Топ 50 российским и голливудским фильмам (2005–2008 гг.)	24

Рисунок 10. Структура кассовых сборов кинопроката СНГ по Топ 50 российским фильмам (2004–2008 гг.)	24
Рисунок 11. Посещаемость, кассовые сборы и цена кинобилета в РФ (2004–2008) – по данным ЗАО «Бизнес Медиа»	29
Рисунок 12. Динамика кинопосещаемости на душу населения (раз в год)	29
Рисунок 13. Изменение цены кинобилета и посещаемости на 1 экран (2005–2008)	30
Рисунок 14. Посещаемость, кассовые сборы и цены кинобилета в рублевом эквиваленте по данным ООО «Метрополитен Эра» (2007–2008)	31
Рисунок 15. Соотношение кассовых сборов и ущерба от перетекания киноаудитории в Интернет	36
Рисунок 16. Объемы продаж лицензионного российского видеорынка (2001–2008)	37
Рисунок 17. Еженедельные объемы продаж лицензионного российского видеорынка в 2007 и 2008 гг.	37
Рисунок 18. Современные кинотеатры России (по данным на 31.12.2008)	38
Рисунок 19. Динамика появления новых городов на кинокарте России (2004–2008)	40
Рисунок 20. Кинотеатры и залы в ТРЦ (по данным на 31.12.2008)	42
Рисунок 21. Мультиплексы (8+ залов) в России (по данным на 31.12.2008)	42
Рисунок 22. Распределение цифровых кинотеатров и залов по операторам кинопоказа в России (по данным на 31.12.2008)	47
Рисунок 23. Рейтинг оборудования цифрового кинопоказа и его интеграторов в коммерческих кинотеатрах РФ (на 31.12.2008)	48
Рисунок 24. Цифровые релизы в России 2006–2008	49
Рисунок 25. Средняя цена предложения на фильмы в формате 3D в российском прокате (vs 35 мм)	50
Рисунок 26. Поквартальная динамика открытия новых цифровых кинозалов в России	51
Рисунок 27. Средненедельное количество фильмов на афише российских кинотеатров (апрель–май 2008 г.)	53
Рисунок 28. Среднее распределение числа сеансов фильмов в репертуаре российских кинотеатров в течение недели, ранжированное по дате релиза	54
Рисунок 29. Среднее число копий фильмов, приходящееся на один современный российский кинозал в год	54
Рисунок 30. Средний кассовый сбор на одну копию (2004–2008)	55
Рисунок 31. Распределение открытий кинозалов по сетям	59
Рисунок 32. Распределение открытий кинозалов по городам	60

Рисунок 33. Динамика индекса среднего объема продаж кинобара в кинотеатрах России (100%=2005 год)	65
Рисунок 34. Прогноз числа современных кинотеатров в России (2009–2011)	95
Рисунок 35. Прогноз развития рынка кинопоказа в России (2009–2011)	95

Список таблиц

Таблица 1. Ключевые экономические индикаторы 2007/2008	8
Таблица 2. Выпуск кинопродукции с государственным финансированием	17
Таблица 3. Динамика показателей работы киносети РФ, 2004–2008	28
Таблица 4. Сравнение аудиторий участников рынка киноконтента в Интернете по кол-ву пользователей (по данным ООО «Видео 24)	35
Таблица 5. Фрагментация рынка кинопоказа России (на 31 декабря 2008 года)	38
Таблица 6. Распределение современных кинотеатров России в целом по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)	39
Таблица 7. Обеспеченность населения РФ современными кинозалами (на 31 декабря 2008 года)	40
Таблица 8. ТОП 10 крупнейших операторов сетей кинотеатров России на 31.12.2008.....	56
Таблица 9. Уровень концентрации рынка кинопоказа, рассчитанный по числу кинопосещений, в Европе (2007 г.)* и в России (2008 г.)	58
Таблица 10. Московский регион: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)	68
Таблица 11. Распределение современных кинотеатров Московского региона по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)	69
Таблица 12. Санкт-Петербург: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)	71
Таблица 13. Распределение современных кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 31 декабря 2008 года.....	71
Таблица 14. Рейтинг городов-миллионников по количеству современных кинозалов на 100 тыс. жит. на 31 декабря 2008 года (Московский регион = 100%)	72
Таблица 15. ТОП 10. Крупнейшие <i>региональные</i> операторы сетей кинотеатров России (за пределами МР и СПб) на 31 декабря 2008 года (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	78
Таблица 16. Распределение современных <i>региональных</i> кинотеатров России по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)	79

Таблица 17. Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России (на 31 декабря 2008 года)	80
Таблица 18. TOP 20. Рейтинг регионов России по количеству кинозалов (на 31 декабря 2008 года)	84
Таблица 19. TOP 10. Рейтинг городов России по количеству кинозалов (на 31 декабря 2008 года)	88

Прошедший год оказался весьма богат на события как в политической и экономической жизни страны, так и в сфере отечественного кинематографа – от кинопроизводства и государственного управления до кинопроката и кинопоказа. Несмотря на кризисные явления в российской экономике, отечественный кинорынок, в отличие от кинопроизводственной сферы, почти весь год не только не ощущал проблем, но даже напротив – бил все рекорды: за огромными сборами «Иронии судьбы. Продолжение» и «Самого лучшего фильма» последовала небывалая летняя череда блокбастеров и ноябрьские релизы «Адмирала» и «Мадагаскара-2». Однако уже в декабре, по подсчетам журнала «Кинобизнес сегодня», кинокасса составила \$35,3 млн, что не только втрое ниже ноября 2008-го, но и на 35% меньше по сравнению с декабрем 2007 года.

Тем не менее отечественные кинопоказчики пока не склонны к пессимизму, а рост кинорынка в стране продолжается.

Социально-экономический фон развития кинорынка

Экономика

По итогам 2008 года состояние российской экономики, согласно данным Росстата, Банка России и Министерства экономики и развития Российской Федерации, характеризуется следующими параметрами:

Таблица 1. Ключевые экономические индикаторы 2007/2008

Показатели	2007	2008
Валовой национальный продукт*	108,1	105,6
Индекс промышленного производства*	106,3	102,1
Индекс сельскохозяйственного производства*	103,4	110,8
Грузооборот транспорта*	102,4	100,6
Инвестиции в основной капитал*	121,1	109,1
Розничный товарооборот*	116,1	113,0
Инфляция*	111,9	113,3
Реальный располагаемый денежный доход*	112,1	102,7
Общая численность безработных (% от экономически активного населения)	4,6	7,7
Экспорт (млн \$)	355,5	442,7
Импорт (млн \$)	223,4	268,0
Официальный курс доллара на конец периода (рублей за доллар)	24,55	29,38

**(в процентах к предыдущему году)*

Приведенные данные свидетельствуют об ухудшении экономической ситуации в стране: снижаются объемы инвестиций в основной капитал, растут инфляция и безработица, замедляется рост доходов граждан и промышленного производства, девальвируется национальная валюта.

При этом анализ месячной динамики большинства основных показателей, характеризующих состояние российской экономики (таких, как номинальная кредитная ставка, индекс выпуска товаров и услуг, инвестиции в основной капитал, индекс РТС, инфляция потребительских цен, курс доллара США и евро и цена на нефть), свидетельствует, что признаки кризиса проявились уже в середине 2008 года. Главными предзнаменованиями

долгосрочных негативных тенденций в экономике стали рост кредитной ставки и падение котировок ценных бумаг на российских биржах, наметившиеся уже в мае. Ухудшение условий кредитования повлекло за собой снижение объемов производства, а проблемы банковской сферы и снижение цены на нефть стали причинами дальнейшего падения индекса РТС, а также девальвации рубля – сначала относительно доллара, а затем и по отношению к евро. И даже снижение темпов роста индекса потребительских цен к концу года, вызванное сокращением денежной массы в стране, не могло компенсировать негативных тенденций, поскольку уровень инфляции остался высоким (13,3% по итогам года), а доходы граждан, ввиду остановок производства в стране, задержек заработной платы и начала массовых увольнений работников, стали сокращаться.

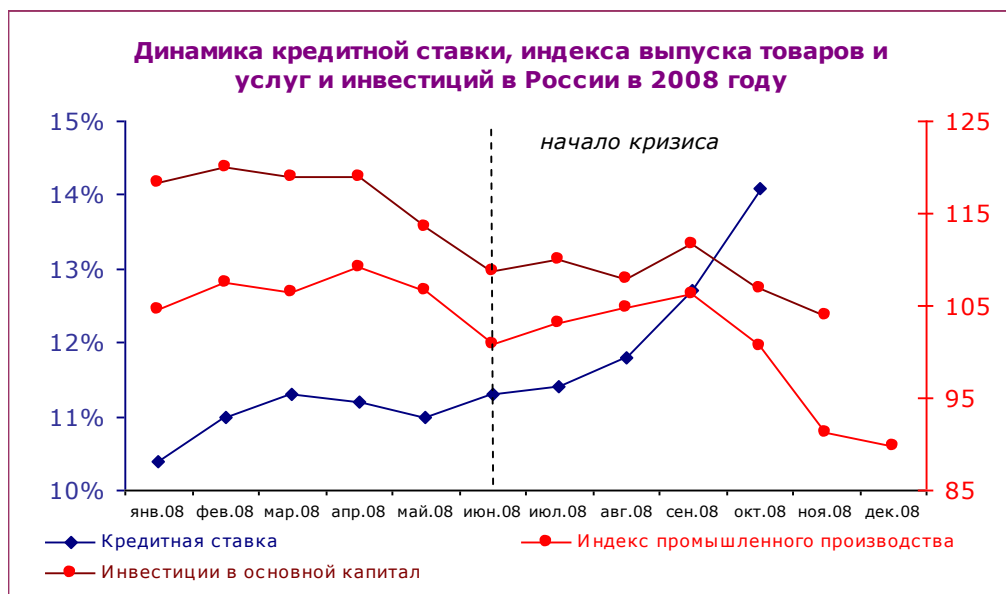


Рисунок 1. Динамика кредитной ставки, индекса выпуска товаров и услуг и инвестиций в России в 2008 году

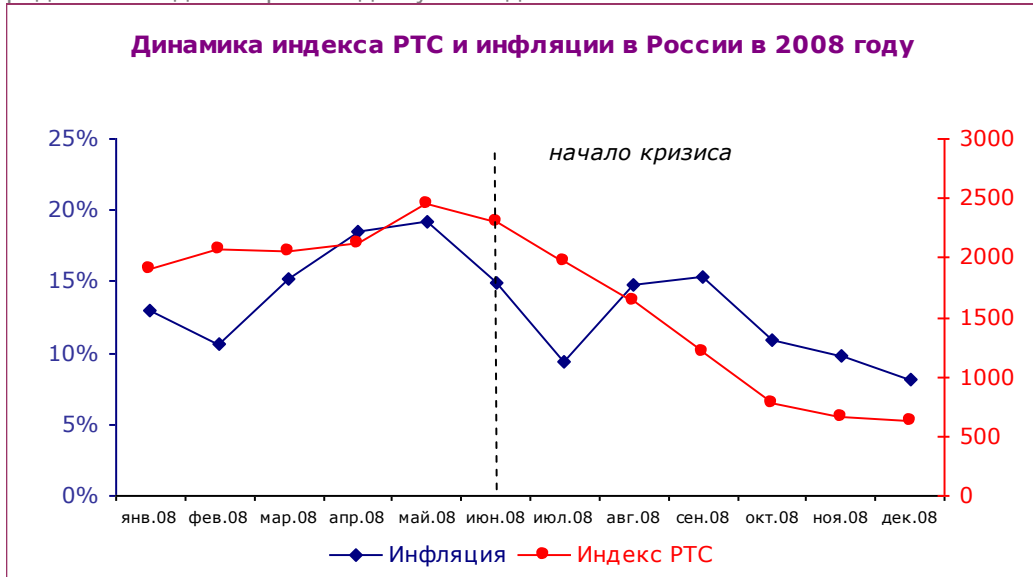


Рисунок 2. Динамика индекса РТС и инфляции в России в 2008 году

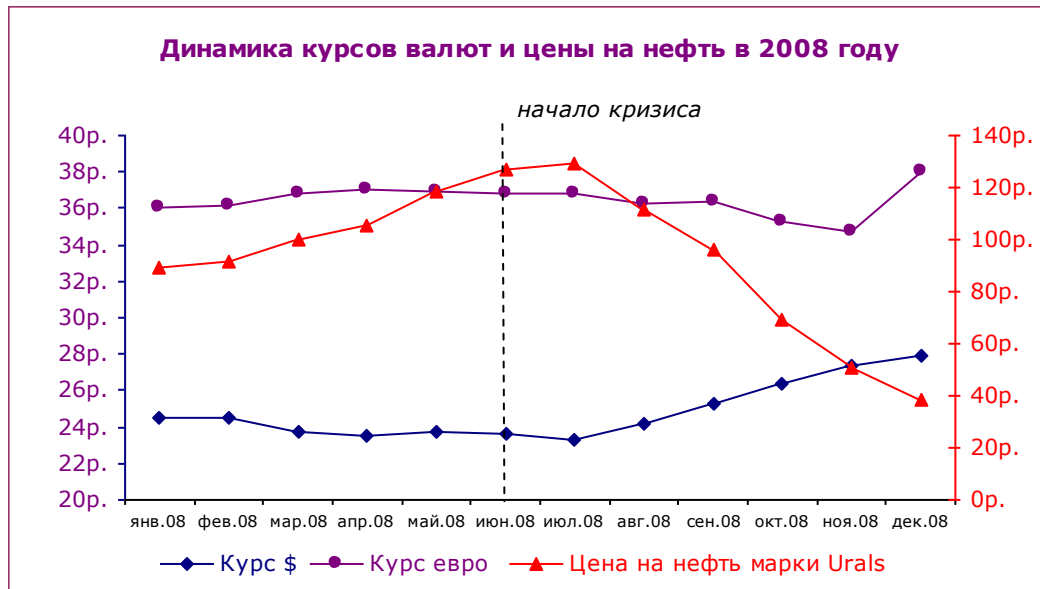


Рисунок 3. Динамика курсов валют и цен на нефть в 2008 году

С обострением кризиса в III–IV кварталах 2008 года на российском рынке кинопоказа стали очевидными проблемы кредитного финансирования новых проектов торгово-развлекательных центров, строительство которых было приостановлено; отдельные операторы киносетей, стратегия развития которых базировалась на привлечении заемных средств для открытия новых киноплощадок, также были вынуждены отодвинуть сроки запуска новых площадок на неопределенное время или вовсе отказаться от планов по расширению сети. К

осени в России практически полностью остановились процессы кинопроизводства – по причине нехватки инвестиций.

В то же время многие владельцы кинотеатров (после начала спада посещаемости кинозалов, наступившего вслед за внушающими оптимизм сборами «Мадагаскара-2») задумались о необходимости «переосмысления» своих методов ведения бизнеса. Теперь операторы киносетей обращают внимание прежде всего на интенсивные направления развития, а не на экстенсивные (направленные на «захват» новых территорий), как прежде.

Однако обо всем по порядку.

Власть

После выборов и инаугурации нового Президента Российской Федерации Дмитрия Медведева в мае 2008-го и назначения премьер-министром страны Владимира Путина был назначен на должность министра культуры Александр Авдеев и проведена реформа государственного управления кинематографией. Деятельность Федерального агентства по культуре и кинематографии была приостановлена, и вместо него в июле 2008 года создан Департамент кинематографии при Министерстве культуры.

Новое правительство признает приоритетным направлением государственной поддержки стопроцентное финансирование национальных проектов особого значения (патриотических и нравственного воспитания): на производство десятка таких фильмов предусматривается ежегодное выделение до 2 млрд руб., столько же планируется выделять на прочие кинокартины, проходящие по конкурсу.

В сентябре намеченные задачи были воплощены в виде новой схемы финансирования отрасли, предусмотренной в трехлетнем

бюджете страны. Помимо поддержки национальных кинопроектов в бюджете запланирована поддержка крупных продюсерских компаний, субсидирование экспериментальных, дебютных, документальных и анимационных фильмов и прочих художественных кинокартин на конкурсной основе. Главным новшеством стала возможность компенсации части расходов на продвижение кинофильмов, собравших в прокате более 1 млн зрителей (до 300 млн руб.), но не более 10% от кассовых сборов фильма.

В связи с планами поддержки отечественного кинопроизводства обострилась актуальность проблемы государственной статистики в сфере кинопроката, которая бы позволила объективно оценивать результаты кассовых сборов и число посещений фильмов в отечественном прокате, что заставило Правительство РФ форсировать введение системы единой отчетности в кинопоказе: в 2008 году началась активная работа над т. н. Единой автоматизированной информационной системой учета показа фильмов в кинозалах (ЕАИСУПФК), внедрение которой ожидается во второй половине 2009-го.

Еще одним вопросом, появившимся на повестке дня в государственных органах управления кинематографией, стала необходимость перевода на цифровой кинопоказ отечественных кинотеатров. Предполагается, что федеральная целевая программа по внедрению цифрового кинопоказа, прежде всего в малых городах России, будет воплощаться в 2010–2015 гг. Впрочем, до сих пор не существует ясного представления о том, будет это сеть современного цифрового кинопоказа или электронного...

Каковы же оказались итоги деятельности государственных органов управления кинематографией в 2008 году?

- в результате всех преобразований во властных структурах было на длительный срок приостановлено финансирование текущих проектов, а летом прекратился процесс проведения конкурсов на выделение средств на кинопроизводство и поддержку в прокате, что «подлило масла в огонь» приближающегося кризиса, в результате которого уже осенью было заморожено производство множества отечественных фильмов и телесериалов;

- реанимация проекта «единого электронного кинобилета» вызвала волну дискуссий в среде профессионалов: если кинопродюсеры и дистрибьюторы единодушно высказались за введение подобной системы, то многие кинопоказчики оказались не готовы к этому; и причина кроется не столько в нежелании обнародовать информацию, сколько в неясности предлагаемой системы. Споры вызвало все: от того, что подразумевается под аббревиатурой ЕЭБ (многие видели в этом подобие электронного авиабилета, а не систему сбора статистических данных), до того, какое будет использоваться оборудование и не придется ли киносетям, уже имеющим эффективно работающие системы сбора отчетности, менять аппаратуру и приспособливаться к новым, возможно, не столь удобным системам. Обсуждению этих проблем был посвящен ряд профессиональных конференций, в результате которых точки зрения различных участников рынка были услышаны: было изменено название системы (ЕАИСУПФК) и отодвинуты сроки ее запуска. Любопытно, однако, что уже в начале февраля 2009 года было объявлено о выходе на российский рынок компании Rentrak Corporation, которая создала статистический центр на базе пейджинговой компании «Астра Пэйдж», осуществляющий сбор данных бокс-офиса каждого из фильмов всех студий-мейджоров, представленных в России.

Договора с Rentrak Corporation подписывают «Каро Премьер», «20 век Фокс-СНГ», «UPI», «Централ Партнершип» и другие. Очевидно, что российские кинодистрибьюторы, выбрав этот альтернативный вариант, получают единую аналитическую структуру и смогут сократить свои затраты на сборы данных, а также защитить *свои* интересы, а не только интересы государственных органов управления кинематографией;

- наконец, последствия повлекло за собой и решение властей о поддержке крупных кинопроектов и продюсерских компаний: на рынке начались слияния и объединения как среди независимых кинокомпаний (продюсерских или прокатных), так и в виде вертикальной интеграции кинопроизводителей и дистрибьюторов (в сентябре стало известно о создании нового предприятия на базе «Топ лайн групп», MB Productions и Arnold&Gregor Productions; уже в начале 2009-го об объединении в производственно-прокатный холдинг заявили студии RWS и «Пигмалион продакшн», в дальнейшие планы которых входит также приобретение сети кинотеатров). Таким образом, начались процессы консолидации и укрупнения предприятий в сфере кинематографии.

Общая ситуация на кинорынке

По данным ЗАО «Бизнес Медиа», касса кинопроката СНГ (за исключением Украины) в 2008 году составила \$830 млн, что выше уровня 2007 года на 47%. Оценка Невафильм Research, произведенная по данным крупнейших дистрибьюторов о доле РФ в кассовых сборах СНГ, свидетельствует о том, что объем *российского* рынка кинопроката в 2008 году составил около **\$800 млн**; количество проданных кинобилетов в стране равно **118,5 млн**.

В 2008-м кинопрокатном году на экраны было выпущено **355** кинофильмов (по данным ЗАО «Бизнес Медиа»); из них **82** отечественных, собравших на экранах СНГ **\$214,6 млн**, что составляет 25,9% от общей суммы валовых сборов 2008 года (напомним, что в 2007-м 85 российских фильмов собрали 26,1% кассы). После 2004 года российские блокбастеры потеснили на экранах голливудские фильмы, и теперь доля отечественных кинокартин в прокате СНГ остается стабильной – на уровне 26%. При этом, однако, киноленты студий-мейджоров демонстрируют в российском прокате гораздо лучшие результаты «средних сборов на один фильм», чем картины производства российских, европейских и независимых американских студий и студий других стран.

