

Прогноз для кинотеатров: облачно, возможны осадки

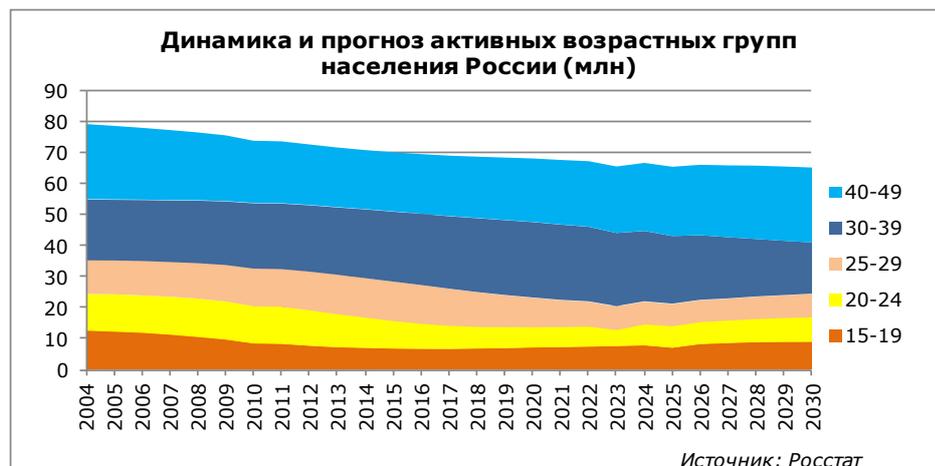
Олег Березин, Ксения Леонтьева

Процессы послекризисного восстановления роста рынка кинопоказа, а также тот факт, что экономический кризис слабо отразился на кассовых сборах выходящих в российский прокат картин, создают для стороннего наблюдателя картину благополучия и процветания. Рынки городов с разной численностью населения демонстрируют однородный S-образный рост: его предел видится в плотности экранов на 100 000 жителей на уровне 5,5, а лаг отставания малых городов от миллионников составляет около 10 лет. При таком ходе событий в России к 2020 году вполне могло бы появиться 4500 киноэкранов.

Тем не менее внешняя и внутренняя среда становится все более агрессивной, и, на наш взгляд, в ближайшее время ее влияние станет определяющим для дальнейшего развития рынка кинопроката и кинопоказа в России. Не желаем никого запугивать, однако мы бы хотели отразить в этой статье наше видение основных факторов – как общих социально-экономических, так и специфически отраслевых, которые могут повлиять на будущее российской киносети в ближайшие годы и изменить наши оптимистические прогнозы, основанные на текущем тренде развития рынка.

Демографическая ситуация

Российский кинопрокат уже несколько лет ощущает последствия демографической «ямы» начала 1990-х годов: к 2013 году численность наиболее активной группы кинозрителей (в возрасте 15–29 лет) сократилась на 13% от уровня 2004-го, а к 2023-му она достигнет своего «дна» – уже на 49% ниже уровня 2004 года, после чего количество россиян в этом возрасте начнет понемногу расти.



Это влечет за собой сокращение молодежной киноаудитории и вынуждает кинотеатры задумываться над привлечением других возрастных и социальных групп – семей с детьми, взрослой публики.

В дальнейшем данный тренд будет все более явным, поскольку смена стратегий станет все более насущной необходимостью для кинотеатров.

Доходы населения и платежеспособный спрос

В последние годы, несмотря на замедление темпов инфляции, реальные доходы населения колеблются. ВВП и инвестиции также демонстрируют крайнюю нестабильность. В ноябре 2013 года Министерство экономического развития выбрало в качестве базового прогноза формирования экономики страны до 2030 года консервативный сценарий, скорректировав его в худшую сторону.

По оценкам экспертов, Россия стоит на пороге кризиса, который уже ощущается на региональном уровне. Сокращается промышленное производство, растут безработица и дефицит бюджета, что сокращает доходы как трудоспособных граждан, так и социально незащищенных слоев населения.

На этом фоне нарастает опасность кредитного кризиса: специалисты «Сбербанка» признают, что высокий уровень процентных ставок (особенно по потребительским кредитам), а также возможное ухудшение финансового положения части населения как результат замедления экономической активности в стране могут спровоцировать серию дефолтов в определенных категориях заемщиков.

Нерегулируемый рост ТРК

Реализация проектов ТЦ (которые не могут быть реализованы в силу понесенных затрат на разработку и получение прав на землю), замороженных в период кризиса 2008–2009 годов, в сочетании с ограниченными возможностями в стране для инвестирования в другие отрасли привела в 2011–2013 годы к резкому увеличению количества новых ТЦ и ТРК. По оценкам специалистов коммерческой недвижимости, некоторые города достигли уровня насыщения по количеству торговых центров на душу населения. Открытие новых ТРК влечет за собой неизбежность открытия новых кинотеатров (порой стоящих друг напротив друга), которые, как правило, были запланированы еще на ранних стадиях девелопмента ТЦ.

