

Российский кинорынок. Итоги 2008 года

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

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. Однако уже в декабре 2008 года, по подсчетам ЗАО «Бизнес Медиа», кинокасса снизилась на 35% по сравнению с декабрем 2007-го.

Между тем, анализ месячной динамики экономических показателей свидетельствует о том, что признаки кризиса в России 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. Уровень инфляции по итогам года достиг 13,3%, а доходы граждан, ввиду остановок производства в стране, задержек заработной платы и начала массовых увольнений работников, стали сокращаться.

С обострением кризиса в III–IV кварталах 2008 года на российском рынке кинопоказа стали очевидными проблемы кредитного финансирования новых проектов торговых-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 кинотеатров 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 (ориентированные на «захват» новых территорий), как прежде.

Однако обо всем по порядку.

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, по нашей оценке, 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).

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%.

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

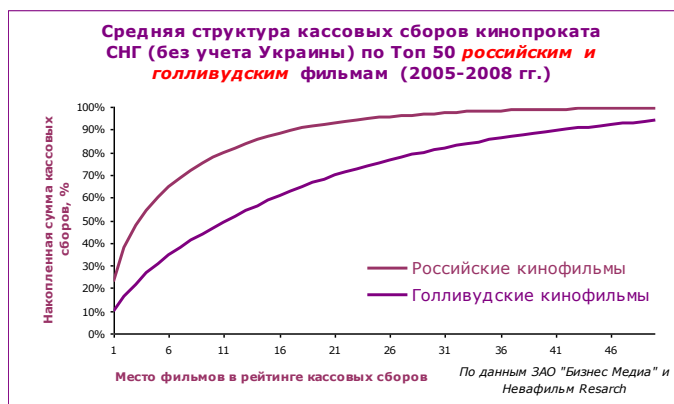
о том, что на киностудии приостановлена работа над 30% кинофильмов, находившихся на разных стадиях производства. В ноябре 2008-го ситуация еще более усугубилась: на рынке появилась информация о приостановке съемок 2/3 всех российских кино- и телефильмов. Был заморожен один из самых амбициозных проектов строительства киностудий – подмосковный «Евразия Сити», причем «Первый канал» объявил о своем выходе из проекта.

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



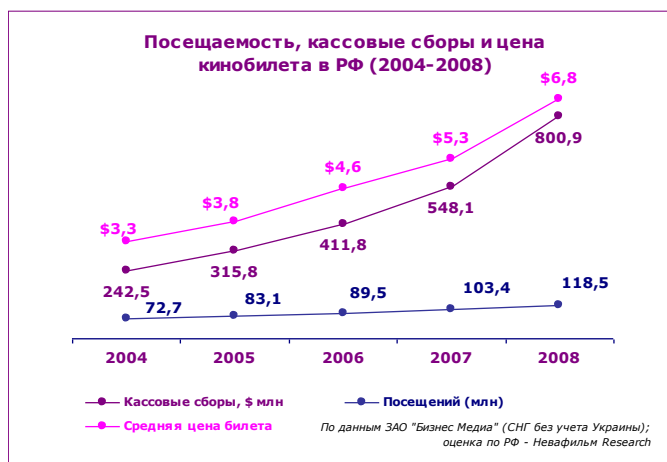
Поскольку рынок проката отечественных кинофильмов держится на десятке крупнейших релизов, снижение объемов кинопроизводства не должно оказать серьезного воздействия на долю российских кинолент в кассовых сборах кинотеатров. Продюсеры и интегрированные производственно-прокатные холдинги будут стремиться 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.

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.

Итоговый рост российского кинорынка в 2008-м, по данным ЗАО «Бизнес Медиа», скорректированным специалистами Невафильм Research¹, составил **46%**, выраженный в

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).

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.



Прочие каналы дистрибуции 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.

В 2008 году наблюдалось увеличение числа тематических телеканалов, а также расширение предлагаемого киноконтента на них. 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 киноконтента, держатели прав на фильмы в России двигаются в сторону «модернизации» своих стратегий развития, диверсифицируя каналы распространения фильмов на базе единой платформы – в кинотеатрах и в других медиа.