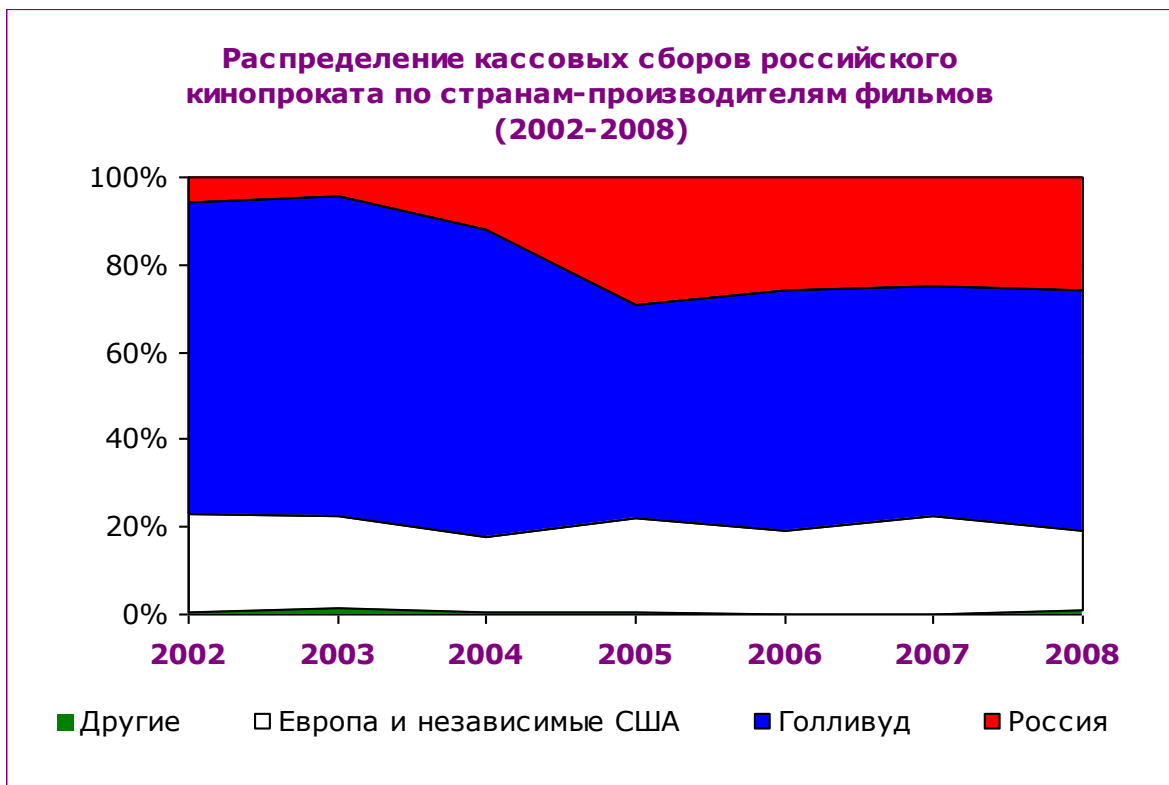


Рисунок 4. Распределение кассовых сборов российского кинопроката по странам-производителям фильмов (2002–2008)

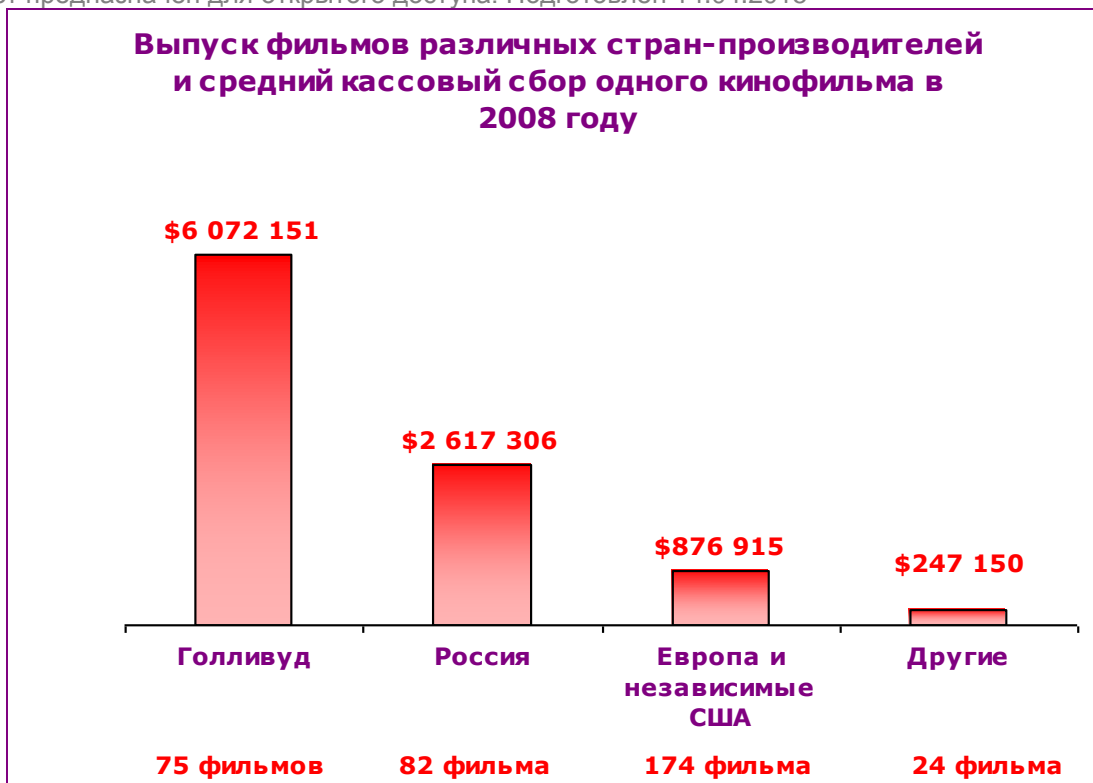


Рисунок 5. Выпуск фильмов различных стран-производителей и средний кассовый сбор одного кинофильма в 2008 году

Кинопроизводство

В 2008-м объемы поддержки кинопроизводства со стороны государственных органов управления кинематографией продолжили расти. Всего при участии государства в минувшем году было снято 873 киноvideофильма – на 13% больше, чем в 2007-м, при этом государство профинансировало на 35% больше полнометражных фильмов, чем год назад. Увеличилось и число анимационных фильмов (короткометражных и полнометражных) и короткометражных документальных картин, выпущенных в 2008-м с государственным финансированием. Сократилось лишь число полнометражных неигровых фильмов, причем незначительно – на 10%.

Таблица 2. Выпуск кинопродукции с государственным финансированием (2007–2008)*

Наименование кинопродукции	2007	2008	Разница с прошлым годом, %
Игровые фильмы (всего)	78	101	29,5%
Полнометражные	66	89	34,8%
Киножурналы	12	12	0,0%
Неигровые фильмы (всего)	555	612	10,3%
Полнометражные	62	56	-9,7%
Короткометражные	493	556	12,8%
Анимационные фильмы (всего)	137	160	16,8%
Полнометражные	1	3	200,0%
Короткометражные	136	157	15,4%
ИТОГО ВЫПУСК КИНОВИДЕОФИЛЬМОВ	770	873	13,4%

* по данным экспертно-аналитического отдела Департамента кинематографии Министерства культуры РФ

В денежном выражении государственная поддержка кинопроизводства в России также продолжила расти, хотя и не такими высокими темпами, как прежде: в 2008 году на эти цели из бюджетных средств было потрачено 2 740,8 млн руб. – на 4% больше, чем годом ранее.



Рисунок 6. Объемы государственной поддержки кинопроизводства

В частной сфере отечественного кинопроизводства 2008 год начинался весьма многообещающе. Весной и летом в отрасль продолжали приходить инвестиции, появлялись все новые проекты создания продюсерских кинокомпаний и строительства кинопроизводственных комплексов.

Так, в марте ГК «Евразия» и «Первый канал» объявили планы по строительству медиапарка в подмосковном районе Домодедово;

при этом развивавшаяся с «Евразией» аналогичный проект – Eurasia Movie Park – компания «Новый город» заявила, что продолжит свое строительство самостоятельно, хотя в результате потери партнера и оказалась вынуждена в одиночку искать место для будущего строительства своего «Синема Сити». Конкуренцию не смущало сходство двух проектов, предполагавших возведение не только производственных площадей, но и развлекательных тематических центров и жилых кварталов, – компании были уверены в наличии достаточного спроса на услуги подобных «киногородов» в московском регионе.

В феврале–марте была заключена сделка по объединению компаний RWS и АФК «Система», владеющей строившейся студией «Тема Продакшн» в Санкт-Петербурге, – деятельность этого нового производственного комплекса в Северной столице началась в июле 2008-го. В марте же новая объединенная компания подтвердила свой интерес к строительству киностудии в Анапе, завершение которого ожидалось к 2010 году. В то же время уже в августе компания RWS объявила о выходе из проекта строительства киностудии в Анапе: свой отказ компания мотивировала не экономическими проблемами, а затягиванием земельного согласования.

Летом продолжили появляться сведения о новых киностудиях: владелец «УралСиб» Николай Цветков совместно с Федором Бондарчуком и банком ВТБ заявили о строительстве кинокомплекса в подмосковной деревне Глухово – «Главкино». Петербургская студия анимационных фильмов «Мельница», входящая в состав продюсерской компании «СТВ», в июле получила от городских властей земельный участок для строительства собственной производственной базы. А в августе

появилась информация о планах строительства кинотелестудийного комплекса в Нижнем Новгороде – для этого была создана компания «Киноград», одним из учредителей которой стал Борис Вишняк (генеральный директор телеканала «ТВ Центр»).

Параллельно продолжила развиваться и финансовая составляющая системы кинопроизводства. В дополнение к созданным в 2007 году «ПИФ кинофонду», предлагающему финансовое сопровождение кинопроектов и гарантию завершения производства, и компании Film Finance Rus, занимающейся страхованием рисков в процессе кинопроизводства, были объявлены планы УК «БФГ Финанс–управление активами» и «БФГ Медиа–Продкашн» по открытию ЗПИФа, занимающегося инвестированием кинопроизводства. Предполагалось, что подобный закрытый инвестиционный фонд сможет привлекать средства будущих пенсионеров для финансирования съемок кинофильмов.

Однако главные проблемы российских кинопроизводителей стали очевидны к октябрю: в это время компания «Амедиа» заморозила все свои проекты и сократила персонал в 5 раз, а генеральный директор концерна «Мосфильм» Карен Шахназаров заявил о том, что на киностудии приостановлена работа над 30% кинофильмов, находившихся на разных стадиях производства. В ноябре 2008-го ситуация еще более усугубилась: на рынке появилась информация о приостановке съемок 2/3 всех российских кино- и телефильмов. Был заморожен один из самых амбициозных проектов строительства киностудий – подмосковный «Евразия Сити», причем «Первый канал» объявил о своем выходе из проекта.

В качестве антикризисных мер российские кинопроизводственные комплексы стали предлагать отечественным продюсерам различную помощь: например, киноконцерн «Мосфильм» в целях удержания своих клиентов снизил расценки, а киностудия им. Горького в декабре начала оказывать услуги в кредит, не требуя немедленной оплаты, но рассчитывая на доленую прибыль от проката фильмов. Аналогичные условия предложила продюсерам и компания RWS, в ноябре объявившая о готовности финансирования производства замороженных из-за кризиса кино- и телефильмов в обмен на долю в доходах от продажи прав на показ картин; подобную схему вывела на рынок и компания «БФГ Медиа-Продкашн». Еще одной антикризисной мерой стал путь частно-государственного партнерства: на него встала Свердловская киностудия, в декабре договорившаяся с ГК «Страна» и Уральским экономическим союзом о создании ОАО «Уральский кинопарк», в состав которого должны войти производственный комплекс, музей, киношкола и сопутствующая инфраструктура.

Отметим также, что в ноябре 2008-го крупнейшие российские продюсеры, такие как компании «Амедиа», «Централ Партнершип», «Леан-М» и RWS, создали антикризисную Ассоциацию Кино- Телепродюсеров (АКТ), цель которой – сохранение индустрии в условиях дисбаланса цен на производство и закупку контента (по данным Коммерсанта, телеканалы снизили закупочные цены на сериалы на 30–40%). Члены ассоциации планируют формировать открытое информационное пространство друг перед другом в отношениях с телеканалами, определять рекомендуемый коридор цен на продажу контента, актерские гонорары, затраты на аренду студий и пр. Ожидается, что

выполнение рекомендаций АКТ приведет к снижению себестоимости производства на 30–50%, а также поможет устранить демпинг на рынке, когда компании продают контент телеканалам по себестоимости и ниже.

Однако кризис в отечественном кинопроизводстве не уникален. Летом 2008 года началось систематическое падение котировок акций зарубежных кинокомпаний, торгующихся на биржах в Нью-Йорке и Париже.

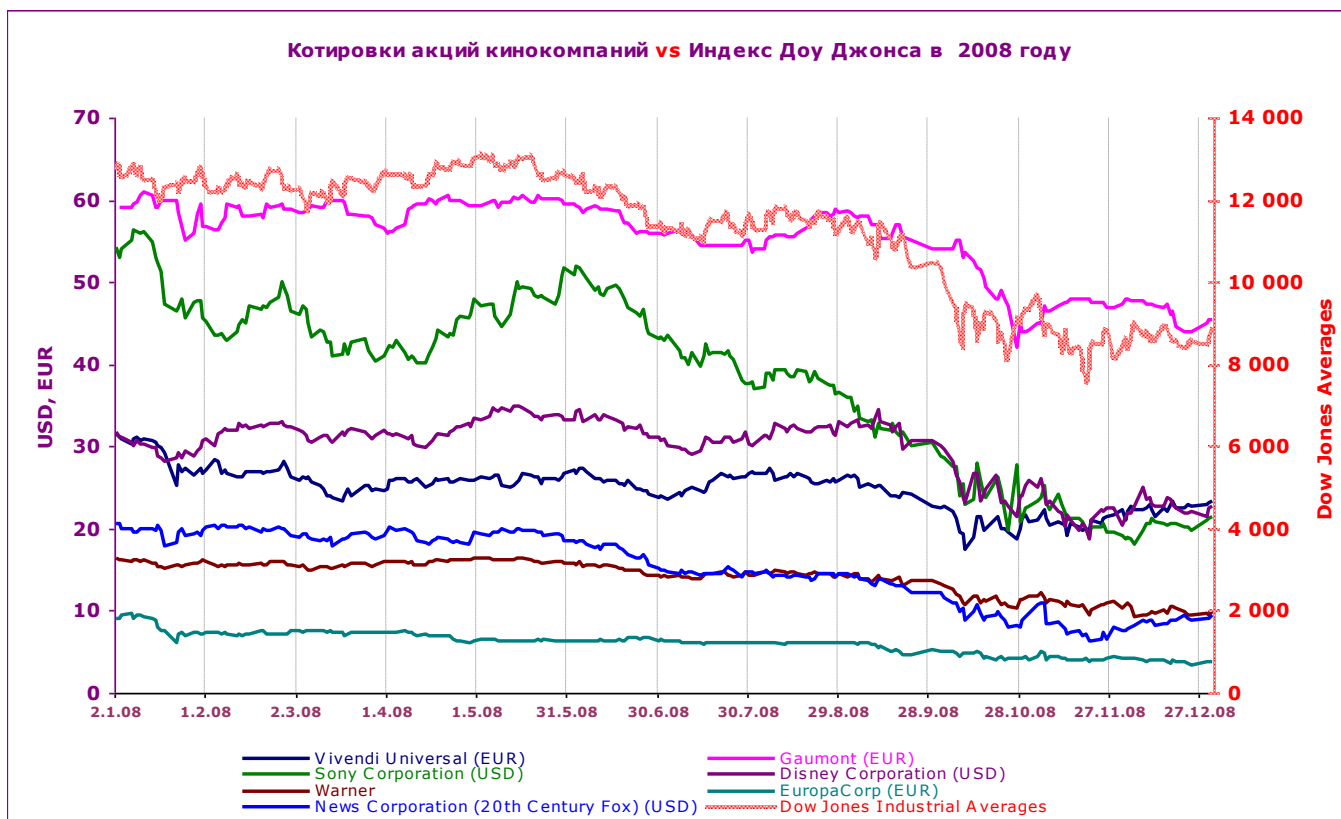


Рисунок 7. Котировки акций кинокомпаний vs Индекс Доу-Джонса в 2008 году

При этом по итогам года одни компании потеряли более половины стоимости своих активов, например корпорации Sony, EuropaCorp, в состав которой входит производственная студия Люка Бессонна, и News Corporation, частью которой является кинокомпания 20th Century Fox. Другие – такие, как Time Warner, The Walt Disney Company, Vivendi (в ее состав входит кинокомпания Universal) или французская студия Gaumont – потеряли от 40% до 20%, при годовом падении среднего индустриального индекса Доу-Джонса на 33%.

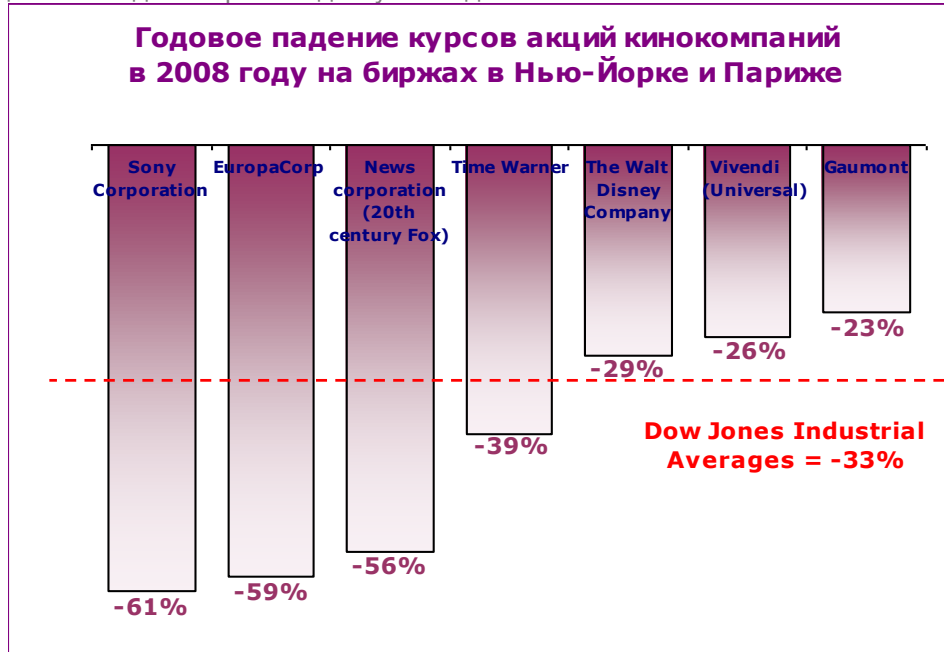


Рисунок 8. Годовое падение курсов акций кинокомпаний в 2008 году на биржах в Нью-Йорке и Париже

В начале 2009 года стало известно и о снижении прибылей и даже об убытках крупнейших медиакорпораций. Так, компания Walt Disney объявила о снижении своей прибыли за финансовый квартал, завершившийся 27 декабря 2008 года, на 32% (с \$1,25 млрд в 2007-м – до \$845 млн); причем кинопроизводственное подразделение показало снижение операционной прибыли на 64%. О снижении чистой прибыли на 95% (с \$2,22 млрд – до \$115,6 млн) сообщила корпорация Sony. А Time Warner вообще по итогам 2008 года понесла убытки в размере \$13,4 млрд (против прибыли в 2007-м, составившей \$4,4 млрд).

В результате голливудские студии, как мейджоры, так и независимые продюсерские компании, в 2008 году заговорили о необходимости сокращения числа производимых кинофильмов и сосредоточения усилий на съемках гарантированных коммерческих проектов.

В целом влияние кризиса на киноиндустрию имеет долгосрочный характер – основные его последствия, по признанию всех участников рынка, скажутся в 2009–2010 гг., когда на кино- и

телеэкраны страны выйдут существенно меньшее число новых фильмов и сериалов как отечественного, так и зарубежного производства. Однако приведет ли это к сокращению доли отечественных картин в кассовых сборах российского кинопроката?

Кинопрокат

В последние годы на российском рынке утвердилось доминирование нескольких крупных блокбастеров: особенно резко эта особенность проявляется в отношении отечественных кинопроектов. Так, если сравнить структуру кассовых сборов отдельно по российским и голливудским кинофильмам, можно заметить, что средний график накопленных сборов отечественных картин имеет гораздо более выпуклый вид, что свидетельствует о преобладании на экранах нескольких «хитов» над остальными фильмами. Причем, если в 2007 году наметилась положительная тенденция к сглаживанию кривой накопленных сборов отечественных картин, то в минувшем 2008-м рынок вернулся к состоянию 2005–2006 гг.: как и тогда, лишь 3 российских фильма собрали 50% бокс-офиса всех отечественных проектов (в 2007-м таких фильмов было 6), а три четверти кассы их кинопроката пришлись на 9 кинокартин (в 2007-м на 12).

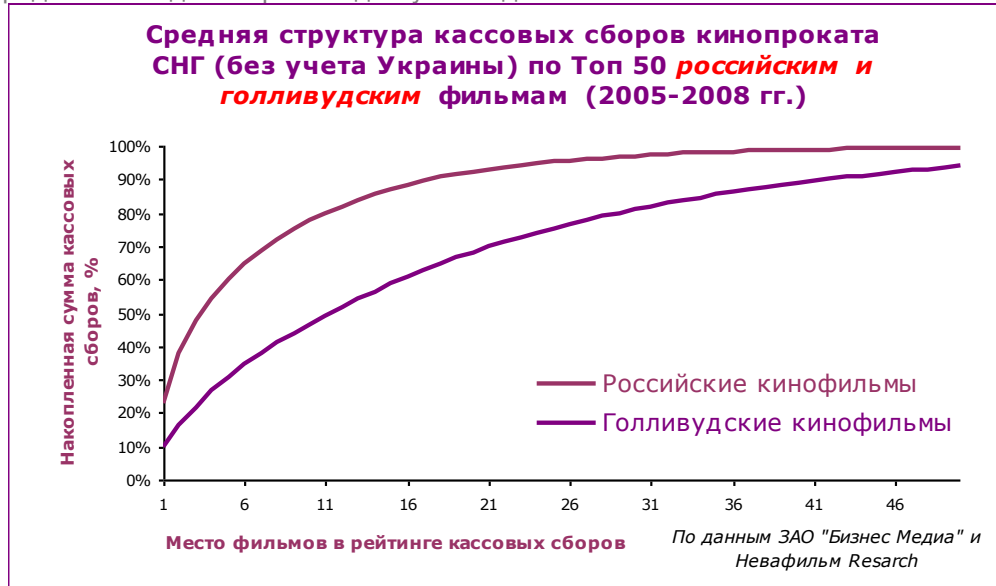


Рисунок 9. Средняя структура кассовых сборов кинопроката СНГ (без учета Украины) по Топ 50 российским и голливудским фильмам (2005–2008 гг.)