С одной стороны, именно рынок ТРК является драйвером роста рынка кинопоказа, но, с другой, – такой рост количества кинотеатров может обернуться повторением событий, произошедших на североамериканском рынке на рубеже 1990–2000-х, где подобная ситуация привела к банкротству крупнейшие сети кинотеатров. Именно рост количества многозальных в торговых центрах (в 1990-х рынок США вырос с 23,7 до 37,4 тысяч кинозалов) послужил катализатором для резкого падения кассовых сборов на экран. Восемь из десяти крупнейших сетей рынка, включая «Lowes», «United Artists», «General cinemas», «Carmike Cinemas», были вынуждены пройти через процедуру банкротства. Всего под процедурой банкротства в начале 2000-х годов находились владельцы почти трети кинозалов США.

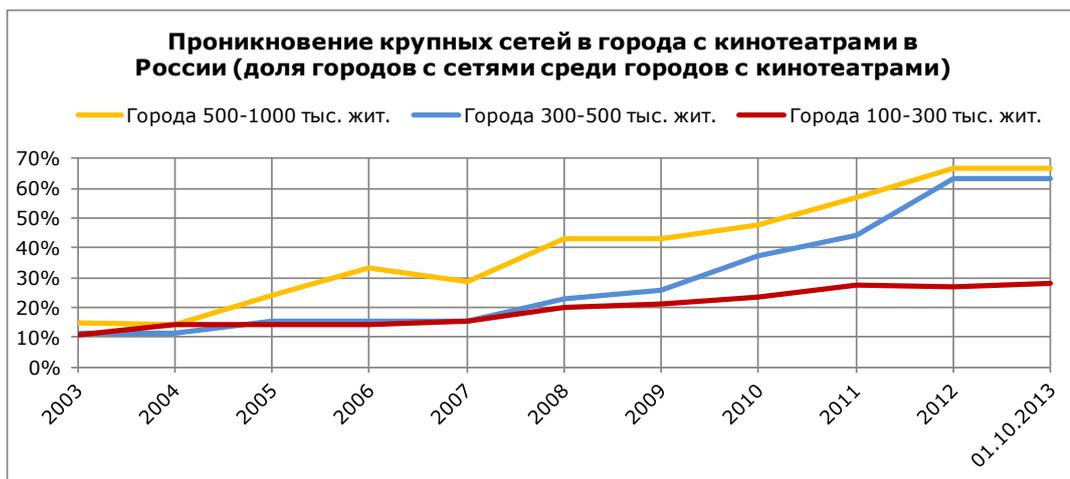
Эта опасность в сегодняшней России вполне реальна: в 2011–2012-м ежегодный рост числа кинозалов составил 12% и 14%, тогда как кинопосещаемость, наоборот, снизилась – на 2% и 1% соответственно.

Доминирование концепции мультиплексов в ТРК

Кинотеатры в ТРК чаще всего предполагают большее число залов, чем в отдельно стоящих комплексах. Движение ТРК вглубь страны влечет за собой и распространение концепции мультиплексов: в 2012 году кинотеатры с 8 и более залами «дошли» до городов с численностью населения в 300–500 000 жителей. Открытие таких многозальных комплексов в небольших городах резко увеличивает степень насыщения рынка и может уничтожить конкуренцию в этих городах.

Экспансия федеральных и региональных сетей в городах с населением в 300–500 000 жителей

Концепция мультиплексов чаще всего приходит с крупной федеральной или региональной киносетью. С 2005-го такие игроки рынка кинопоказа осваивали города с населением от 500 000 жителей до 1 000 000, охватив половину из них к 2010 году. Тогда же сети двинулись в города с численностью населения в 300–500 000 жителей и к концу года присутствовали уже в трети из них. Сейчас более чем в 60% городов с населением от 300 000 жителей до 1 000 000 есть крупные сети: на месте действуют в основном одна-две компании, но есть города (как правило, в них более 500 000 жителей) и с тремя-четырьмя сильными конкурентами.