Продолжается и расширение числа легальных веб-ресурсов, предлагающих фильмы для просмотра или скачивания бесплатно или за деньги. 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. 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 мероприятия по защите авторских прав в Интернете, могут составлять от 30% до 70%². При этом доходы

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

нелегальных дистрибьюторов цифрового киноконента в 2008 году оцениваются специалистами на уровне **\$200 млн.**

Проблемы пиратства обострились в 2008 году и на рынке продаж аудиовизуальных носителей, о чем свидетельствуют 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. 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 года 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).



2008-й оказался рекордным для российского рынка кинопоказа, поскольку в течение года были открыты 349 залов в 87 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.

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.

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 кинотеатров	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

сотрудниками компании; среднего число скачиваний в день с пиратских сайтов, поправленное на число фильмов в прокате; 14-дневного периода широкого проката фильма в кинотеатрах.

В то же время максимальным в истории современного кинопоказа оказалось и число закрытых за год кинокомплексов: закрыты были 34 зала в 24 кинотеатрах (для сравнения: за 2007 год – 27 экранов в 21 кинотеатре), причем только в двух закрытых кинокомплексах проводится реконструкция с последующим открытием. Главная причина закрытий заключается в том, что 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.

Операторы кинотеатров и девелоперы ТРК

Между тем сотрудничество операторов мультиплексов и девелоперов торговых центров является далеко не безоблачным. В 2008 году 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.

Тем временем, начиная с лета 2008 года, на рынке стали появляться новые формы расчетов между кинокомплексами и девелоперами 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.

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 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).

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 Cinemecanica.

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. При этом тиражи цифровых копий также растут: по данным лаборатории цифрового мастеринга Невафильм Digital, средний тираж цифровых релизов в 2007 году составлял 5 копий, а в минувшем 2008-м уже **15!**

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» (с 30-минутным стереоизображением), «Пункт назначения-4» и долгожданный «Аватар» Джеймса Камерона.

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.



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. 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 копию.

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 покупке 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.

ТОП 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России 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	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 киросети «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 киросетей (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 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 киросеть 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 киросетей 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.

Рынок кинорекламы³

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» – «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.

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

³ Раздел подготовлен при участии Сергея Болотина, компания «Синема 360»

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.

Кинобары ⁴

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, однозначно 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.

Рынок кинопоказа Московского региона

31.12.2007 – 97 кт / 372 экрана
35 кт / 228 экранов в ТЦ
31.12.2008 – 104 кт / 415 экранов
42 кт / 271 экран в ТЦ

В 2008 году в Московском регионе было открыто 53 кинозала в 10 кинотеатрах. Закрыты 3 кинотеатра (5 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.

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 семизального в Орехово-Борисово и покупке мультиплекса в ТРК «Вэйпарк». Лидирующие позиции на московском кинорынке по-прежнему занимают компании «Каро Фильм» и «Формула кино».

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%

⁴ Раздел подготовлен при участии Искандера Аминова, Группа «Деловая Русь»

Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга

31.12.2007 – 33 кт / 155 экранов
 21 кт / 128 экранов в ТЦ
31.12.2008 – 36 кт / 185 экранов
25 кт / 159 экранов в ТЦ

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 игровой зал.

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 позиции рейтинга: 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.

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%

Региональный рынок кинопоказа

31.12.2007 - 541 кт / 1021 экран
 77 кт / 326 экранов в ТЦ
31.12.2008 - 596 кт / 1264 экрана
114 кт / 530 экранов в ТЦ

С 1 января по 31 декабря 2008 года в регионах России было открыто **73** кинотеатра (**264** кинозала) – 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.

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.

**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	736	1864	100%

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 перекалывание части рекламных расходов на места на 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.

© 2009 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полную версию исследования вы можете приобрести, обратившись в аналитический отдел компании «Невафильм»: (812) 449-70-70, доб. 240, research@nevafilm.ru