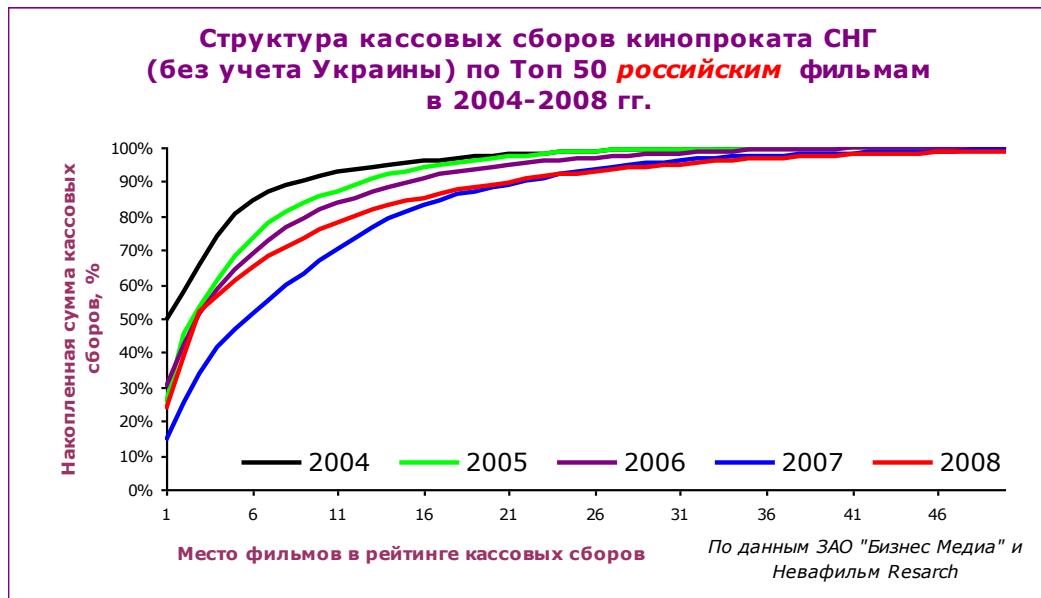


Рисунок 10. Структура кассовых сборов кинопроката СНГ по Топ 50 российским фильмам (2004–2008 гг.)

Поскольку рынок проката отечественных кинофильмов держится на десятке крупнейших релизов, снижение объемов кинопроизводства не должно оказать серьезного воздействия на долю российских кинолент в кассовых сборах кинотеатров. Продюсеры и интегрированные производственно-прокатные холдинги будут стремиться к выпуску меньшего числа более масштабных блокбастеров, чему также будет способствовать новая стратегия государственной поддержки кинопроизводства. Особо значимые кинофильмы не будут заморожены и не останутся без

своего зрителя и привычной кассы в прокате. Однако подобная ситуация сохранит выпуклый вид кривой накопленных сборов и ограничит выбор репертуара российской киноаудитории.

При этом в российском прокате больше всего кинофильмов производства европейских и независимых североамериканских продюсеров (174 фильма в 2008-м), однако наилучшие средние результаты кассовых сборов на один фильм показывают кинокартины голливудских студий – более 6 тысяч долларов; отечественные же кинопроекты собирают в 2,3 раза меньше.

Что касается основных событий, произошедших в сфере кинопроката в ушедшем году, то среди них стоит отметить изменение состава участников рынка и стратегий развития отдельных игроков, а также усиление конкуренции дистрибьюторов за прокатные площадки.

Появление новых дистрибьюторских компаний на российском рынке, таких как «Вольга» или Art Pictures Studio, также как и уход некоторых опытных игроков – кинопрокатной компании «Пирамида» – имели место уже в начале 2009 кинопрокатного года (декабрь–январь), однако предпосылки для этого складывались в течение года 2008-го. Дистрибьюторы-«новички» выбрали в качестве основного направления своей деятельности независимое кино: «Вольга» имеет контракт с американской дистрибьюторской компанией Film Depot Inc. и планирует выпустить на российские киноэкраны в 2009 году не менее 8 фильмов независимых студий; Art Pictures Studio собирается прокатывать как зарубежное независимое кино, так и фильмы собственного производства. В то же время свернувшая бизнес «Пирамида» также занималась прокатом независимого кино – руководство приняло решение о

закрытии компании ввиду постоянного повышения закупочных цен на подобные фильмы за рубежом и низкого спроса со стороны зрителей, предпочитающих блокбастеры.

С «опытными» кинопрокатчиками в минувшем году также произошли перемены. Главной из них можно назвать смену представителя киностудии Paramount в России – в сентябре контракт с голливудским мейджором заключила дистрибьюторская компания «Централ Партнершип», закрепив таким образом свою стратегию превращения в российского мейджора. В феврале ЦПШ подписала контракт с агентством Endeavor в США, занимающимся продвижением талантов в американской киноиндустрии с целью обеспечения проката фильмов собственного производства за рубежом. Кроме того, в мае было открыто прямое представительство «Централ Партнершип» на Украине, где прежде компания работала через посредника, что позволит увеличить доходы прокатчика в этой стране.

Другой российский дистрибьютор, работавший прежде в узкой нише артхаусного кинематографа – компания «Кино без границ», в середине 2008 года привлек нового партнера – сеть магазинов аудиовизуальной продукции «Настроение», инвестиции которого позволили КБГ выйти на рынок массового кинопродукта. Таким образом, даже признанный лидер ограниченного проката не выдержал складывающихся в России условий дистрибьюции высокохудожественных фильмов и был вынужден искать финансовой поддержки и расширять свой каталог за счет популярных картин для массового зрителя: подобные киноленты компания будет выпускать с 2009 года под маркой «Настроение кино».

Обострение конкуренции между дистрибьюторами за прокатные площадки, связанное с продолжающимся ростом тиражей выпускаемых на киноэкраны фильмов, в 2008 году заставило прокатчиков усилить агрессивность маркетинговых кампаний по продвижению своих проектов среди кинопоказчиков. Новые рекламные стратегии в сфере B2B появились на летнем кинорынке в Сочи: масштабные презентации будущих премьер «Адмирала» и «Обитаемого острова» привели в восторг буккеров кинотеатров, что не замедлило сказаться на интересе к главным проектам года. Затем последовали он-лайн презентации картин в региональных кинотеатрах (например, «Адмираль» был представлен в августе избранным гостям кинозалов в Омске, Барнауле и Екатеринбурге). А предоставление кинотеатрам декабрьской премьеры фильма «Тариф новогодний» сопровождалось вручением в качестве подарка мобильных телефонов с сим-картами «МТС».

Возможно, экономический кризис, который должен сократить число кинолент в прокате, снизит накал этой обострившейся борьбы за киноэкраны, которая ведет к жесткому контрпрограммингу и росту маркетинговых бюджетов прокатчиков. Хотя нельзя не отметить, что переход от широкомасштабных рекламных кампаний, направленных на кинозрителей, к точечным маркетинговым акциям B2B, может оказаться более эффективным в условиях кризиса. При этом следующим шагом может стать перекладывание части рекламных расходов на места на кинопоказчиков.

Таблица 3. Динамика показателей работы киносети РФ, 2004–2008

Год	Экраны	Кассовые сборы, \$ млн	Посещений (млн)	Средняя цена билета	Кассовые сборы на 1 экран, \$	Изменение кассовых сборов на 1 экран, %	Изменение общих кассовых сборов, %	Изменение посещаемости, %
2004	800	242,5	72,7	\$3,34	303 175	6,32%	41,05%	16,1%
2005	1 058	315,8	83,1	\$3,80	298 530	-1,53%	30,22%	14,3%
2006	1 309	411,8	89,5	\$4,60	314 572	5,37%	30,37%	7,7%
2007	1 547	548,1	103,4	\$5,30	354 266	12,62%	33,09%	15,5%
2008	1 864	800,9	118,5	\$6,76	429 676	21,29%	46,14%	14,6%

Данные по СНГ предоставлены ЗАО «Бизнес Медиа»: по фильмам, стартовавшим с 1 декабря предыдущего года по 30 ноября текущего
 Данные по РФ рассчитаны как процент от общих данных по СНГ (без Украины) на основе статистики крупнейших дистрибьюторов

Итоговый рост российского кинорынка в 2008-м, по данным ЗАО «Бизнес Медиа», скорректированным специалистами Невафильм Research¹, составил **46%**, выраженный в кассовых сборах, и **14,6%** – в посещаемости. Таким образом, как и в 2007-м, валовые сборы кинопроката России росли преимущественно за счет увеличения цены билета: в долларовом эквиваленте средняя цена кинопосещения достигла **\$6,8** (годовой рост составил **27,5%**), что соответствует примерно **168 рублям** (годовой рост – **23,8%**). Вместе с тем в стране продолжает укрепляться привычка к кинопотреблению – по итогам 2008 года посещаемость на душу населения по России в целом составила **0,83** раза в год, а в городах, где имеются современные кинозалы, – уже более **1,6** раза в год на одного человека.

¹ Из суммарных кассовых сборов и числа проданных кинобилетов в СНГ (без учета Украины) выделена доля Российской Федерации – на основании средневзвешенной статистики крупнейших кинопрокатчиков (в 2008 году на Россию приходится 96,5% кассовых сборов и 95,6% посещений).

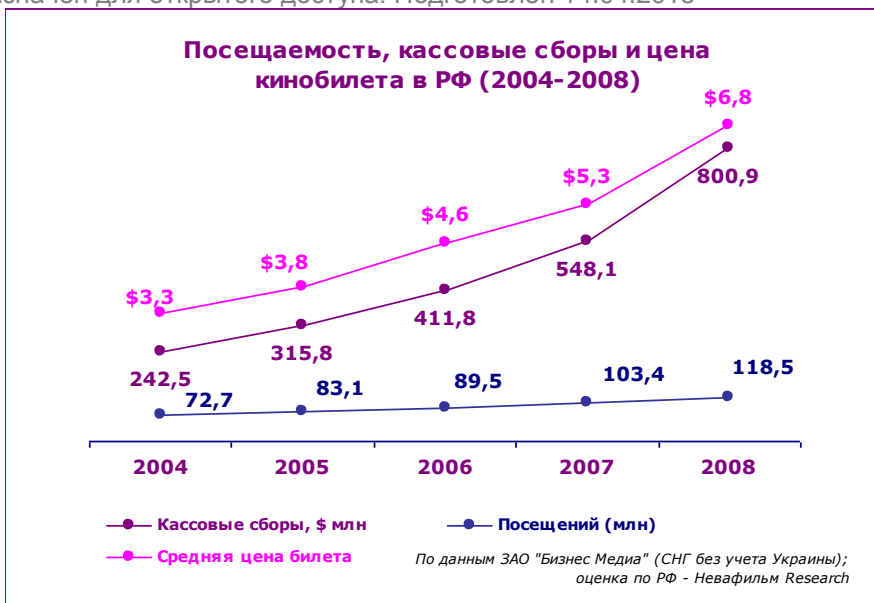


Рисунок 11. Посещаемость, кассовые сборы и цена кинобилета в РФ (2004–2008) – по данным ЗАО «Бизнес Медиа»



Рисунок 12. Динамика кинопосещаемости на душу населения (раз в год)

Кассовые сборы на один кинозал за прошедший год увеличились на 21%, что вдвое выше прошлогоднего темпа роста этого показателя. Вместе с тем этот рост достигается по-прежнему за счет увеличения стоимости кинобилета (происходившему в 2008 году в том числе и благодаря укреплению курса рубля по отношению к доллару), тогда как число посещений на один кинозал в стране падает (в 2008-м – на 5%). Хотя нельзя не отметить, что темп падения посещаемости одного кинозала в

России в течение 2007–2008 гг. замедлился по сравнению с уровнем 2005–2006 гг. Это свидетельствует о том, что в стране пока продолжается расширение киноаудитории – благодаря освоению кинопоказчиками новых регионов; в то же время открытие новых кинозалов происходит быстрее, чем рост кинопотребления.

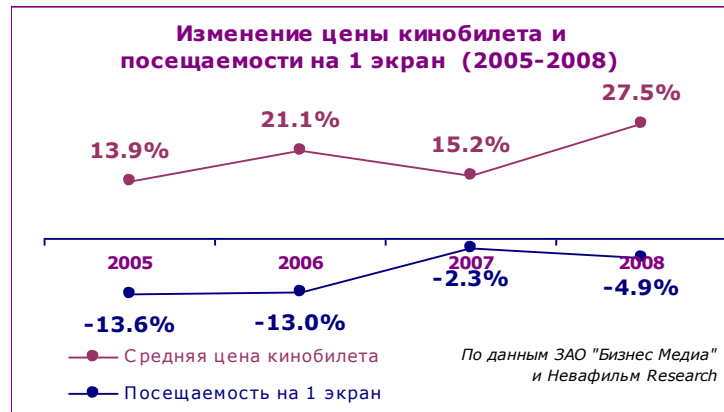


Рисунок 13. Изменение цены кинобилета и посещаемости на 1 экран (2005–2008)

Вместе с тем, учитывая серьезные изменения курса доллара в течение 2008 года (24,5 руб. – в январе, 23,6 руб. – в июне и 27,9 руб. – в декабре), интересно также посмотреть на статистику кассовых сборов в рублевом эквиваленте. Так, по данным Бюллетеня кинопрокатчика, кассовые сборы в 2008 году увеличились на **33,3%**, число проданных кинобилетов – почти на **20%**, а средняя цена кинопосещения при этом возросла в рублях на **11%**.

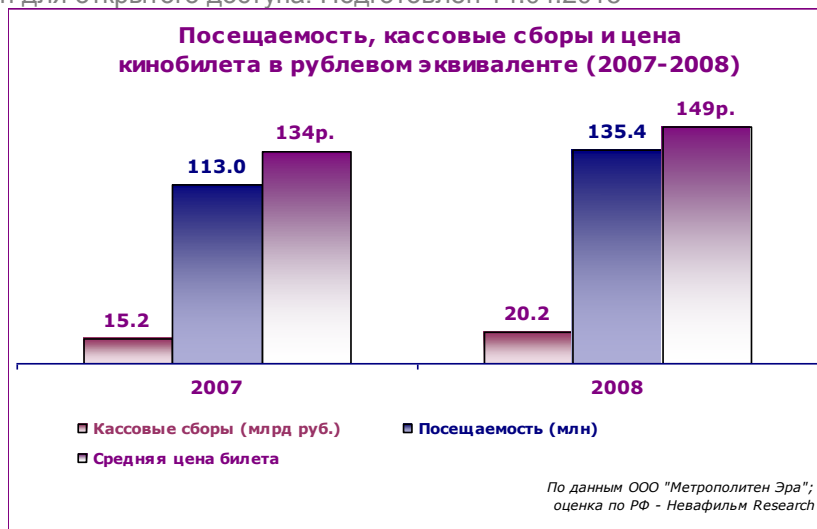


Рисунок 14. Посещаемость, кассовые сборы и цены киновилета в рублевом эквиваленте по данным ООО «Метрополитен Эра» (2007–2008)

Отметим также, что уже несколько организаций, в том числе международные, всерьез озаботились задачей «посчитать российский рынок»: ГИВЦ, по поручению Министерства культуры, занимается разработкой и подготовкой внедрения государственной системы сбора статистической отчетности кинотеатров (ЕАИСУПФК); на российский рынок вышел один из мировых лидеров в сборе статданных – «Rentrak Corporation», заключивший договора с дистрибьюторами-представителями голливудских студий; а компания «Синема Парк» с января 2009 г. обнародует информацию о посещаемости и сборах сети на своем сайте в Интернете. Однако не очевидно, что все эти начинания обречены на успех: далеко не все киносети готовы пойти по пути «Синема Парка»; «Rentrak Corporation» имеет договора только с дистрибьюторами мейджоров; а по поводу государственного проекта ЕАИСУПФК на рынке не прекращаются споры. Кроме того, расширение числа компаний, отвечающих за подсчет данных кассовых сборов и посещаемости в России, может еще больше запутать ситуацию: так, занимающиеся в настоящее время подобной статистикой издания «Кинобизнес Сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика» не застрахованы от случайных

ошибок и неточностей, а результаты их подсчетов подчас серьезно расходятся (по итогам 2008 года данные по посещаемости российских кинотеатров различаются на 9% – около 11,5 млн зрителей!).

Прочие каналы дистрибьюции кинофильмов

Однако кинотеатральный прокат не является единственным рынком сбыта кинопродукции – доступ россиян к киноконтенту постоянно расширяется, прежде всего благодаря распространению широкополосного Интернета, а также разнообразию предложения телеканалов.

Формат телевизионного вещания начал меняться в России в 2007-м, когда «Первый канал» и «СТС» предложили в ночном эфире такие уникальные проекты для киногурманов, как «Закрытый показ» с Александром Гордоном и «Модное кино» с Надеждой Родионовой. В 2008 году телеканалы усилили свои позиции в работе со взрослой аудиторией: «Первый» открыл специальный ночной канал «Городские пиджоны», ориентированный на «белых воротничков», а петербургский «5 канал» запустил линейку тематических кинопоказов, например «Золотая коллекция «Ленфильма» или «Лидер советского кинопроката», а также предлагает зрителям классику мирового кино, причем, в отличие от других эфирных каналов, не только в ночное время.

Тенденция 2008 года – увеличение числа тематических телеканалов, а также расширение предлагаемого киноконента на них. Так, «Камеди Клуб» открыл новый юмористический канал на базе НТВ+; также в рамках НТВ+ на российский рынок вышел английский телеканал «Jim Jam», рассчитанный, в отличие от анимационного «2x2», на детей младшего возраста и конкурирующий с государственным «Бибигоном». Тем временем канал «2x2» объявил о планах демонстрировать в эфире не только анимацию, но и художественные фильмы: короткометражные и полнометражные (показы начались в январе 2009-го). Обратился к показу кинофильмов и молодежный канал MTV.

При этом с января 2008-го наметилась тенденция перераспределения рекламодателей в сторону нишевых телеканалов, обеспечивающих более точное попадание в целевую аудиторию и более низкие цены на размещение рекламных роликов. В условиях снижения маркетинговых бюджетов рекламодателей эта тенденция может стать еще более заметной.

Однако при снижении объемов производства кино- и телефильмов в России и в мире многие телеканалы могут столкнуться с проблемой нехватки контента для трансляций, поэтому можно прогнозировать рост спроса на архивный контент правообладателей. Таким образом, прокатчики получают

возможность расширить рынок сбыта своих библиотек и получить дополнительный доход.

Предвидя подобные изменения рынка киноконента, держатели прав на фильмы в России двигаются в сторону «модернизации» своих стратегий развития: например, в марте 2008-го медиахолдинг «Газпром Медиа» приобрел контрольный пакет акций интернет-сайта RuTube, а в декабре этот ресурс открыл мобильный доступ для абонентов МТС; также в декабре компания «Система Масс Медиа» объявила о планах стать провайдером телевизионного контента как для кинозалов (в расчете на цифровую кинопроекцию и он-лайн трансляцию в кинозалах), так и для телевидения, мобильных телефонов и Интернета. Подобная диверсификация каналов распространения фильмов на базе единой платформы – новый шаг в сторону модернизации традиционной системы проката в кинотеатрах и в других медиа.

Продолжается и расширение числа легальных веб-ресурсов, предлагающих фильмы для просмотра или скачивания бесплатно или за деньги: в январе был запущен интернет-канал minimovie.com, в сентябре – бесплатный сервис Rambler-кинозал. Однако легальные интернет-ресурсы серьезно уступают пиратским сайтам и файлообменным сервисам: по данным компании «Видео

24», число пользователей нелегальных контент-провайдеров на порядок выше, чем у законных правообладателей, что обусловлено как малым числом лицензионных сервисов по продаже легальной АВП в Интернете, так и ограниченностью их аудитории.

Таблица 4. Сравнение аудиторий участников рынка киноконтента в Интернете по кол-ву пользователей (по данным ООО «Видео 24»)

Легальные веб-ресурсы	Аудитория	Пиратские сайты/сервисы провайдеров**	Аудитория
getmovies.ru (платный сайт)	н/д	letitbit.ru (файлообменник)	356 295
video24.ru (платный сайт)	3 000	torrents.ru (торрент)	307 489
kinozal.rambler.ru (бесплатный сайт)	н/д	my.corbina.ru (локальная сеть)	300 000
pulter.ru* (бесплатный сайт)	700	ifolder.ru (файлообменник провайдера AGAVA)	131 253
kino.kod.ru (платный сайт)	500	loadfilm.ru (платный сайт)	65 749

*Сайт отнесен к легальным по данным web.rambler.ru
 **Представленные данные о сайтах/сервисах провайдеров, которые являются лидерами по посещаемости указанным способом размещения и предоставления доступа к контенту

При этом в отличие от легальных интернет-ресурсов пиратские сайты предлагают преимущественно новинки кинотеатрального проката, лицензионные версии которых появятся в продаже еще не скоро. Результаты исследования ООО «Видео 24» показывают, что каталоги «пиратов» на 70% состоят из блокбастеров 2007–2008 гг., тогда как, например, библиотека сайта video24.ru предлагает преимущественно киноархивы (фильмы 2000–2007 гг.).

В результате деятельности пиратских интернет-ресурсов страдают не столько законопослушные сайты, но главным образом производители кинофильмов. Так, потери кассовых сборов некоторых блокбастеров 2008 года, в случае отсутствия мероприятий по защите авторских прав в Интернете, могут составлять от 30% до 70%². При этом доходы нелегальных дистрибьюторов цифрового киноконтента в 2008 году оцениваются специалистами на уровне **\$200 млн.**

² Оценка проведена специалистами ООО «Видео 24» на основе средней стоимости кинобилета; количества ссылок, ведущих пользователя к непосредственному скачиванию файла с фильмом; на основе мониторинга сети Интернет сотрудниками компании; среднего числа скачиваний в день с пиратских сайтов, поправленное на число фильмов в прокате; 14-дневного периода широкого проката фильма в кинотеатрах.

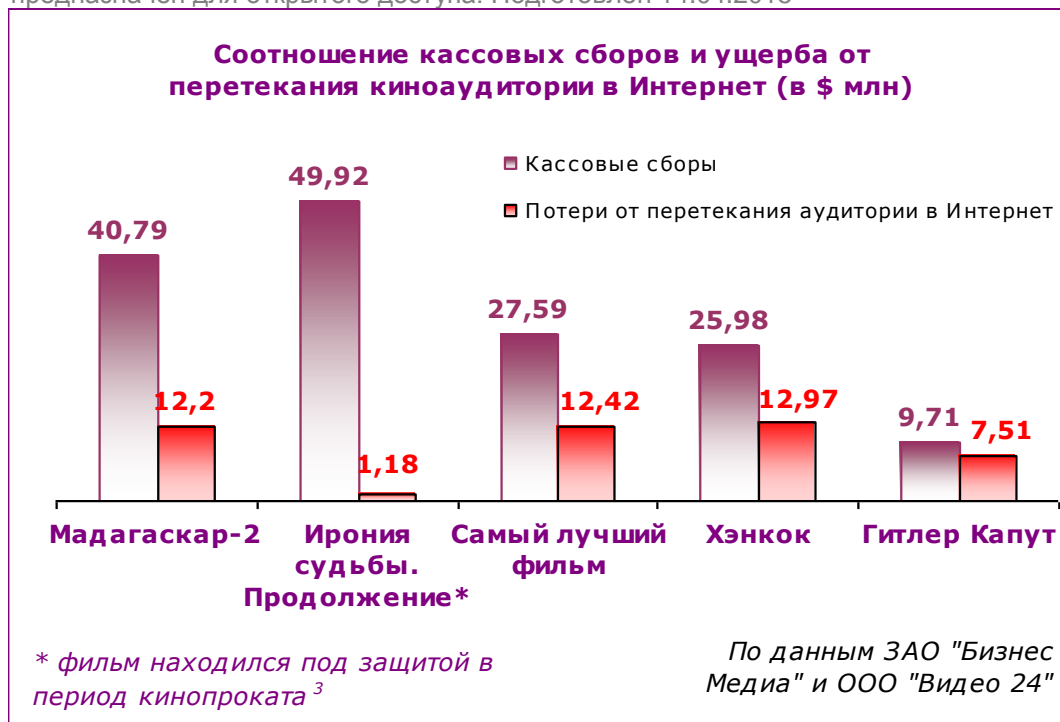


Рисунок 15. Соотношение кассовых сборов и ущерба от перетекания киноаудитории в Интернет

Проблемы пиратства обострились в 2008 году и на рынке продаж аудиовизуальных носителей. Если еще в феврале в Санкт-Петербурге и Москве было отмечено практически полное вытеснение контрафактных изданий музыки и кинофильмов из магазинов крупных сетей. Исследователи мирового медиарынка International Data Corporation (IDC) объявили, что Россия вышла из мировой двадцатки лидеров производства и потребления нелегальной продукции: в 2007-м ее доля сократилась до 80% (по сравнению с 87% 2003-го), а уже осенью, с усилением «симптомов» кризиса количество контрафакта в сетях аудио-видео-ритейла увеличилось, при этом продавцы продолжили продавать уже пиратские диски по цене лицензионных, пытаясь таким образом повысить рентабельность продаж.

О возвращении нелегальной аудиовизуальной продукции в магазины свидетельствуют также данные журнала «Видеомагазин», согласно которым, несмотря на общую положительную динамику объемов продаж лицензионных DVD-дисков в России в 2008-м, во

второй половине года продажи снизились, а в ноябре даже стали уступать результатам соответствующих периодов 2007 года.



Рисунок 16. Объемы продаж лицензионного российского видеорынка (2001–2008)

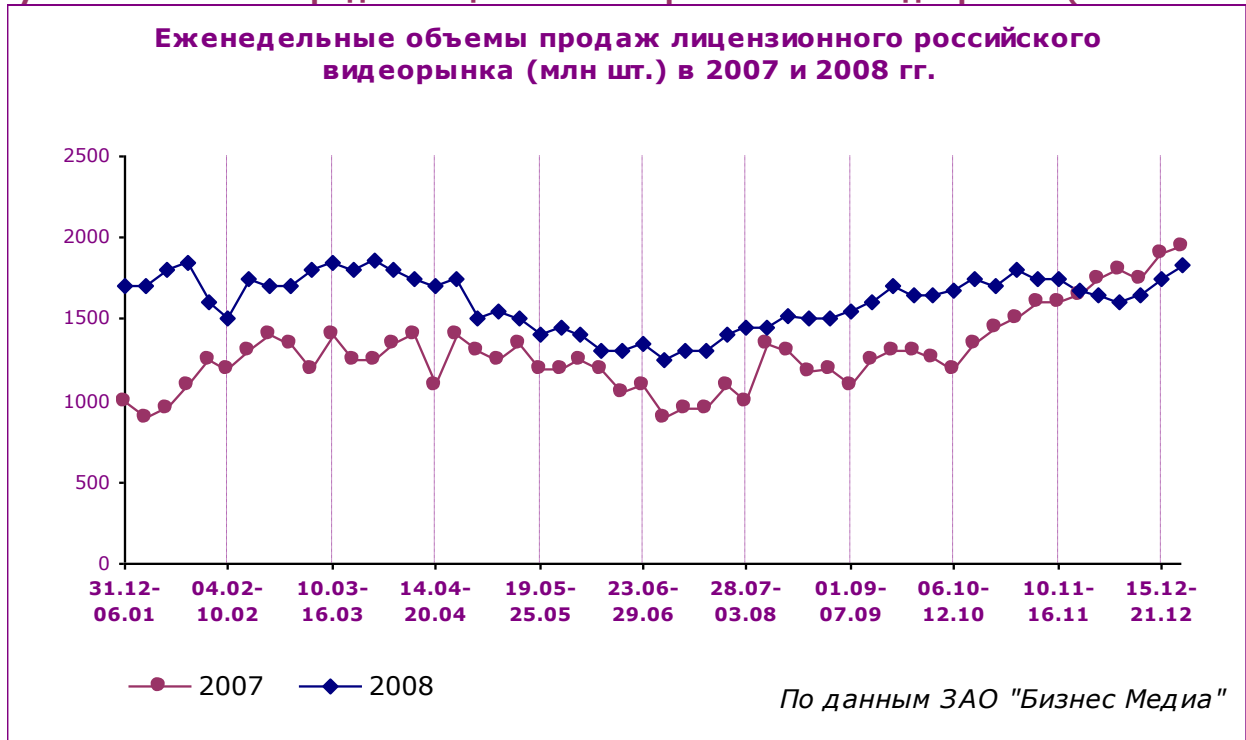


Рисунок 17. Еженедельные объемы продаж лицензионного российского видеорынка в 2007 и 2008 гг.

В условиях экономического кризиса и девальвации рубля подобные тенденции оказывают серьезное негативное влияние на легальных видеопроизводителей, поскольку их доходы определяются рублевыми поступлениями, а расходы они несут в долларах (расходные материалы и роялти). Так, в 1998 году

подобное стечение обстоятельств привело к краху всего видеорынка России.

Современный рынок кинопоказа

На 31 декабря 2008 года в России насчитывается **1864** современных кинозала в **736** кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,5).



Рисунок 18. Современные кинотеатры России (по данным на 31.12.2008)

Российский рынок кинопоказа достаточно сильно фрагментирован: здесь действует порядка 430 различных операторов киносетей. Структура кинорынка по итогам 2008 года выглядит следующим образом:

Таблица 5. Фрагментация рынка кинопоказа России (на 31 декабря 2008 года)

Тип оператора	Кол-во операторов	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
Федеральные сети	12	125	646	34,7%
Региональные сети	13	124	365	19,6%
Местные сети*	40	119	250	13,4%
Независимые кинотеатры*	368	368	603	32,3%
Всего в России*	433	736	1864	100,0%

*приблизительное количество

При этом по 20% занимают однозальники и мультиплексы, тогда как доля миниплексов составляет 60%. По сравнению с результатом конца 2007 года в стране сократился удельный вес 1–2-х зальных киноплощадок (на 3–3,5%) – в пользу кинокомплексов с числом залов выше 6 (доли семизальников и мультиплексов увеличились на 3%).

Таблица 6. Распределение современных кинотеатров России в целом по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1-зальные	353	353	18,94%
2 зала	165	330	17,70%
3 зала	48	144	7,73%
4 зала	54	216	11,59%
5 залов	26	130	6,97%
6 залов	31	186	9,98%
7 залов	17	119	6,38%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	341	1125	60,35%
8 залов	21	168	9,01%
9 залов	10	90	4,83%
10 залов	3	30	1,61%
11 залов	3	33	1,77%
12 залов	3	36	1,93%
14 залов	1	14	0,75%
15 залов	1	15	0,80%
16 залов	0	0	0,00%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	42	386	20,71%
Всего в России	736	1864	100,00%

2008-й оказался рекордным для российского рынка кинопоказа, поскольку в течение года были открыты 355 залов в 90 кинотеатрах (в 2007 году киносеть пополнилась 265 залами в 75 кинотеатрах).

При этом расширяется география российской киносети в малых городах: с 2004 года число городов с численностью населения менее 100 тыс. чел., в которых имеются современные кинотеатры, возросло почти вдвое – со 126 до 215 городов.

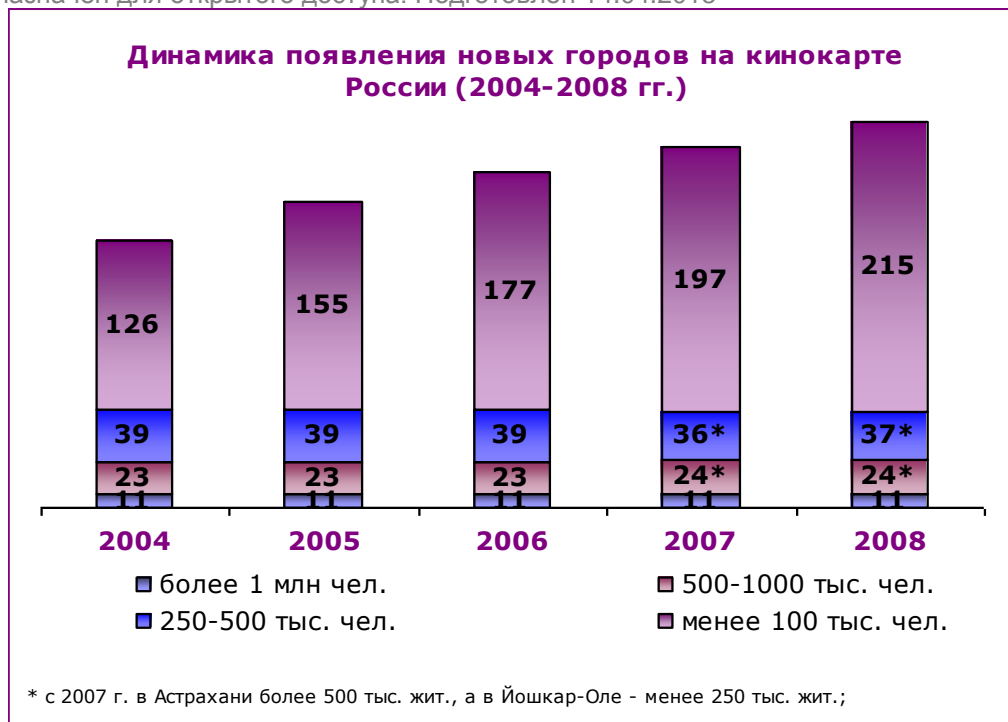


Рисунок 19. Динамика появления новых городов на кинокарте России (2004–2008)

Обеспеченность населения страны современными кинозалами также увеличивается: в конце 2007-го плотность киноэкранов на 100 тыс. жит. в России составляла 1,1, а по итогам 2008-го – уже 1,3; хотя в целом жители малых городов обеспечены услугами современного кинопоказа достаточно слабо.

Таблица 7. Обеспеченность населения РФ современными кинозалами (на 31 декабря 2008 года)

Группы городов по числ-ти населения	Кол-во городов	Суммарное кол-во жителей (тыс. чел.)	Доля населения страны в данном типе городов РФ	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля современных кинозалов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.
более 1 млн. чел.	11	25 554,7	18%	232	935	50%	3,66
500-1000 тыс. чел.	24	15 360,6	11%	121	340	18%	2,21
250-500 тыс. чел.	37	12 650,5	9%	115	206	11%	1,63
100-250 тыс. чел.	94	14 445,0	10%	113	189	10%	1,31
50-100 тыс. чел.	154	10 671,1	8%	78	112	6%	1,05
20-50 тыс. чел.	355	11 598,7	8%	43	46	2%	0,40
менее 20 тыс. чел.	417*	51 719,4	36%	34	36	2%	0,07
Всего в РФ	1092	142 000,0	100%	736	1864	100%	1,31

*городов, не считая прочие населенные пункты

В то же время максимальным в истории современного кинопоказа оказалось и число закрытых за год кинокомплексов: закрыты были 39 залов в 24 кинотеатрах (для сравнения: за 2007 год – 27 экранов в 21 кинотеатре), причем только в двух закрытых кинокомплексах проводится реконструкция, предшествующая

последующему открытию. Прекратившие деятельность кинотеатры преимущественно однозальники (лишь в «Формуле кино» в Тольятти было 5 экранов). И хотя причины закрытия кинокомплексов различны – от политических решений городских властей (так, в Ростове-на-Дону здание самого интересного артхаусного кинотеатра «Буревестник» было передано в пользование Южному Федеральному университету) до перепрофилирования объектов (1 зал в петербургском киноцентре «Пик» был оборудован под игровой зал казино) и выхода частных арендаторов из объектов («Мадагаскар» в Тольятти, «Современник» и «Шипка» в Самаре, «Волгоград» в Москве и пр.) – в целом малозальные кинотеатры сдают позиции перед наступающими мини- и мультиплексами. В большинстве городов, где были закрыты кинозалы, в прошедшем году появились новые многозальники, действующие, как правило, на территории торгово-развлекательных центров.

Годовой прирост рынка современных кинозалов в 2008 году составил **20,5%**. При этом по-прежнему ведущую роль в расширении отечественной киносети играют многозальные кинокомплексы в ТРК (более **80%** кинозалов, открытых за год в России). К 31 декабря 2008 года доля киноэкранов в торговых центрах преодолела 50-процентный рубеж.

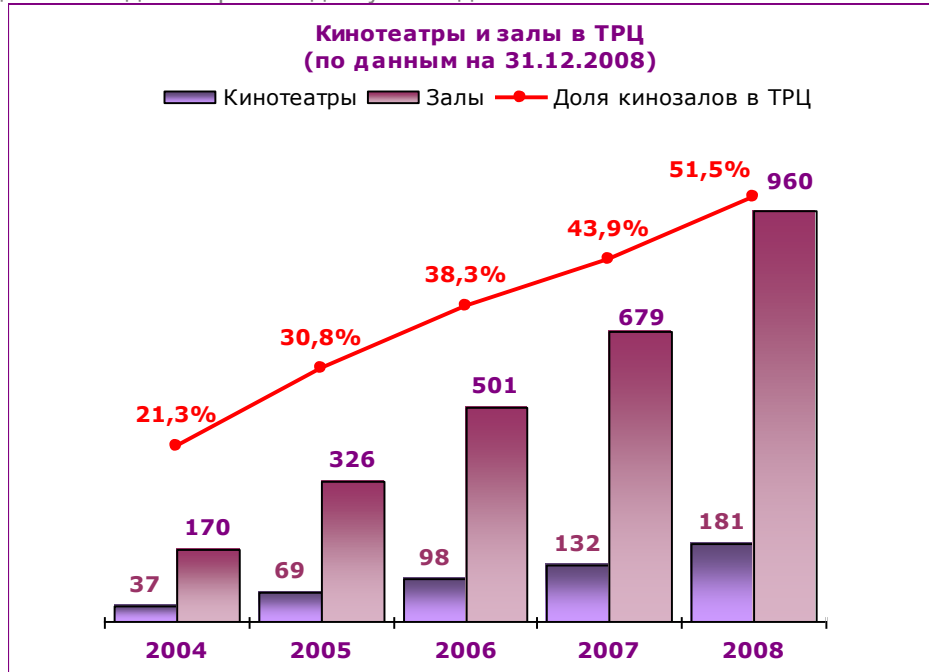


Рисунок 20. Кинотеатры и залы в ТРЦ (по данным на 31.12.2008)

По-прежнему торговые центры остаются самой привлекательной площадкой для размещения мультиплексов (кинотеатров с восемью и более экранами) – на сегодняшний день доля кинозалов в мультиплексах достигла **20%** от числа всех современных российских кинозалов. При этом за пределами торговых центров размещаются лишь три мультиплекса в стране: премьерный одиннадцатизальный кинотеатр «Октябрь» в Москве, а также восьмизальные в развлекательных комплексах «Мегаполис» в Челябинске и «Атриум» в Омске.

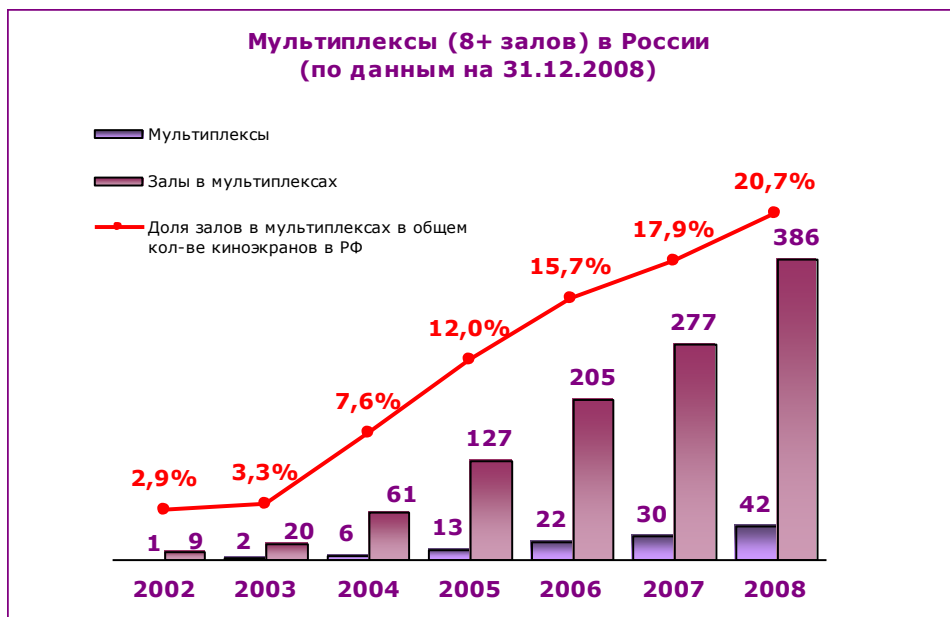


Рисунок 21. Мультиплексы (8+ залов) в России (по данным на 31.12.2008)

Операторы кинотеатров и управляющие компании ТРК

Между тем сотрудничество операторов мультиплексов и УК торговых центров является далеко не безоблачным. Всем памятен случаи конфликтов, имевшие место в 2007 году (самым заметным из них стало судебное разбирательство между торгово-развлекательным центром «Фокус» в Челябинске и компанией «Русский кинопрокат»: так и не сумевший открыться развлекательный комплекс с кинозалами в конце 2008-го перешел под управление сети «Роскино»).

Новые сложности в этой сфере появились после того, как девелоперы ТРК одними из первых в стране почувствовали влияние экономического кризиса: проблемы ввода в эксплуатацию новых проектов ТЦ привели к замедлению темпов роста и рынка кинопоказа. И речь идет не только об остановке строительства из-за отсутствия финансирования, но и о сложностях заполнения новых объектов пулом арендаторов.

Кроме того, уже заключенные договора между девелоперами торговых центров и ритейлерами в сложившейся ситуации на рынке подвергаются риску быть расторгнутыми. К концу 2008 года противостояние двух сторон накалилось до предела в связи с требованиями продавцов о пересмотре ставок арендой платы по причине падения уровня розничных продаж; в декабре Российский союз торговых центров призвал девелоперов «не демпинговать зря» уровень арендной платы, поскольку многие ритейлеры «пользуются сложившейся ситуацией для выдвижения необоснованных требований».

Несмотря на мнение ряда экспертов, что со временем арендные ставки все-таки снизятся по причине конкуренции за хороших арендаторов, пока владельцы ТРК остаются тверды в

своих намерениях не снижать аренду. В условиях остановки потребительского бума это может привести к ротации продавцов и к освобождению торговых площадей, что повлечет за собой изменение концепций ТЦ, снижение их привлекательности, и отразится на популярности кинозалов в таких торгово-развлекательных центрах.

Тем временем, начиная с лета 2008 года, на рынке стали появляться новые формы расчетов между кинокомплексами и управляющими компаниями ТРК: основной валютой расчетов все чаще становится так называемая «бивалютная корзина», что позволяет снизить риск колебаний курса рубля. Кроме того, отдельные операторы кинотеатров добиваются заключения соглашений по оплате аренды в виде процентных отчислений от дохода кинотеатра, а не по фиксированной ставке, как прежде, что дает кинопоказчикам большую экономическую независимость от сезонности посещаемости кинозалов.

В то же время операторы торговых центров начинают предпринимать попытки повышать арендные ставки, причем не только для розничных ритейлеров, но и для якорных арендаторов, в том числе и развлекательной зоны. Так, уже в начале 2009-го крупнейшая российская киносеть «Каро Фильм» была вынуждена закрыть свой четырехзальник в Орехово-Зуево по причине изменения условий арендной платы: в условиях экономического кризиса, а также с учетом того, что миниплекс не оправдал ожиданий и за год своего существования не вышел на плановые показатели доходности, руководство компании посчитало это решение наиболее подходящим.

Наконец, еще одним негативным последствием кризиса для кинозалов в ТРК может стать сокращение потоков посетителей

крупных торгово-развлекательных центров, особенно расположенных за городом. Если поход в кино в процессе шопинга является для человека такой же импульсной покупкой, как приобретение шоколада или жвачки на кассе супермаркета, то число подобных покупок кинобилетов в мультиплексах в ТРК будет сокращаться. На наш взгляд, в этом случае в выигрыше останутся кинотеатры, расположенные недалеко от дома. Аналогичного мнения – в отношении торговых центров – придерживаются и эксперты Colliers International, утверждающие, что в условиях финансового кризиса повышается вероятность успешной реализации торговых объектов среднего и малого формата по сравнению с суперрегиональными гигантами: «Подобно тому, как кризис 98-го года дал возможность развиваться и окрепнуть локальным сетям и местным производителям, так сегодняшние события дают шанс локальным девелоперам вывести на рынок свои проекты в области торговой недвижимости»³.

Таким образом, постоянно растущая в последние годы зависимость российского рынка кинопоказа от торговых центров ставит этот рынок в сложную ситуацию в условиях кризиса. В то время как операторы кинотеатров еще обладают ресурсами для развития киносети, стагнация на рынке торговой недвижимости тормозит распространение современного кинопоказа в России. Высокий уровень арендных ставок, продолжающих расти, уязвляет положение якорных арендаторов развлекательной зоны, прежде всего тех, чьи комплексы начали работать в 2007–2008 гг.: их контракты изначально предусматривают жесткие условия аренды, инвестиции на открытие еще не были возвращены, круг постоянных лояльных потребителей сложиться не успел, а

³ Commercial Real estate, №23 (106) / 01–15. 12. 08

экономический кризис уже урезает их доходы и прибыли. В то же время кинотеатры, открывшиеся 4–5 лет назад, менее подвержены кризисному влиянию: помимо своей «раскрученности», известности среди потребителей, они располагаются в лучших ТРК, открытых во времена доступности мест под строительство, и имеют лучшие условия аренды; к тому же затраты на открытие этих комплексов уже полностью или частично погашены. Опытные киноплощадки даже имеют возможность повышения качества и расширения ассортимента услуг с целью усиления своих конкурентных позиций: например, с помощью перехода на цифровую кинопроекцию.

Цифровой кинопоказ

В конце 2008 года количество цифровых кинозалов в России достигло **91**: они действовали в 73 кинотеатрах 39 российских городов. Лидирует по количеству цифровых кинозалов Москва (здесь функционируют уже 16 цифровых экранов), второе место делят Санкт-Петербург и Уфа (по 6 залов), на третьем – Красноярск с 5 залами. В целом сегодня уже **в каждом десятом кинотеатре России** имеется цифровое кинооборудование. Лидирующим игроком на рынке цифрового кинопоказа остается сеть «Синема Парк», имеющая в своем составе 26 цифровых залов, в каждом из которых установлено оборудование для воспроизведения контента в формате 3D; на втором месте – компания «Люксор» с шестью цифровыми 3D-залами; третье место заняла киносеть «Киномакс» с четырьмя 3D-залами (уже в январе 2009-го в сети открылся пятый зал – в новом мультиплексе в Краснодаре).

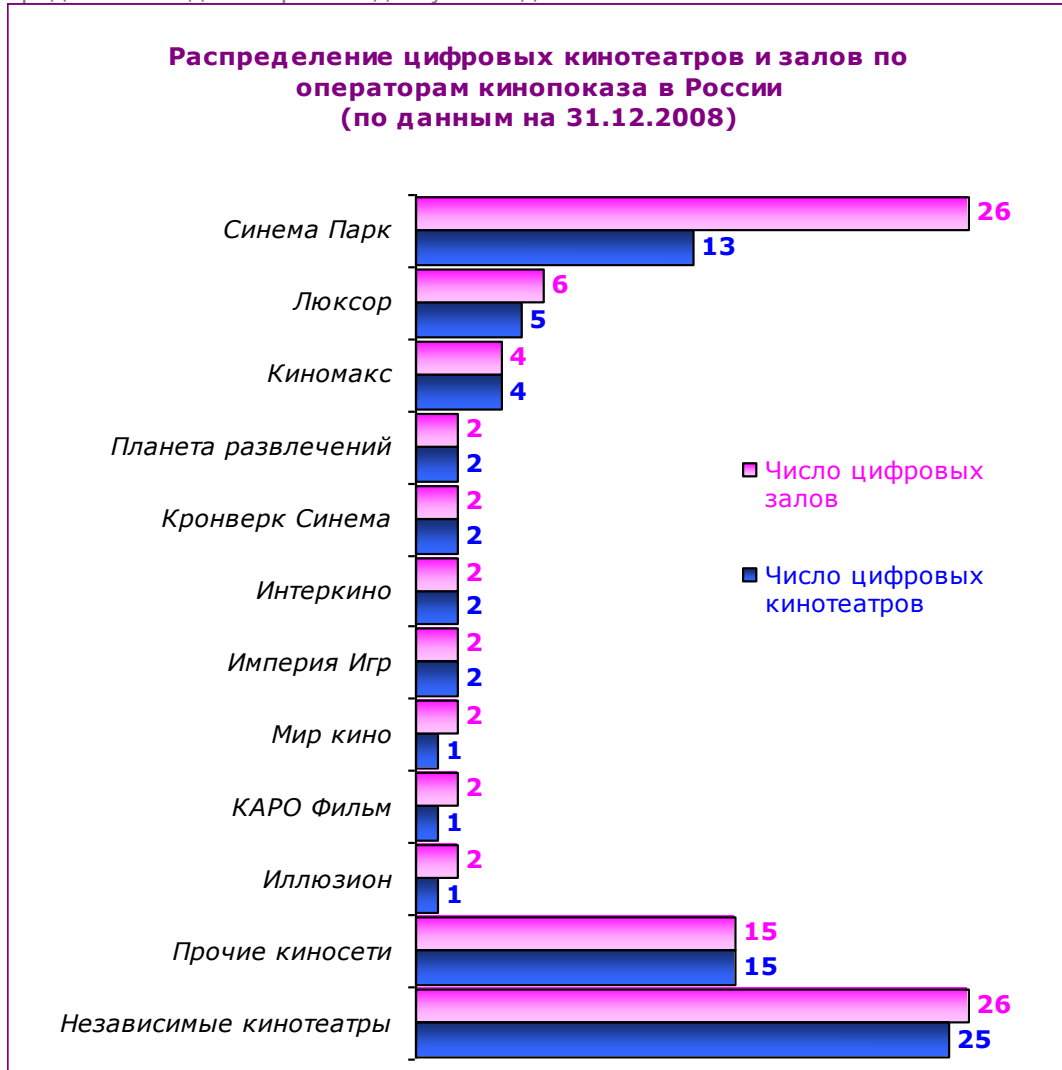


Рисунок 22. Распределение цифровых кинотеатров и залов по операторам кинопоказа в России (по данным на 31.12.2008)

Лидирующим комплектом оборудования для цифрового кинопоказа в России являются проекторы Christie и серверы цифрового кино Dolby, а также системы 3D-показа Dolby. При этом среди компаний-интеграторов цифрового оборудования кинопоказа лидируют Невафильм Cinemas и Cinemeccanica.

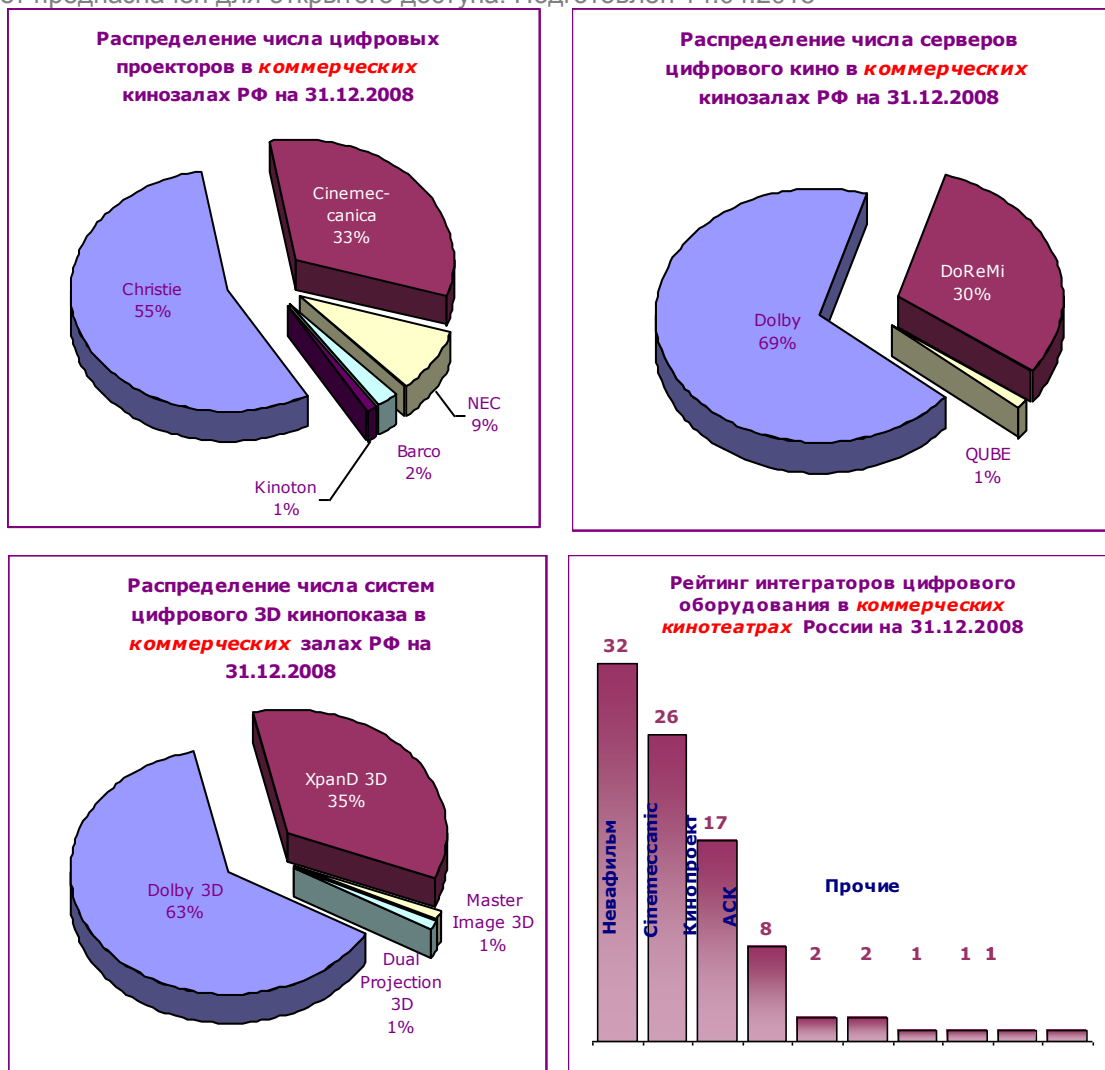


Рисунок 23. Рейтинг оборудования цифрового кинопоказа и его интеграторов в коммерческих кинотеатрах РФ (на 31.12.2008)

Число цифровых релизов в российском прокате год от года увеличивается: в 2007-м году в цифровом формате было выпущено 29 кинокартин, а в 2008-м уже вдвое больше – **63**. И это не только голливудские фильмы, но и ленты отечественного производства и других стран.

Причем к концу года число станций цифрового мастеринга в России достигло четырех: помимо действующих с 2007 года петербургской (Невафильм) и московской (ГИВЦ) были открыты лаборатории цифрового кино на Мосфильме и в компании СинеЛаб в Москве.

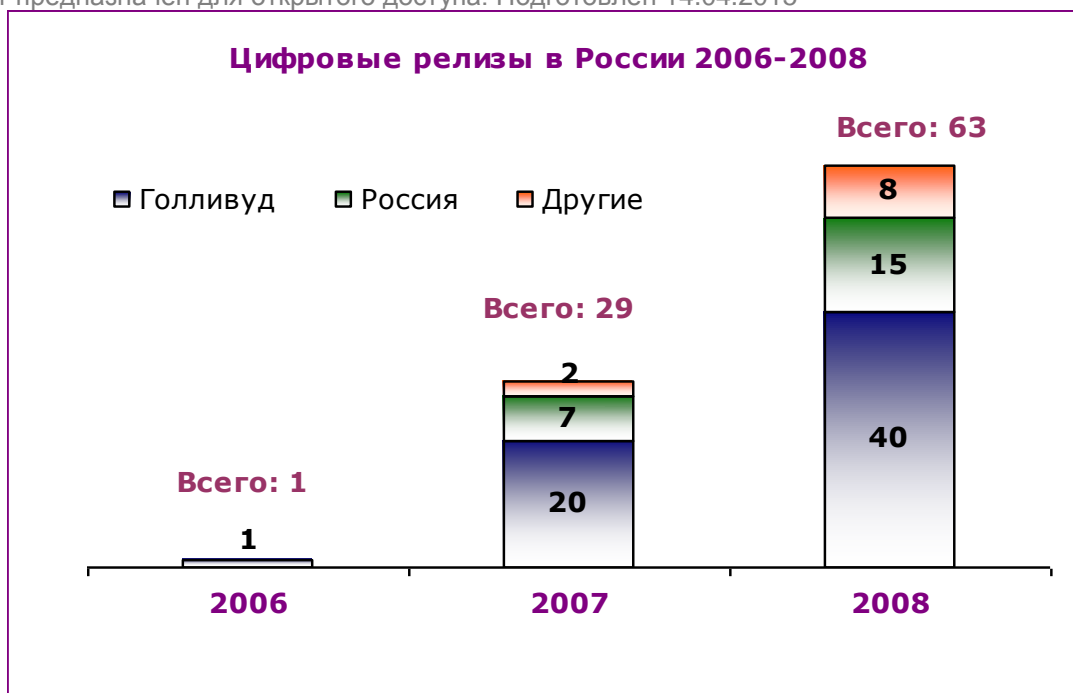


Рисунок 24. Цифровые релизы в России 2006–2008

Отметим также, что в 2008 году в стране осталось только два цифровых зала, не имеющих оборудования для 3D-показов: большой зал кинотеатра «Октябрь» в Москве (не оборудован в силу большого экрана и зала на 1 800 мест) и цифровой зал миниплекса «Сокол» в Липецке; все прочие операторы кинотеатров оборудовали свои цифровые экраны для показа трехмерных кинофильмов.

В прошедшем году в российском прокате таких картин было уже шесть, включая блокбастеры «Путешествие к центру Земли» и «Вольт»; а в 2009 году готовится уже вдвое большее число стереорелизов, среди которых «Монстры против пришельцев», «Ледниковый период-3: эра динозавров», «Гарри Поттер и принц полукровка» (30 минут которого будут демонстрироваться в стереоизображении), «Пункт назначения-4» и долгожданный «Аватар» Джеймса Камерона.



При этом цифровые 3D-фильмы становятся очень популярными, что позволяет им оставаться в прокате гораздо дольше, чем их двухмерным аналогам, и собирать при этом полные залы (так, по данным «Бюллетеня кинопрокатчика», последний 3D-релиз BVSPR – «Вольт», находящийся в прокате с 27 ноября 2008 года, только за две недели новогодних каникул 2009-го собрал более 6 млн руб.). Публику даже не останавливает повышенная стоимость цены билета на 3D-фильмы: по данным измерений Невафильм Research, в 2008 году средний рост цены предложения на трехмерных киносеансах в цифровых кинозалах России составил 30–40%.

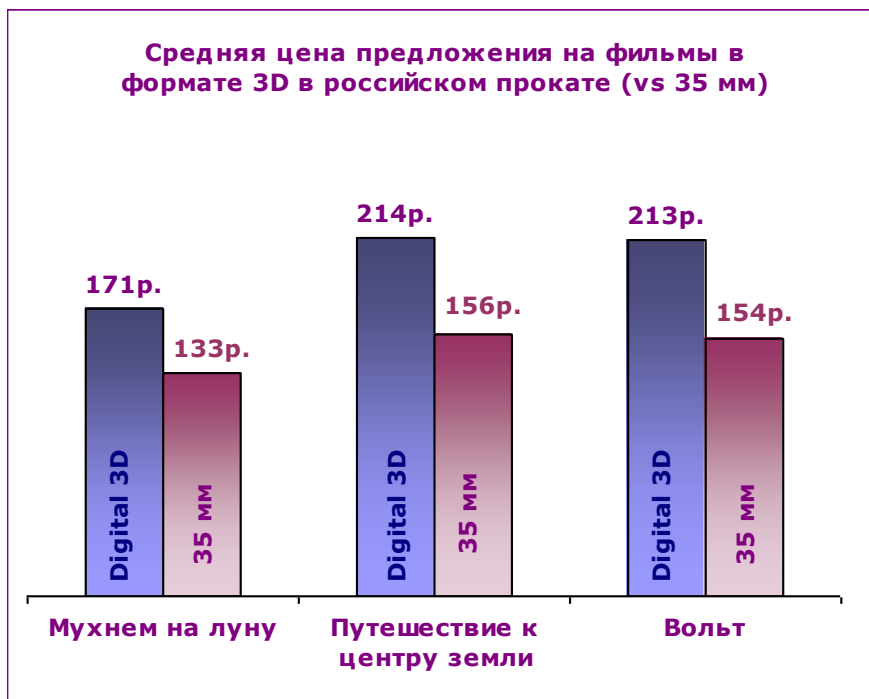


Рисунок 25. Средняя цена предложения на фильмы в формате 3D в российском прокате (vs 35 мм)

В итоге российские дистрибьюторы заработали на прокате цифровых 3D-копий существенно больше в расчете на один кинозал, чем на двухмерных фильмах⁴:



\$10 800
на 1 экран
(фильм также
выходил в
трехмерном
формате на
пленке)



\$74 400
на 1 экран
(**10%** копий,
вышедших в
цифровых
залах = **50%**
кассового
сбора)



\$54 500
на 1 экран
(**13%** копий,
вышедших в
цифровых
залах = **35%**
кассового
сбора)

Любопытно, что массовое открытие цифровых кинозалов в России происходит накануне цифровых релизов: «Беовульф» в ноябре 2007 года и «Путешествие к центру Земли» и «Вольт» – в сентябре–ноябре 2008-го.



Рисунок 26. Поквартальная динамика открытия новых цифровых кинозалов в России

Помимо трехмерных фильмов российские цифровые кинозалы в 2008 году также опробовали ряд других возможностей нового оборудования. Одним из самых интересных событий прошедшего года в этом отношении можно назвать прямые трансляции футбольных матчей в кинозалах. Первая такая трансляция

⁴ по данным ЗАО «Бизнес Медиа» и информации дистрибьюторов «Каро Премьер» и BVSPR

состоялась 14 мая в Санкт-Петербурге: кинотеатр «Джем Холл» продемонстрировал финальный матч кубка UEFA с участием клубов «Зенит» и «Глазго Рейнджерс». А в июне в этом же кинокомплексе при сотрудничестве с UEFA и компанией «Невафильм» были организованы трансляции матчей Чемпионата Европы по футболу, пользовавшиеся большим успехом у петербургских футбольных фанатов. Подобные трансляции матчей Евро—2008 были проведены по всей России, причем не только в цифровых кинотеатрах (отдельные кинозалы использовали для показов видеопроекторы), – в Москве, Краснодаре, Новокузнецке, Новосибирске, Красноярске и даже в Благовещенске.



Эксперименты были проведены также и в отношении такого вида альтернативного цифрового контента, как фильмы-концерты – в 2008-м на экраны российских кинотеатров были выпущено уже 3 таких картины («Зеленый театр в Земфире», «U2 в 3D» и «The Rolling Stones. Да будет свет»), показавшие хорошие результаты в прокате, особенно в пересчете на одну копию⁵:



–\$57 000
\$ 3 800
на 1 копию



–\$152 000
\$ 7 230
на 1 копию



–\$116 500
\$ 3 530
на 1 копию

⁵ по данным ЗАО «Бизнес Медиа»

Репертуарная политика кинотеатров

Кажущееся большим количество фильмов, выходящих на экраны российских кинотеатров (около 350), на деле превращается в ограниченное число картин в репертуаре страны. Так, по данным выборочного мониторинга недельной афиши кинотеатров в мае-апреле 2008 года, среднее количество фильмов на экранах России не превышало 40 фильмов в неделю. При этом более разнообразным оказался репертуар отдельно стоящих кинотеатров (96% недельной афиши страны), тогда как имеющие больше возможностей для расширения своего предложения многозальные кинокомплексы в ТРК демонстрировали чуть больше половины фильмов, находящихся одновременно в прокате в России.

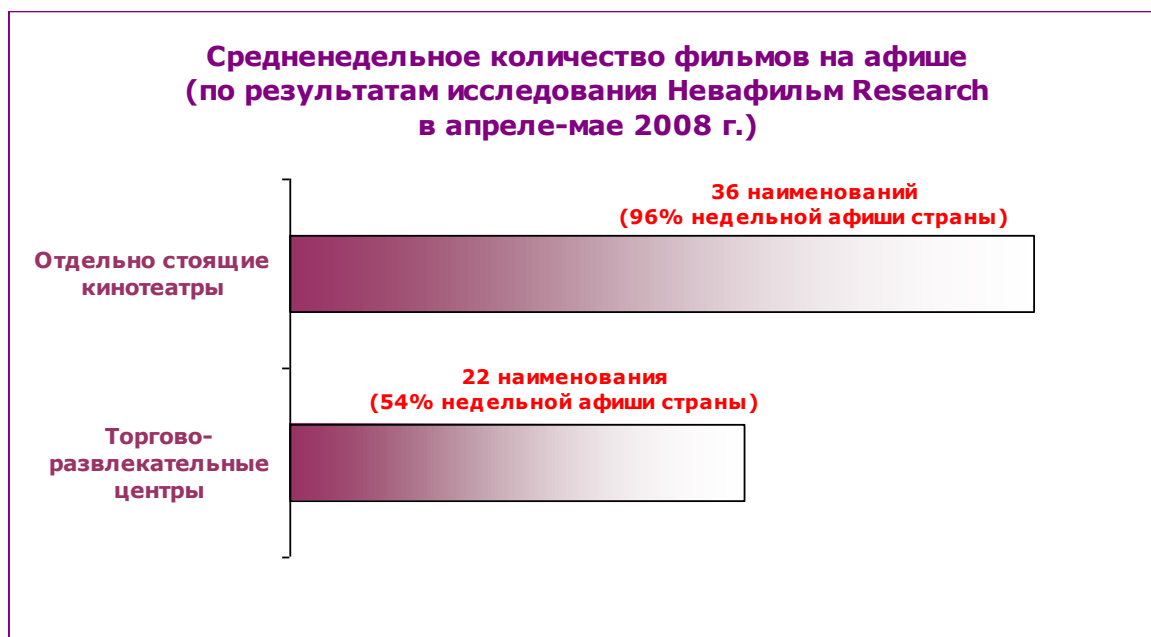


Рисунок 27. Средненедельное количество фильмов на афише российских кинотеатров (апрель-май 2008 г.)

При этом большинство кинокартин остаются на экранах достаточно короткое время: не более 3–4 недель, при этом преобладают в прокате (по числу киносеансов) фильмы только на 1–2-й неделях после релиза.



Рисунок 28. Среднее распределение числа сеансов фильмов в репертуаре российских кинотеатров в течение недели, ранжированное по дате релиза

Ротация картин в репертуаре российских кинозалов в 2008 году продолжила ускоряться: за год в среднем через один киноэкран страны прошло уже 34 кинофильма (в 2007-м их было 32, тогда как раньше – немногим более 20).



Рисунок 29. Среднее число копий фильмов, приходящееся на один современный российский кинозал в год

В результате многие фильмы, выпускаемые в России, как отечественного, так и зарубежного производства, просто не могут «прорваться» в широкий прокат и найти своего зрителя. И хотя средний кассовый сбор на одну копию в минувшем году вырос на

полторы тысячи долларов, по нашим оценкам, порядка **90** фильмов (т. е. четверть премьер 2008 года, в том числе и несколько кинолент, собравших в прокате более \$1 млн) не смогли окупить в прокате даже своих расходов на печать, логистику копий и рекламные материалы. Хотя этот результат улучшился с 2007 года, когда не окупились в прокате более 100 кинолент (около 30% релизов).



Рисунок 30. Средний кассовый сбор на одну копию (2004–2008)

Вместе с тем отечественные кинопоказчики стремятся сделать фильмы ограниченного проката более доступными для кинозрителей. Крупные киносети продолжают развивать артхаусные программы. В дополнение к появившимся в 2007 году специальным залам в кинотеатрах «Горизонт» и «Европа» сети «Формула кино» в Москве и в тольяттинском «Киноплексе» в августе 2008-го, аналогичный кинозал был запущен в московском «Октябре» (он стал экспериментальной площадкой для сети «Каро Фильм»); а компания «Синема парк» начала работу целой линейки фильмов, которые будут выходить в 5–7 региональных кинотеатрах сети под маркой «Кино по правилам и без», причем среди них преобладают не новые артхаусные фильмы, но уже успешно проявившие себя на других площадках картины, показы которых будут представлены как фестивали и специальные события.

Киносети

В рейтинге ведущих российских сетей кинотеатров продолжает уверенно лидировать «Каро Фильм» (напомним, что звание лидера эта сеть удерживает с 2005 года). Второе место благодаря открытию 48 залов в 6 мультиплексах (это максимальное число открытых за год новых киноэкранов среди всех российских операторов киносетей) заняла компания «Синема Парк», в минувшем году завершившая первый этап развития. На третью позицию сместился «Киномакс»; «Кронверк Синема», за счет открытия кинотеатров в Санкт-Петербурге и Москве, а также покупки мультиплекса в ТРК «Вэйпарк», поднялся на четвертое место; а вот «Формула кино» уступила свое традиционное третье место. После долгого отсутствия в десятку лидеров вернулась компания «Парадиз», открывшая кинотеатры «Пять звезд» в Костроме и Курске.

Таблица 8. ТОП 10 крупнейших операторов сетей кинотеатров России на 31.12.2008

(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место 2008	Место 2007	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	Каро Фильм	35	166	8,9%	Москва
2	4	Синема Парк	13	105	5,6%	Москва
3	2	Киномакс	23	92	4,9%	Москва
4	5	Кронверк Синема	13	80	4,3%	С.-Петербург
5	3	Формула Кино	14	67	3,6%	Москва
6	7	KinoStar	5	62	3,3%	Москва
7	6	Премьер-зал	43	57	3,1%	Екатеринбург
8	8	Арт Сайнс Синема	15	50	2,7%	Новосибирск
9	9	Люксор	10	41	2,2%	Москва
10	15	Парадиз	7	35	1,9%	Москва
Итого у этих операторов			178	755	40,5%	
Всего в России			736	1864	100,0%	

В 2008 году процесс смены владельцев кинотеатров, начавшийся с покупки сетью «Каро Фильм» московского миниплекса «Матрица», продолжился: за год около 50 кинозалов в 16 кинотеатрах перешли из одних киносетей в другие. Наиболее знаковым соглашением по слиянию-поглощению в 2008 году (помимо уже упомянутой продажи 16-зального «Мегакинотеатра

Сезон «Синема» в «Вэйпарке» сети «Кронверк Синема», сократившей число залов в комплексе до 11) можно назвать расширение киносети «Синема Инвест» (с участием «Банка Москвы»), состоявшееся благодаря объединению с казанским оператором «Сувар» (13 залов). И на этом волна слияний и поглощений не завершается – в наступившем 2009 году ожидаются новые сделки.

Показатель уровня концентрации рынка кинопоказа, рассчитанный на основе данных трех крупнейших киносетей (по числу проданных в 2008 году кинобилетов), в России пока по-прежнему невысок и практически не отличается от результатов 2007 года. Доля общероссийской посещаемости в кинотеатрах трех лидеров составляет – 19,5% (в 2007-м – 19,3%), при этом доля кассовых сборов, собранная в кинозалах этих сетей, не превышает 23,3% (год назад – 23,4%). Данные показатели вполне поразительны – с учетом того, что суммарный удельный вес числа кинотеатров и залов под управлением трех сетей-лидеров за год вырос: по кинотеатрам с 8,7% до 9,5%, а по кинозалам – с 16,9% до 17,9%. Этот факт еще раз подтверждает то, что в России киносеть расширяется быстрее, чем растет уровень кинопотребления.

Как и в прошлом году, компаниями, продавшими максимальное количество кинобилетов, стали «Каро Фильм», «Киномакс» и «Кронверк Синема», однако безусловным лидером является только сеть «Каро Фильм». Тогда как занимающие 4 и 5 позиции «Синема парк» и «Формула кино» опережают двух своих конкурентов по сумме кассовых сборов благодаря существенно более высокой средней цене кинопосещения. При этом, на наш взгляд, «Синема парк», занимающий вторую строчку рейтинга

киносетей по числу кинозалов, не попал по итогам 2008 года в тройку лидеров по посещаемости, поскольку большая часть новых кинотеатров компании начали свою работу лишь ближе к концу года (с сентября по декабрь было открыто четыре мультиплекса), что повлияло на общее количество проданных билетов в сети. То есть в 2009-м мы можем ожидать изменения в составе лидеров рынка кинопоказа, особенно с учетом остановки многих проектов в условиях кризиса и замедления темпов расширения отечественного кинорынка.

Сравнение российского показателя концентрации рынка кинопоказа с данными европейских стран также свидетельствует о весьма благоприятной ситуации для развития рынка кинозрелищных услуг в нашей стране.

Таблица 9. Уровень концентрации рынка кинопоказа, рассчитанный по числу кинопосещений, в Европе (2007 г.)* и в России (2008 г.)

Страна	Три крупнейшие киносети	Общее кол-во залов в стране	Доля к/т у 3-х сетей	Доля экранов у 3-х сетей	Доля посещений у 3-х сетей	Доля кассовых сборов у 3-х сетей
Великобритания	Odeon UCI/ Cineworld/ Vue	3514	32,9%	61,1%	н/д	н/д
Ирландия	Ward Anderson/ Odeon/ Cineworld	426	41,7%	51,4%	н/д	н/д
Австрия	Constantin/ Hollywood Megaplex/ UCI	570	22,1%	47,7%	н/д	н/д
Болгария	Kino Arena 2001/ Kino Arena/ Cinema City Bulgaria	113	6,7%	38,1%	н/д	н/д
Швейцария	Kitag/Pathé/Liag-Capitol	550	14,0%	31,3%	н/д	н/д
Эстония	Forum Cinemas/ Tallinnfilm	67	9,4%	28,4%	н/д	н/д
Франция	EuroPalaces/CGR/UGC	5333	6,6%	26,0%	н/д	н/д
Испания	Yelmo Films/ Compañía de iniciativas y espectáculos/ Cineparque y Espectáculos	4296	6,5%	14,2%	н/д	н/д
Словения	Kolosej Kinematografi/ Engro Tus	108	14,8%	50,9%	92,1%	н/д
Латвия	Forum Cinemas/ Balle K	46	6,3%	34,8%	82,1%	88,4%
Португалия	Lusomundo Cinemas/ Socorama/ UCI	546	29,5%	62,3%	82,1%	82,2%
Венгрия	Palace Mozi Szórakoztató Rt/ I.T. Magyar Cinema Rt./ Budapestfilm Rt	400	н/д	51,0%	78,2%	90,0%
Финляндия	Finnkino/ Savon Kinot/ Kino City	316	14,6%	36,1%	74,5%	76,5%
Хорватия	Blitz-Cinestar/ Issa Kina/ Ekran	124	11,2%	36,3%	72,1%	77,8%
Нидерланды	Pathé/ Jogchem's-Punt/ Wolff Cinema Groep	630	21,3%	32,1%	52,2%	52,4%
Россия-2008	Каро Фильм/ Киномакс/ Кронверк Синема	1 864	9,5%	17,9%	19,5%	23,3%
Турция	AFM Cinemas	1426	н/д	12,6%	18,6%	22,1%

* по данным "European Cinema Yearbook - 2008 final edition", Media Salles

Рекордный рост рынка кинопоказа страны в 2008 году был достигнут во многом благодаря действиям крупных – прежде всего федеральных – киносетей: на их долю пришлось 44% всех открытых в 2008-м кинозалов (в 2007-м было на 10% меньше). Отметим, что 76% новых экранов было открыто в крупных городах с числом жителей свыше 500 тыс. человек (в 2007-м – 62%); причем, в отличие от предыдущего года, меньшая доля открытий пришлась на рынок Москвы (15% – против 26% в 2007-м) и большая – на региональные центры (по 26% открытых залов в 2008-м году появилось в городах-миллионниках и 500-тысячниках – против 12% и 14% в 2007-м соответственно).

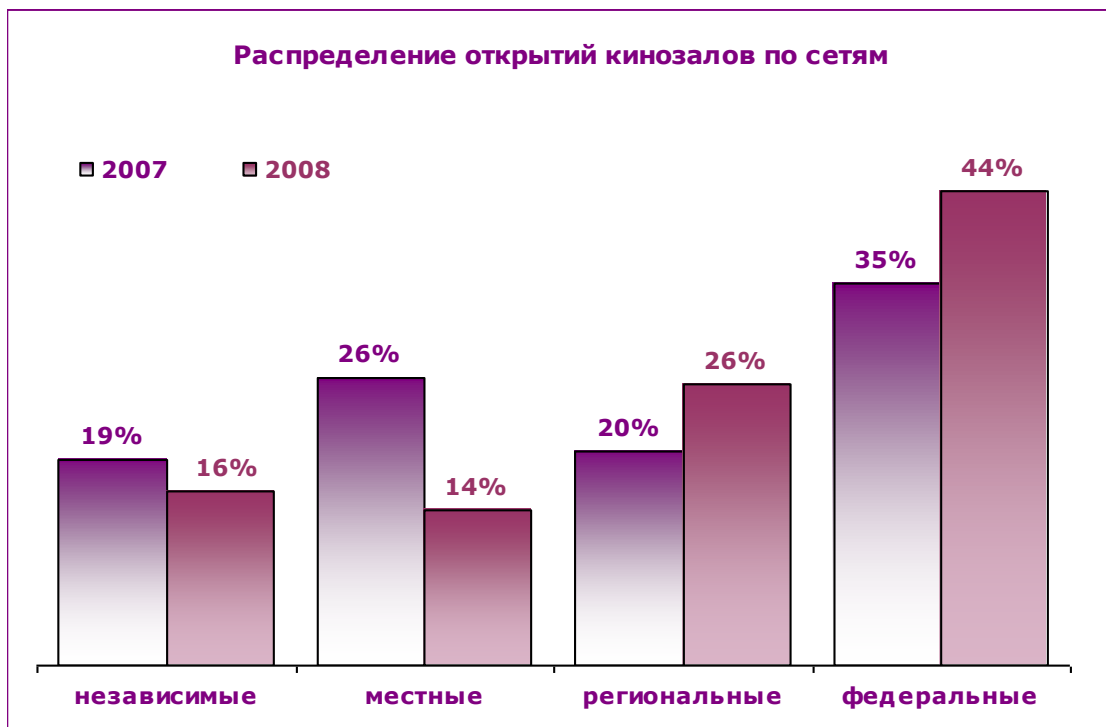


Рисунок 31. Распределение открытий кинозалов по сетям

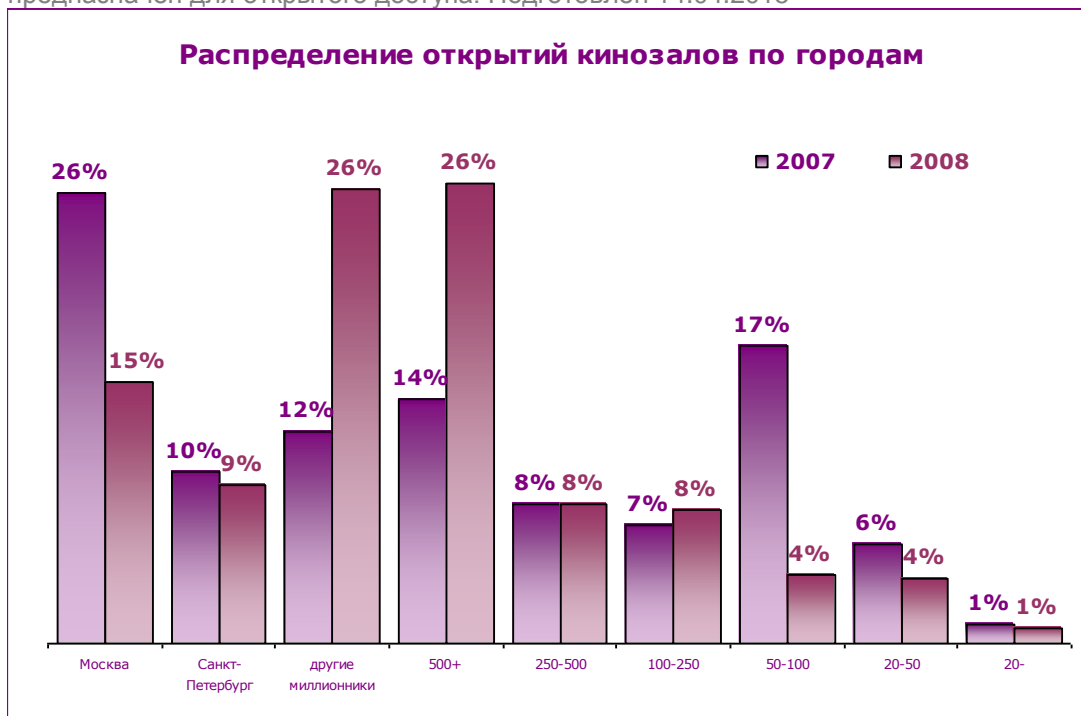


Рисунок 32. Распределение открытых кинозалов по городам

По нашим оценкам, в 2008 году подошла к завершению масштабная экспансия ведущих киносетей в регионы, поэтому последующий рост числа современных кинозалов в России замедлится. Уже к концу истекшего года многие операторы киносетей заявили, что вынуждены пересмотреть планы своего развития в связи с ухудшившимися условиями кредитования, а также из-за проблем девелоперов торговых центров и строительной сферы в целом. И если в 2009 году еще можно будет ожидать, что рост рынка кинопоказа продолжится (за счет ввода в эксплуатацию уже строящихся киноплощадок), то в 2010–11 гг. число новых кинотеатров наверняка сократится; проектов строительства ТРК и кинотеатров становится все меньше, подход инвесторов к ним становится все более осторожным, а возможности роста посещаемости и кассовых сборов в условиях снижения доходов населения и разворачивающегося экономического кризиса резко ограничиваются.

В борьбе за зрителя наступает время качественной конкуренции, что сулит не только новые проблемы, но и новые

возможности для руководителей отдельных кинотеатров и кинотеатральных сетей, способных благодаря нестандартным решениям и гибкой репертуарной и ценовой политике обратить неблагоприятную ситуацию себе на пользу.

Рынок кинорекламы⁶

В 2008 году на рынке рекламы в кинотеатрах произошли существенные изменения. В одну компанию – «Синема 360» – объединились конкурирующие агентства «Кармен Медиа» и «Синема Интернешнл». Таким образом, на рынке теперь работают два специализированных рекламных агентства: «Синема 360» и рекламная служба сети «Каро Фильм» – «Киномедиа».

По оценке «Синема 360», объем рынка в 2008 году достиг **650 млн руб. (\$26 млн)**; при этом, по оценкам рекламного агентства «Кармен Медиа», в 2007 году рынок кинорекламы составлял около 562 млн руб. – таким образом, годовой прирост равен примерно **16%**. До 80% оборота приходится на демонстрацию роликов перед сеансами, однако разрозненная система мониторинга рекламы в кинотеатрах пока не позволяет дать точных оценок долей операторов, количества рекламодателей и рекламных бюджетов.

Весь 2008 год шел целенаправленный процесс снижения стоимости показа рекламного ролика, который бы позволил увеличить количество рекламодателей. Практически исчерпанный ресурс увеличения скидок от прайсовых цен дополнялся расширением бонусных программ и, в частности, введением недельных схем размещения, предусматривающих существенное количество бонусных показов. В итоге общий порядок скидок (с учетом бонусов) для рекламодателей колеблется на уровне 75-85%.

⁶ Раздел подготовлен при участии Сергея Болотина, компания «Синема 360»

Главная проблема – высокая стоимость рекламного контакта – осталась. Кинотеатры могут предложить рекламодателям 1 000 контактов с кинозрителями за \$150. В то время как ТВ обеспечивает тоже количество контактов за \$3, наружная реклама – за \$1,5, радио – за \$7, Интернет – за \$6.

Снижение потребительской активности в мире и начавшаяся рецессия экономики ведет к сокращению рекламных бюджетов на B2C- и B2B-рынках. Самым заметным стало падение объемов рекламы автомобилей, а в январе 2009-го кризис добрался и до товаров народного потребления: так, резко сократила объемы рекламы на телевидении в России компания Procter & Gamble. Отечественный рекламный рынок проявляет негативный тренд по всем направлениям – от телевизионной до печатной, интернет и наружной рекламы. В результате все рекламные медиа в 2009 году пойдут на предоставление скидок на свои услуги. В этих условиях низкая эффективность соотношения охвата аудитории и стоимости рекламы в кинотеатрах может повлечь за собой сокращение данной статьи дохода в бюджетах кинопоказчиков, что будет особенно огорчительно на фоне сохранения тенденции увеличения количества кинозрителей.

В 2008 году кинотеатры стали более активны в отношении современных технологий, применяемых для коммуникации со зрителями в целях маркетинга. Сегодня можно купить билеты не только в автоматических кассах, но и on-line – в Интернете или по мобильному телефону, оплатив покупку с помощью виртуальных денег. Также в 2008-м реклама кинофильмов впервые появилась в автоматах электронной оплаты счетов (первыми рекламными кампаниями такого рода сопровождался прокат фильмов «Железный человек», «Однажды в Вегасе» и «Индиана Джонс и

Королевство хрустального черепа»). В кинотеатрах сетей «Каро Фильм», «Киномакс», «Синема Парк» зрителям была предложена оригинальная услуга мобильного Bluetooth маркетинга: на территории комплексов вместе с рекламной информацией можно загрузить расписания сеансов, картинки и музыкальные темы из любимых фильмов.

Кинобары⁷

Несмотря на то что в России действует уже почти 740 кинотеатров, кинобары имеются не более чем в **500** из них (т. е. порядка **32%** современных кинокомплексов не продают попкорн), хотя concession-зона приносит владельцам не менее **25%** от билетной выручки. Таким образом, объем рынка кинобаров может быть рассчитан исходя из данных о кассовых сборах в России и числа кинотеатров, имеющих зоны для продажи попкорна: по подсчетам Невафильм Research, доходы concession-бизнеса в России в 2008 году составили порядка **\$175 млн.**

При этом рост числа кинобаров в России, составляющий **25%** в год, происходит преимущественно за счет открытия новых кинотеатров, всегда планирующих размещение concession-зон на своей территории. Тогда как действующие комплексы, не имеющие кинобаров, (как правило, это модернизированные советские кинотеатры) крайне неохотно идут даже на такие затраты, как приобретение одного попкорн-аппарата, поскольку опасаются заняться новым и малознакомым для них делом – общепитом. Немногие кинопоказчики, управляющие такими кинотеатрами, отваживаются оборудовать кинобары – их число добавляет не более **2–3%** ежегодного роста рынка.

⁷ Раздел подготовлен при участии Искандера Аминова, Группа «Деловая Русь»

Между тем в последнее время наметился существенный прогресс в понимании кинопоказчиками тех выгод, которые может принести concession-зона: в результате усилий компаний, работающих на концессионном рынке, владельцы кинотеатров осознают, что кинобар может приносить более 50% от выручки, зачастую превышая размеры чистого заработка от проката! В 2007–2008 гг. кинотеатры стали более внимательно изучать успешный опыт, в результате чего рентабельность кинобаров стала расти.

Что касается структуры продаж и выручки, то «звездой» кинобара является, конечно же, попкорн. Занимая 20–25% от общих месячных закупок (попкорн+вода+пиво+прочее; крепкий алкоголь в «правильном» кинобаре не реализуется), он приносит около 60% прибыли кинобара.

Если говорить о денежном объеме рынка кино-concession в России, то с момента появления первого современного кинотеатра («Кодак-Киномир»), наблюдается устойчивый рост и концессионного бизнеса, как с точки зрения оптовых поставщиков, так и в доле бизнеса кинотеатров. С 0% доля прибыли, приносимой кинотеатру concession-баром, выросла до 25% (в абсолютных величинах это весьма заметный рост, с учетом роста числа кинотеатров в России). Что касается последних лет, когда отечественный кинорынок стал, что называется, «развитым», то для среднего кинотеатра и его кинобара рост продаж можно определить на уровне 10–15% в год, что происходит благодаря оптимизации работы действующего бара.



Рисунок 33. Динамика индекса среднего объема продаж кинобара в кинотеатрах России (100%=2005 год)

На оптимизацию, т. е. на рост выручки кинобара, влияют как привыкание кинозрителя к попкорну, так и введение в ассортимент новых успешных позиций и вывод из него неуспешных. В последние годы самым успешным из нововведений стало появление в барах чипсов «Начос». Также весьма успешным товаром оказался микроволновой попкорн – зрители охотно покупают его домой. В отдельных городах в кинобарах популярна сахарная вата, являющаяся еще более рентабельным продуктом, чем попкорн; тем не менее в большинстве регионов сахарную вату пока не продают, что, однако, оставляет широкие перспективы для роста рынка. Кроме того, отказ от продажи стаканов для попкорна маленьких объемов также напрямую влияет на выручку, увеличивая ее объем до 10%. Среди других факторов, позволяющих повысить эффективность коцессионного бизнеса, можно отметить: обучение персонала и оптимизацию его количества, повышение качества контроля за работниками; улучшение оформления кинобара (ремонт); оптимизацию расположения кинобара (чем ближе к входу в кинозал, тем лучше – поэтому сегодня в многозальных кинотеатрах становится нормой

наличие нескольких кинобаров); также нельзя забывать о главнейшем факторе – посещаемости кинотеатра в целом, благодаря которому средний объем выручки кинобара в российском кинотеатре с 2005 года вырос более чем в два с половиной раза (хотя при высоком потоке посетителей доля выручки кинобаров может снижаться ввиду того, что не все посетители успевают купить попкорн и напитки, – поэтому важное значение приобретает грамотная организация обслуживания покупателей в кинобаре).

Рынок кинопоказа Московского региона

31. 12. 2007 –	97 кт / 372 экрана (среднее число залов на кинотеатр – 3,8) 35 кт / 228 экранов в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 6,5)
31. 12. 2008 –	104 кт / 415 экранов (среднее число залов на кинотеатр – 4,0) 42 кт / 271 экран в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 6,5)

В 2008 году в Московском регионе было открыто 53 кинозала в 10 кинотеатрах. Закрыты 3 кинотеатра (10 залов): в июле на реконструкцию был закрыт двухзальный «Пионер», а в декабре прекратили деятельность двухзальный кинотеатр «Волгоград», вышедший из состава сети «Центрфильм», и однозальный «Комсомолец».

Несколько столичных кинотеатров поменяли в прошедшем году собственника: с 1 января 2008-го четырехзальный «Матрица» начал работать в составе киносети «Каро Фильм»; в феврале кино клуб «Фитиль» прекратил сотрудничество с компанией «Московское кино»; а в июле петербургская сеть «Кронверк Синема» купила мегаплекс «Сезон Синема» в ТРК «Вэйпарк», закрыв при этом пять кинозалов в комплексе.

Самым крупным открытием в регионе в 2008 году стал запуск 15-зального мультиплекса «KinoStar New York» в ТК «Белая дача» в марте; причем в марте 2009-го этот комплекс стал единственным

в России 16-зальным мегаплексом – после того, как здесь начал работу первый в стране цифровой кинозал IMAX.

Среди других крупных открытий минувшего года в московском мегаполисе следует отметить восьмизальный мультиплекс сети «Формула кино» в Люблино (открыт в сентябре 2008-го), а также семизальные кинотеатры «Кронверк Синема Облака» в Орехово-Борисово (открыт в конце февраля, а в апреле сюда было перенесено оборудование для цифрового кинопоказа из миниплекса «МДМ-кино») и «Синема Стар на Дмитровке» (открыт 20 декабря 2008-го).

Кроме того, в январе сеть «Центрфильм» открыла трехзальник в ТРК «Времена года» на Кутузовском проспекте (комплекс ориентирован на кинозрителей с высоким уровнем доходов); в мае начал работу второй кинотеатр сети «Каро Фильм» в Зеленограде – четырехзальный «Иридиум»; также четырехзальник был открыт в ноябре киносетью «West» в ТРК «Принц плаза» – «Бумеранг на Теплом стане».

В Московском регионе в 2008 году были открыты еще несколько кинозалов в отдельно стоящих зданиях (не в ТРК). Продолжилась модернизация сети детских кинокомплексов, находящихся под управлением Комитета по культуре города Москвы: в январе 2008-го был открыт реконструированный однозальник «Полет», в сентябре – «Молодежный», а в декабре был проведен ремонт в кинотеатре «Юность». Наконец, в декабре же были открыты два дополнительных зала «Киноцентра на Красной Пресне» – теперь здесь действуют 5 современных киноэкранов, а также был запущен один из трех кинозалов нового VIP-комплекса «Варшава» сети «Каро Фильм».

Всего за 2008 год число кинозалов в Московском регионе выросло на **11,6%**, а число киноэкранов в торговых центрах увеличилось на **18,9%**. При этом на сегодняшний день доля кинозалов в ТРЦ в столице составляет **65%**, что на 4% выше, чем в конце 2007-го.

Самым заметным изменением в рейтинге сетей кинотеатров Московского региона за прошедший год можно назвать стремительное продвижение на пятую позицию питерского оператора «Кронверк Синема», ставшее возможным благодаря открытию семизальника в Орехово-Борисово и покупке мультиплекса в ТРК «Вэйпарк». Лидирующие позиции на московском кинорынке по-прежнему занимают компании «Каро Фильм» и «Формула кино».

Таблица 10. Московский регион: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)

Место 2008	Место 2007	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Каро Фильм	19	82	20%
2	2	Формула Кино	13	63	15%
3	3	KinoStar	3	38	9%
4	4	Синема Парк	3	23	6%
5	18	Кронверк Синема	3	22	5%
6	9	Синема Стар	3	20	5%
7	6	Люксор	5	20	5%
8	7	Центрфильм	6	19	5%
9	8	Парадиз	4	17	4%
10	10	West	4	16	4%
Итого у этих операторов			63	320	77%
Всего в Москве			104	415	100%

Среди распределения современных кинотеатров в Москве по количеству кинозалов в течение 2008 года существенных изменений не произошло, однако самым крупным столичным мультиплексом теперь является 15-зальный «KinoStar New York», тогда как 16-зальных кинокомплексов на конец года в России больше не осталось.

Таблица 11. Распределение современных кинотеатров Московского региона по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1-зальные	27	27	6,5%
2 зала	14	28	6,7%
3 зала	10	30	7,2%
4 зала	19	76	18,3%
5 залов	10	50	12,0%
6 залов	7	42	10,1%
7 залов	3	21	5,1%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	63	247	59,5%
8 залов	4	32	7,7%
9 залов	3	27	6,5%
10 залов	1	10	2,4%
11 залов	3	33	8,0%
12 залов	2	24	5,8%
15 залов	1	15	3,6%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	14	141	34,0%
Всего по Москве	104	415	100,0%

В конце 2008 года в Московском регионе действовало 10 кинотеатров, в которых размещалось 15 цифровых кинозалов, и только один из них не имел возможности демонстрировать фильмы в формате 3D Digital. Причем за прошедший год в городе было оборудовано 6 новых цифровых экранов, среди них: «Кронверк Синема Облака» (взамен «МДМ-кино»), второй зал «Синема Парк на Октябрьском Поле», кинозал «Nescafe IMAX» в комплексе «Киносфера», кинотеатры «Люксор» в Митино и в Отрадном, а также большой зал кинотеатра «Художественный».

Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга

31. 12. 2007 – 33 кт / 155 экранов (среднее число залов на кинотеатр – 4,6)
 21 кт / 128 экранов в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 6,1)
31. 12. 2008 – 36 кт / 185 экранов (среднее число залов на кинотеатр – 5,1)
25 кт / 159 экранов в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 6,4)

В течение 2008 года в Санкт-Петербурге было открыто лишь 4 новых кинокомплекса, число вновь открытых кинозалов составило 32, причем все открываемые в Петербурге кинотеатры по традиции располагаются в торгово-развлекательных центрах. Закрыт был лишь один кинотеатр: однозальный «Джем Холл на Ленинском»;

кроме того, киноцентр «Пик» переоборудовал один из своих кинозалов под игровую зал.

Так же, как и в Москве, управляющая компания «Rising Star Media» в Санкт-Петербурге ответственна за открытие крупнейшего в 2008 году кинотеатра: десятизальника «KinoStar» в ТРК «Мега-Дыбенко» (открыт в октябре). Сеть «Кронверк Синема» в июле 2008-го открыла новый восьмизальный мультиплекс в ТРК «Феличита» на ул. Коллонтай. В конце мая был запущен семизальный миниплекс «Каро Фильм» в ТРК «Атмосфера», а в сентябре завершилось полномасштабное открытие семизальника «Мираж Синема в Озерках», где был установлен цифровой кинопроектор с возможностью 3D-показа. Кроме того, в декабре возобновил свою деятельность, после 5-месячного простоя, однозальник «Юнион» на Невском проспекте, открывшийся под управлением уже нового оператора.

Общий рост числа современных кинозалов в Санкт-Петербурге в 2008 году составил **19,4%**, при этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах увеличилось на **24,2%**. На сегодняшний день в петербургских ТРК располагается уже около **86%** экранов города (за год этот показатель вырос на 3,4%).

Любопытно, что с конца 2007 года на рынке кинопоказа Санкт-Петербурга не произошло никаких изменений в рейтинге киносетей. При этом усилили свои позиции операторы киносетей, занимающие 3 и 4 места в рейтинге: доля рынка кинозалов в руках компании «Rising Star Media» увеличилась на 4%, а сети «Мираж Синема» – на 2%. Соответственно, доли остальных участников рынка немного снизились.

Таблица 12. Санкт-Петербург: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)

Место 2008	Место 2007	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Кронверк Синема	8	48	26%
2	2	Каро Фильм	7	42	23%
3	3	KinoStar	2	24	13%
4	4	Мираж синема	4	19	10%
5	5	Синема Парк	1	9	5%
6	6	Роскино	1	7	4%
7	7	Синема-Мир	1	6	3%
8	8	Русское поле	1	6	3%
9	9	Mori Cinema	1	5	3%
10	10	Киномакс	1	4	2%
Итого у этих операторов			27	170	92%
Всего в С.-Петербурге			36	185	100%

Как и в Москве, в Санкт-Петербурге структура кинотеатров по числу залов в комплексе остается стабильной: понемногу продолжает убывать доля однозальников (-1,2% за год) и прирастать значение многозальных кинотеатров, причем доля миниплексов осталась на уровне 2007 года благодаря приросту числа 7-зальников (на 9%), тогда как процент менее многозальных комплексов сокращается (от 1 до 4% за год).

Таблица 13. Распределение современных кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 31 декабря 2008 года

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1-зальные	5	5	2,7%
2 зала	6	12	6,5%
4 зала	3	12	6,5%
5 залов	4	20	10,8%
6 залов	6	36	19,5%
7 залов	6	42	22,7%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	25	122	65,9%
8 залов	2	16	8,6%
9 залов	2	18	9,7%
10 залов	1	10	5,4%
14 залов	1	14	7,6%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	6	58	31,4%
Всего по С.-Петербургу	36	185	100,0%

В Санкт-Петербурге в настоящее время действуют шесть цифровых кинозалов в 5 кинотеатрах. За прошедший 2008 год цифровая карта мегаполиса пополнилась тремя новыми киноплощадками: однозальником «Джем Холл на Петроградской» и по одному залу в кинотеатрах «Мираж Синема в Озерках» и «Кристалл Палас» на Невском проспекте.

В заключение обзора рынка столичных городов России отметим, что Московский регион на сегодняшний день не является самым обеспеченным современными кинозалами российским мегаполисом: по показателю плотности киноэкранов на 100 тыс. жителей столицу уже опережают не только Санкт-Петербург и Казань, но также Екатеринбург, Уфа и Новосибирск. Среди крупных городов, отстающих от лидеров, наибольшие резервы для роста рынка, по данным на конец 2008 года, имеются в Ростове-на-Дону и в Нижнем Новгороде, тогда как Омск, Самара и Челябинск стремительно догоняют лидирующие города-миллионники.

Таблица 14. Рейтинг городов-миллионников по количеству современных кинозалов на 100 тыс. жит. на 31 декабря 2008 года (Московский регион = 100%)

Место 2008	Место 2007	Город	Численность населения (тыс. чел.)	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.	% от уровня Московского региона
1	1	Казань	1 120,2	11	50	4,46	124%
2	2	Санкт-Петербург	4 568,0	36	185	4,05	112%
3	3	Екатеринбург	1 323,0	13	53	4,01	111%
4	8	Уфа	1 021,5	8	40	3,92	108%
5	5	Новосибирск	1 390,5	14	52	3,74	103%
6	4	Московский регион	11 484,7	104	415	3,61	100%
7	6	Челябинск	1 092,5	12	35	3,20	89%
8	7	Самара	1 135,4	7	34	2,99	83%
9	10	Омск	1 131,1	8	25	2,21	61%
10	11	Нижний Новгород	1 274,7	12	26	2,04	56%
11	9	Ростов-на-Дону	1 048,7	7	20	1,91	53%



© Центр Пространственных исследований
www.geointellect.ru; info@geointellect.ru; +7-921-9837073



www.geointellect.ru; info@geointellect.ru; +7-921-9837073





Региональный рынок кинопоказа

31. 12. 2007 - 541 кт / 1021 экран (среднее число залов на кинотеатр – 1,9)
77 кт / 326 экранов в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 4,2)
- 31. 12. 2008 - 596 кт / 1264 экрана (среднее число залов на кинотеатр – 2,1)
114 кт / 530 экранов в ТЦ (среднее число залов на ТЦ – 4,6)**

С 1 января по 31 декабря 2008 года в регионах России было открыто 75 кинотеатров (270 кинозалов) – это более чем в полтора раза выше, чем годом ранее (за 2007 год региональный рынок пополнился 170 кинозалами в 56 кинотеатрах). При этом были закрыты 27 залов в 20 кинотеатрах. Рост регионального рынка кинопоказа за 2008 год составил 23,8% (в декабре 2007 года в стране насчитывался 1021 нестоличный кинозал); при этом рост числа кинозалов в ТРЦ составил 62,6%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРК достигла 41,9%, что на 10% выше прошлогоднего уровня.

Таблица 15. ТОП 10. Крупнейшие региональные операторы сетей кинотеатров России (за пределами МР и СПб) на 31 декабря 2008 года (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место 2008	Место 2007	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	Киномакс	18	76	6,0%	Москва
2	7	Синема Парк	9	75	5,9%	Москва
3	3	Премьер-зал	43	56	4,4%	Екатеринбург
4	4	Арт Сайнс Синема	15	50	4,0%	Новосибирск
5	2	Каро Фильм	9	42	3,3%	Москва
6	6	ИнвестКиноПроект	5	34	2,7%	Москва
7	5	Монитор	10	27	2,1%	Краснодар
8	12	Люксор	5	21	1,7%	Москва
9	9	Роскино	9	19	1,5%	Москва
10	34	Парадиз	3	18	1,4%	Москва
Итого у этих операторов			126	418	33,1%	
Всего в России			596	1264	100,0%	

Крупнейшим региональным оператором кинотеатров (за пределами Московского региона и Санкт-Петербурга) по итогам 2008 года осталась сеть «Киномакс»; однако масштабные открытия мультиплексов в регионах страны позволили

компании «Синема Парк» вплотную приблизиться к лидеру (по числу современных кинозалов). Тогда как низкая активность киносети «Каро Фильм» на нестоличном рынке в минувшем году способствовала снижению регионального рейтинга этого оператора до 5-го места. Сети «Люксор» и «Парадиз», открывшие в 2008-м по два многозальника в Центральном федеральном округе, сумели серьезно повысить свое положение в региональном рейтинге киносетей.

Таблица 16. Распределение современных региональных кинотеатров России по количеству залов (на 31 декабря 2008 года)

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1-зальные	321	321	25,40%
2 зала	145	290	22,94%
3 зала	38	114	9,02%
4 зала	32	128	10,13%
5 залов	12	60	4,75%
6 залов	18	108	8,54%
7 залов	8	56	4,43%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	253	756	59,81%
8 залов	15	120	9,49%
9 залов	5	45	3,56%
10 залов	1	10	0,79%
12 залов	1	12	0,95%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	22	187	14,79%
Всего в регионах России	596	1264	100,00%

Четверть региональных российских кинотеатров – однозальные, хотя за прошедший год их доля сократилась на 5%, так же как и двухзальников (в конце 2007-го 1–2-зальные кинотеатры в России составляли 30% и 28% рынка соответственно). Более чем на 2% выросла доля 6–7-зальных киноплощадок в регионах, а суммарная доля мультиплексов (8–12 залов) увеличилась на 4,5%.

Таблица 17. Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России (на 31 декабря 2008 года)

Округа	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
Московский регион	104	415	22%
Приволжский ФО	121	333	18%
Центральный ФО (без учета МР)	116	233	13%
Сибирский ФО	106	230	12%
Санкт-Петербург	36	185	10%
Уральский ФО	83	174	9%
Южный ФО	74	151	8%
Дальневосточный ФО	56	78	4%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	40	65	3%
Всего в России	736	1864	100%

Самым крупным региональным рынком кинотеатров в России остается **Приволжский федеральный округ** (18% современных кинозалов страны). В течение 2008 года здесь было открыто 79 залов в 17 кинотеатрах. Закрыты были 8 кинотеатров (14 залов), среди них: однозальники «Спутник» в Нижнем Новгороде, «Триумф» в Перми, «Шипка» и «Современник» в Самаре и «Буревестник» в Тольятти; двухзальники «Дружба» в Казани и «Дом кино» в Кирове; пятизальник «Формула кино» в Тольятти.

2008 год стал рекордным для регионального рынка кинопоказа по числу новых открытий, произведенных преимущественно федеральными операторами киносетей. Приволжский федеральный округ стал одним из главных регионов экспансии: так, в минувшем году сеть «Синема Парк» открыла сразу четыре мультиплекса в городах округа, среди них пермский восьмизальник в ТРК «Семья» (открыт в феврале 2008-го), 7- и 9-зальные кинокомплексы в Уфе (в ТРК «Галерея Арт» – открыт в сентябре и в ТРК «Семья» – открыт в ноябре), а также 6 залов нижегородского восьмизальника в ТРК «Фантазия», начавшие работу в конце декабря.

В начале 2008 года был осуществлен запуск второго проекта компании «Русский кинопрокат» – речь идёт о 6-зальном «Кинодоме» в ТРК «Пассаж» в Пензе; на сегодняшний день этот кинокомплекс стал единственным кинотеатром оператора после перехода Челябинского развлекательного центра под управление «Роскино». Также в Пензе в конце августа был открыт третий кинотеатр сети DVI Cinema – пятизальный «Роликс»; второй кинотеатр оператора начал работу в мае также в Приволжском ФО – это двухзальный «Кама» в Чайковском.

Крупные открытия прошли в 2008-м и в Самаре: в апреле открылся семизальный миниплекс «Киномост» в ТРК «Космопорт», а в августе – шестизальный «Киноплекс» в ТРЦ «Аврора».

Пермский региональный оператор Very Velly в ноябре открыл четырехзальный «Панорама» в ТРК «Петровский» в Ижевске, а также зал SimEx 4D в ТРК «Колизей Синема» в Перми. Еще один кинозал в Перми был открыт в апреле в составе пермской синематеки – в кинотеатре «Премьер».

Ульяновский оператор «Ивановф и Ко» в мае открыл первый кинотеатр в торговом центре города – трехзальный «Кинопарк» в ТРК «Версаль». А компания «Стар Синема Менеджмент», управляющая киносетью в Казахстане, в августе запустила первый российский кинотеатр – трехзальный в ТРЦ «Панорама» в Альметьевске. Еще одним новым многозальником в округе стал 5-зальный «Кинопростор» в ТРК «Простор» в Уфе (открыт в марте 2008-го).

Среди других открытий в Поволжье можно отметить однозальники «Октябрь» в Нефтекамске (март), КДЦ «Спутник» в поселке Шатки (июль) и «Спутник» в Заволжье (октябрь), двухзальник в ТРК «Рояль» в Дзержинске Нижегородской области, а также третий зал кинотеатра «Мир» в Балаково.

Кроме того, несколько приволжских кинотеатров в течение 2008 года сменили управляющую компанию. В Димитровграде однозальник «Спутник», находившийся под управлением самарской компании «СОК», перешел в руки тольяттинской «Vega-фильм»; в Нижнем Новгороде однозальный кинотеатр «Импульс» вошел в состав сети «Каро Фильм»; а 13 залов в трех кинотеатрах казанской сети «Сувар» перешли под управление нового оператора – «Синема Инвест».

Число **цифровых кинозалов** в Приволжском федеральном округе к концу 2008-го достигло **20** (действуют в 14 кинокомплексах). Причем в течение года здесь были оборудованы такие цифровые экраны, как: большой зал кинотеатра «Россия» в Йошкар-Оле, однозальники «Октябрь» в Нижнем Новгороде и «Космос» в Оренбурге; кроме того, во всех мультиплексах «Синема Парк» было оборудовано по два цифровых экрана.

Центральный федеральный округ, без учета Московского региона, традиционно занимает вторую строку общероссийского рейтинга округов по числу кинозалов. За год здесь было открыто 16 кинотеатров (62 зала). Закрыты были два однозальника: «Космос» в Воронеже и «Волга» в Ярославле.

Мультиплексы и миниплексы в торгово-развлекательных комплексах Центрального ФО в 2008 году открывались преимущественно под управлением московских операторов киносетей. Так, в прошедшем году на региональный уровень вышла компания «Парадиз»: ее 6- и 7-зальные миниплексы «5 звезд» были открыты в Костроме (в марте) и в Курске (в августе).

Компания «Синема Стар» продолжила расширение своей киросети в ЦФО с открытием 4-зальных кинокомплексов в ТРК «Рио» в Ярославле (февраль) и в Коломне (июнь). В конце 2008-го в Ярославле также начали работу модернизированные однозальники «Победа» и «Октябрь».

Сеть кинотеатров «Люксор» пополнилась в 2008-м двумя новыми миниплексами: в марте был запущен трехзальник в подмосковном Воскресенске, а в декабре – семизальник в Рязани (оснащен цифровой кинопроекцией). Рязанский кинорынок также пополнился вторым залом кинотеатра «Дружба».

Компания «Формула кино» после закрытия тольяттинского «Мадагаскара» все-таки не осталась в границах Москвы и открыла в ноябре четырехзальник в Иваново. Также в Иваново были открыты еще два кинозала – в кинотеатре «Лодзь», ставшем теперь четырехзальником.

Сеть «Киномакс» в Центральном округе осуществила долгожданное открытие шестизальника в Воронеже (в ТРК «Московский проспект»), а также ввела в строй 6-зальный миниплекс в Ярославле в ноябре 2008 года.

Среди прочих открытий Центрального федерального округа: однозальник «Мир» в подмосковной Истре (июнь), четырехзальник в торговом центре «КАДО» в Коломне (сентябрь), двухзальник «Октябрь» в Мичуринске и однозальник в Новозыбкове. Также показателен факт открытия кинозала в торговом центре «Плаза» в 13-тысячном городе Чаплыгине Липецкой области (май 2008-го).

Число **цифровых экранов** в ЦФО (без учета Московского региона) на конец года составляет **8** (в восьми кинотеатрах) – все они были открыты в течение 2008 года. По одному цифровому кинозалу – в воронежских кинотеатрах «Юность», «Пролетарий» и «Спартак», в липецких «Соколе» и «Люксоре», рязанском «Люксоре», ярославском «Киномаксе», а также в однозальнике «Горизонт» в Коломне.

Таблица 18. TOP 20. Рейтинг регионов России по количеству кинозалов (на 31 декабря 2008 года)

Место 2008	Место 2007	Регион	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Московский регион	104	415	22,3%
2	2	Санкт-Петербург	36	185	9,9%
3	5	Свердловская область	36	82	4,4%
4	4	Московская область (без МР)	42	81	4,3%
5	3	Татарстан, Республика	20	74	4,0%
6	11	Новосибирская область	16	56	3,0%
7	6	Самарская область	14	54	2,9%
8	12	Башкортостан, Республика	14	54	2,9%
9	9	Челябинская область	22	50	2,7%
10	7	Краснодарский край	22	46	2,5%
11	8	Кемеровская область	20	41	2,2%
12	17	Красноярский край	17	41	2,2%
13	10	Тюменская область	22	39	2,1%
14	14	Пермская область	13	38	2,0%
15	15	Нижегородская область	19	37	2,0%
16	13	Ростовская область	16	32	1,7%
17	18	Волгоградская область	9	30	1,6%
18	16	Хабаровский край	21	29	1,6%
19	20	Омская область	8	25	1,3%
20	21	Приморский край	13	22	1,2%
Всего в РФ			736	1864	100,0%

В прошедшем году федеральные операторы киносетей добрались наконец до **Сибирского федерального округа** – за год в регионе были открыты 12 кинотеатров (59 залов, 40 из которых – в составе федеральных киносетей). Пять кинотеатров (6 залов) были закрыты: однозальники «Академия» (на реконструкцию) и «Прайм Тайм» в Новосибирске, «Пламя» в Новокузнецке и «Искра» в Барнауле, а также двухзальный двухзальный «Октябрь» в Томске.

Крупнейшие сибирские открытия произошли в начале года в Новосибирске, где в феврале начал работу десятизальник «Синема Парк», а в марте – 12-зальный мультиплекс «Континенты кино и развлечений» сети «Арт Сайнс Синема Дистрибьюшн»; каждый из этих кинокомплексов был оборудован аппаратурой цифрового кинопоказа.

Еще два кинотеатра сети АССД были открыты в Бийске (четырехзальник «Планета кино и развлечений» в ТРК «Мария РА», февраль) и в Кемерово (один зал «Планета кино» в ТРК «Променад 3», декабрь). Однако тяжелое финансовое положение АССД привело к смене оператора в двух кинотеатрах компании в Новосибирске (пятизальника и двенадцатизальника в ТРК «Континент-1» и «Континент-3») – в феврале 2009 года было объявлено, что с весны этими кинокомплексами будет управлять, скорее всего, петербургская сеть «Кронверк Синема».

В Красноярске в минувшем году сразу два федеральных оператора запустили свои кинотеатры, имеющие в своем составе цифровые кинозалы: восьмизальник «Киномакс Планета» (май) и семизальник «Mori Cinema» в ТРК «Июнь»

(декабрь). Кроме того, четвертый кинозал был открыт в кинотеатре «Луч».

Во втором сибирском городе-миллионнике – Омске – в октябре–ноябре 2008 года завершилось открытие второго многозальника местного оператора «Атриум кино» – шестизального киноцентра «Континент».

В Новокузнецке кинотеатр «Кино им. Кино» в ТРК «Континент» в течение 2008 года пополнился еще двумя киноэкранами и стал четырехзальным. В феврале барнаульская сеть «Киномир» ввела в строй двухзальник в ТРЦ «Европа», а в августе в Барнауле начал работу однозальник «Премьер». В апреле иркутская сеть «Баргузин» открыла однозальник «Дон Отелло». В мае двухзальник «Планета 3000» открылся в Улан-Удэ. А в июле в городе Рубцовске кинопоказ начался в однозальном кинотеатре «Жемчужина».

По итогам 2008 года в Сибири действует уже **13 цифровых киноэкранов** (в 11 кинотеатрах), большинство из них были оборудованы в течение прошедшего года: в Красноярске (второй зал кинотеатра «Луч», по одному залу в «Киномаксе» и «Mori Cinema»), в Новокузнецке («Кино им. Кино»), в Новосибирске (два зала мультиплекса «Синема Парк», а также один зал в сети АССД – сначала цифровой проектор стоял в новом 12-зальнике на Троллейной, а затем был перенесен в 7-зальный кинотеатр «Седьмое небо»), в Омске (по одному залу в кинотеатрах «Космос», «Галактика» и «Маяковский»), а также в кинотеатре «Октябрь» в Улан-Удэ.

В Уральском федеральном округе за год было открыто 17 новых кинотеатров (39 экранов) как местными, так и

федеральными и региональными операторами киносетей. Закрылись за период 2 однозальных кинотеатра: «Юбилейный» в Каменске-Уральском и ДК «Синтез» в Тобольске. Четыре кинотеатра сменили управляющую компанию: три из них вошли в состав екатеринбургской сети «Премьер зал» (на условиях репертуарного планирования), а развлекательный комплекс с шестью кинозалами в челябинском ТРК «Фокус» в декабре наконец смог открыться, но уже под управлением «Роскино» и под именем «7 звезд».

Помимо этого еще два кинокомплекса были открыты на Урале в ТРК: 9-зальный мультиплекс «Киномакс-Мегаполис 3D» в Екатеринбурге (июнь 2008-го) и трехзальный «Кинофокс» в ТРЦ «Апельсин» в Каменске-Уральском (июль, репертуарное планирование – «Премьер зал»).

Среди кинотеатров вне торговых центров этот екатеринбургский оператор оказался лидером по числу открытий – всего в 2008 году сеть взяла на репертуарное планирование 10 новых однозальников («Газовик» в Белоярском, ДК «Урал» в Екатеринбурге, «Ровесник» в Заречном, Дом культуры в Качканаре, «Строитель» в Новоуральске, «Победа» в Ревде, ГДЦ в Сысерти, «Утес» в Трехгорном, «Венеция» в Челябинске и «Югра-Норд» в Югорске), а еще два кинотеатра открыла в декабре самостоятельно (однозальные «Уральские зори» в Чебаркуле и двухзальник «Россия» в Нижнем Тагиле). Таким образом, «Премьер зал» по-прежнему остается главным российским оператором кинотеатров в малых городах.

Остальными уральскими открытиями стали: однозальник «Сфера» в Первоуральске (август), четыре кинозала теперь уже 8-зального мультиплекса «Мегаполис» в Челябинске (февраль), двухзальник «Космос» в Нижневартковске, находящийся под управлением кинотеатра «Кинотанк», и однозальник «Юбилейный» в Карпинске (декабрь 2008-го).

Кроме того, в регионе действует уже **10 цифровых кинозалов** (в 8 кинотеатрах), пять из которых были открыты в течение прошедшего года: один 3D-зал в кинотеатре «Киномакс» в Екатеринбурге, два зала в нижневартковских «Космосе» и «Мире», а также вторые кинозалы были оборудованы в «Синема парках» Тюмени и Челябинска.

Таблица 19. TOP 10. Рейтинг городов России по количеству кинозалов (на 31 декабря 2008 года)

Место 2008	Место 2007	Город	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Московский регион	104	415	22,3%
2	2	Санкт-Петербург	36	185	9,9%
3	4	Екатеринбург	13	53	2,8%
4	5	Новосибирск	14	52	2,8%
5	3	Казань	11	50	2,7%
6	12	Уфа	8	40	2,1%
7	8	Челябинск	12	35	1,9%
8	9	Самара	7	34	1,8%
9	10	Пермь	7	30	1,6%
10	24	Красноярск	7	27	1,4%
Всего в РФ			736	1864	100,0%

В Южном федеральном округе киносетель расширялась в 2008 году не столь активно – было открыто 6 кинотеатров (18 залов). Закрыты были три однозальника: «Смена» в Новороссийске, «Родина» в Ейске и «Буревестник» в Ростове-на-Дону.

Крупнейшим новым кинокомплексом региона стал восьмизальник «Синема Парк» в Волгограде, начавший работу в начале октября 2008-го в ТРК «Европа Плаза».

В конце октября в Ростове-на-Дону был запущен второй кинотеатр сети «Чарли» (бывшее название – «Вавилония») – трехзальный реконструированный кинокомплекс «Сокол».

В марте началась деятельность по кинопоказу в однозальном кинотеатре «Премьер» во Владикавказе. А в Ейске в течение мая–июня открылись два двухзальника: Киноцентр им. Н. Мордюковой и кинотеатр «Премьер» (на репертуарном планировании в сети «Монитор»).

Наконец, в городе Волгодонске в феврале был открыт двухзальник в ТРК «Весенний», избравший для себя броское название «СинемаПарк».

Между тем в таких нестабильных регионах Южного федерального округа, как республики Северная Осетия, Ингушетия и Чечня, современные услуги кинопоказа представлены слабо: в осетинской столице – Владикавказе – действуют три современных кинотеатра (один из которых, как было отмечено выше, открылся в 2008 году); в Чечне в 2007-м первый частный современный кинозал «First» был закрыт, однако ему на смену пришел муниципальный модернизированный однозальник «Юность» (этот кинотеатр стал основной площадкой первого международного кинофестиваля «Ноев ковчег», который прошел в Грозном в июне 2008 года); наконец, Ингушетия по-прежнему остается регионом (единственным на сегодняшний день в стране), где нет ни одного современного кинозала.

Карта **цифровых** кинотеатров Южного округа насчитывает на сегодняшний день 7 кинотеатров (**8 залов**). Все они были оборудованы в прошедшем году: традиционные 2 кинозала в

волгоградском «Синема Парке» и по одному цифровому экрану в кинотеатрах «Комсомолец» в Волгодонске, «Горизонт» в Краснодаре, «Нептун» в Новороссийске, «Космос» в Пятигорске, «Чарли» в Ростове-на-Дону и в Сочи (в одноименном кинотеатре).

В **Дальневосточном федеральном округе** в 2008 году было открыто 4 кинотеатра (9 залов). При этом ни один кинозал не был закрыт. Однако из-под управления кинотеатра «Новая волна» во Владивостоке вышел однозальник «Нептун».

Крупнейшим открытием стало возобновление работы, после реконструкции в четырехзальник, в марте 2008-го кинотеатра «Уссури» сети «Иллюзион» во Владивостоке (причем два киноэкрана комплекса оборудованы цифровой кинопроекцией). В мае, также после реконструкции, был открыт однозальник «Дружба» в Хабаровске. А в ноябре начали работу кинозал ДК «Океан» в Корсакове и трехзальный миниплекс «FourRoom» в ТРК в Хабаровске (так же, как и «Дружба», находится под управлением Центра инвестиционных технологий Хабаровска).

Число **цифровых** кинотеатров на Дальнем Востоке России достигло семи (**9 залов**). В 2008 году цифровое оборудование было установлено помимо уже упомянутого «Уссури» в кинотеатрах ДК «Профсоюзов» в Благовещенске (второй зал), «Новая волна» во Владивостоке, «Планета» в Петропавловске-Камчатском, а также в хабаровских «Совкино» и «FourRoom».

Наконец, в **Северо-западном федеральном округе** (без учета Санкт-Петербурга) за год были открыты лишь 3 кинотеатра (4 зала). Ни один кинотеатр не был закрыт. В то же время петербургский оператор «Джем Холл» отказался от

управления кинотеатром «Киномир» в Череповце, поскольку этот комплекс не соответствовал новой концепции развития, избранной «Джем Холлом».

Три открытых в Северо-западном округе кинотеатра – однозальные. Ими стали: кинотеатр «Родина» в Великих Луках (февраль), «Пирамида Хибин Фильм» в Кировске и кинотеатр Горно-обогатительного комбината в Ковдоре, открытые в конце года. Кроме того, в Петрозаводске был открыт «VIP-кинозал», располагающийся в здании кинотеатра «Калевала», однако находящийся под управлением самостоятельного оператора (январь).

За пределами Санкт-Петербурга на Северо-западе действовали в конце года лишь **2 цифровых кинозала**: киноцентр «Ленком» в Вологде, оборудованный в 2008-м, и однозальник «Калевала» в Петрозаводске.

Выводы 2008 года и тенденции на будущее

В области кинопроизводства:

- несмотря на громкие заявления федеральных властей об увеличении объемов финансирования отечественного кино, масштабное реформирование органов управления кинематографией весной–летом 2008-го стало причиной того, что российские кинопродюсеры оказались на длительное время лишены финансирования своих текущих проектов, что в сочетании с началом экономического кризиса к осени повлекло за собой остановку производства множества отечественных кинофильмов и телесериалов;

- удорожание кредитов и замедление инвестиционных процессов в мировой и российской экономике повлекли за собой уменьшение «доступности» средств и для целей кинопроизводства, что не только способствовало остановке текущих съемок кинокартин, но и будет иметь долгосрочные последствия: количество новых фильмов на кино- и телеэкранах в России и в мире сократится, а кинопроизводство станет более дешевым (в результате сократится и число «суперблокбастеров», выпускаемых крупными киностудиями).

В области кинопроката:

- в 2008 году обострилась конкурентная борьба между дистрибьюторами за киноэкраны, что выразилось в контрпрограмминге в праздничные дни и в росте маркетинговых бюджетов прокатчиков, ориентированных уже не только на широкого зрителя, но и на владельцев кинотеатров и буккеров; впрочем, в 2009 году накал этой борьбы снизится по причине сокращения числа кинолент в прокате, то есть в связи со снижением объемов кинопроизводства в России и в мире. В то же время переход от широкомасштабных рекламных кампаний, направленных на киноаудиторию, к точечным маркетинговым акциям B2B, нацеленным на буккеров кинотеатров, и перекладывание части рекламных расходов на места кинопоказчиков может оказаться более эффективным в условиях кризиса.

В сфере кинопоказа:

- рост рынка кинопоказа в 2008 году произошел главным образом благодаря целой серии открытий в составе киносетей. Помимо открытий кинозалов крупные операторы также брали под свой контроль уже действующие киноплощадки либо путем покупки независимых кинотеатров, либо путем подписания договоров репертуарного планирования. Таким образом, 2008-й можно назвать годом начала слияний и поглощений независимых кинотеатров крупными киносетями;

- масштабная экспансия крупных киносетей в регионах завершается, а последующий рост числа современных кинозалов в России замедлится еще и по причине начавшегося экономического кризиса, повлиявшего на всю строительную отрасль России. Однако на главных кинорынках страны (в столицах и других городах-миллионниках) наблюдается достижение точки первичного насыщения, в связи с чем конкуренция между кинотеатрами ведет к двум типам последствий: к уходу с рынка слабых игроков (все больше одно-двухзальных кинотеатров закрывается) и к усложнению и разнообразию киноуслуг, предлагаемых зрителю кинокомплексами-лидерами;

- на рынке наметилась тенденция перехода от **ЭКСТЕНСИВНЫХ** методов развития бизнеса (направленных на «захват» новых территорий, открытие новых киноэкранов) – к **ИНТЕНСИВНЫМ**. Новые методы работы операторов кинотеатров предполагают: принятие комплекса мер по оздоровлению бизнеса в условиях кризиса; формирование и улучшение программ лояльности для киноаудитории; расширение

репертуара кинозалов за счет альтернативного контента, причем не только на основе регулярных показов, но и в форме одноразовых акций-событий; а также сегментацию аудитории по интересам и внедрение уникальных методов работы с каждым сегментом в отдельности. Подобные изменения касаются реконструкции и ремонта уже действующих современных кинокомплексов, открытых несколько лет назад, изменения концепций кинотеатров в целом и отдельных залов (оборудование VIP-зон и кинозалов) в частности;

- с этим также связано и масштабное распространение цифровых 3D-кинозалов в России (по итогам 2008 года 98% цифровых экранов страны имеют возможность показывать трехмерные кинофильмы), а наступивший 2009 год можно смело назвать годом цифрового 3D – в России ожидается уже не менее 13 трехмерных цифровых кинопремьер, большинство из которых – долгожданные блокбастеры.

Прогноз развития кинорынка

В условиях разразившегося кризиса сложно говорить о планах развития киносетей: крупнейшие игроки рынка не решаются обнародовать даже среднесрочные проекты; а некоторые операторы кинотеатров отказываются от дальнейшего развития. В связи с этим мы решили вместо традиционной рубрики «Планы операторов киносетей» привести наши прогнозы развития рынка, основанные на трендах прошлых лет – с «поправкой на кризис»⁸.

⁸ Данный прогноз следует считать «среднепессимистичным»

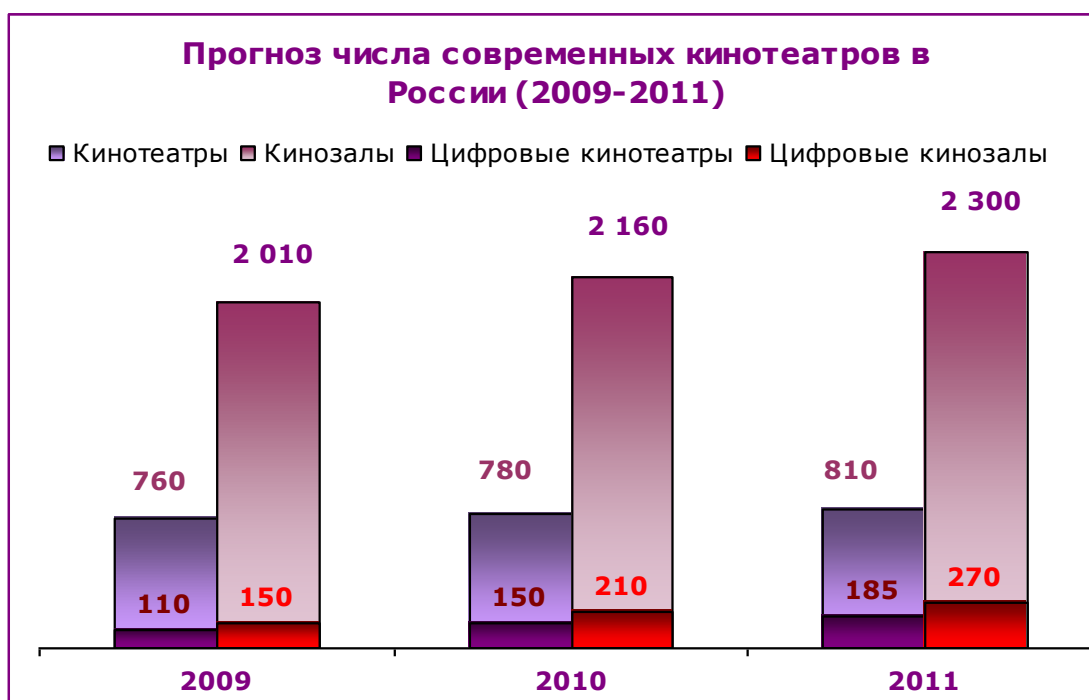


Рисунок 34. Прогноз числа современных кинотеатров в России (2009–2011)

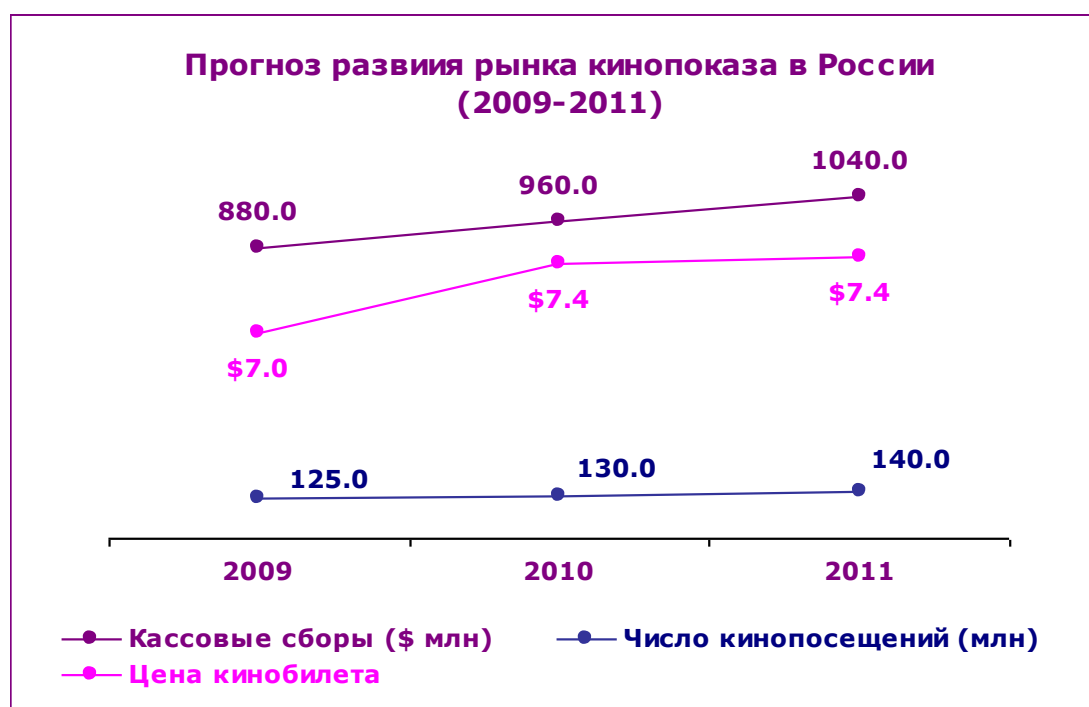


Рисунок 35. Прогноз развития рынка кинопоказа в России (2009–2011)

© 2009 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Запрещено использование материалов данной статьи, статистических данных, и /или фрагментов текста данной статьи в коммерческих целях без письменного разрешения ЗАО Компания «Невафильм».