Ценовой демпинг

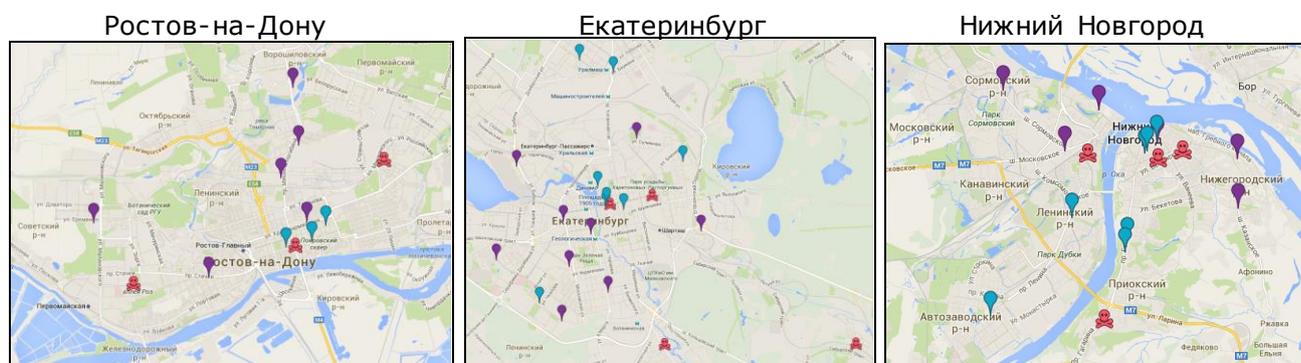
Следствием появления крупного сетевого оператора (а тем более нескольких) в небольшом городе становится резкое снижение цен до уровня ниже психологически приемлемой для зрителя отметки (сегодня в России это 1% от заработной платы). Ценовой демпинг со стороны сетевых компаний, которые пока могут себе это позволить достаточно безболезненно, ведет к катастрофическим последствиям для малых кинотеатров, также вынужденных идти на снижение цены, теряя при этом вдвойне – и на оттоке аудитории, и на снижении выручки. В то же время и для сильных игроков данный путь – тупиковый, ибо если он не сопровождается симметричным сокращением затрат на поставку киноуслуг, то рано или поздно критическая масса упущенной выгоды обернется реальными убытками.

Закрытие кинотеатров

Перенасыщение региональных рынков городов, которые кажутся инвестиционно привлекательными девелоперам ТРК и сетевым операторам кинотеатров, неминуемо ведет к волне закрытий морально и физически устаревших площадок или кинотеатров с неправильно выбранной концепцией и местом постройки.

Многозальники, созданные в ТРК в 2011–2013 годах, в ближайшее время начнут вытеснять миниплексы в ТРК, открытые с 2005-го по 2010, как те вытесняли реконструированные малозальники советской эпохи. Это происходит не только в городах-миллионниках, но и в городах с населением от 250–300 000 жителей.

Причем прекращают существовать как центральные, так и стоящие особняком, расположенные в спальнях районах киноплощадки. А те, что еще действуют, только усугубляют проблему «чемодана без ручки» – они ждут, что закроются их соседи и нужно лишь немного «переждать тяжелые времена», тем более что в любой момент на экраны выйдет тот или иной блокбастер, на который, как всегда, возлагаются большие надежды.



Крупные ТРК с кинотеатрами, открывшиеся в 2009–2013 годах
Небольшие кинотеатры и ТРК, открывшиеся ранее (пока выживающие)
Кинотеатры, закрывшиеся после появления более сильных конкурентов

Реконструкция (реновация) «старых» кинотеатров

Вариантом выхода из кризиса при появлении в городе сильных конкурентов является модернизация объекта, которая может быть инициирована как самим кинопоказчиком, так и девелопером торгового центра.

В первом случае речь, как правило, идет о расширении отдельно стоящих кинотеатров: большие залы разбиваются на несколько малых или же к зданию пристраиваются новые залы.

Кинотеатры же, расположенные в ТРК, сейчас захлестывает волна вынужденных реноваций: торговые центры, открытые 5–7 лет назад, начинают активно менять концепцию, дизайн, целевую аудиторию и пр., что влечет за собой и изменение многозальных на их территории. Это требует незапланированных инвестиций для кинопоказчиков, а также выработки нового подхода к реновации – сейчас это не просто косметический ремонт, но и шанс исправить ошибки, допущенные при постройке, и/или обойти более современных и/или удачливых конкурентов.

Расширение развлекательной зоны в ТРК

Реконструкция ТРК может сопровождаться и сменой концепции – многие из этих площадок рассматривают вариант своего превращения в РТК (развлекательно-торговые центры) и ищут новые форматы для организации досуга аудитории – такие, как парки аттракционов, игровые зоны для взрослой и подростковой аудитории.

Эти новые формы развлечений являются прямыми конкурентами кинотеатрального досуга, поскольку борются за одну и ту же клиентуру.

Кроме того, рост удельной доли развлечений на территории ТРК может повлечь за собой повышение ставок для якорных арендаторов всей досуговой сферы, поскольку владельцы будут вынуждены компенсировать торговым операторам потери арендной площади.

Законодательные инициативы

В связи с высокой значимостью торговых центров в развитии российского рынка кинопоказа еще одной угрозой становится введение налога на торгово-офисную недвижимость, рассчитываемого не с балансовой, а с кадастровой стоимости объекта. Этот закон может существенно увеличить налоговую нагрузку на ТРК: как подсчитали корреспонденты газеты «Ведомости», для торговых и офисных центров в Москве налоговая нагрузка вырастет в 5–15 раз. Это также не может не сказаться на уровне арендных ставок.

Опасность же введения квот на прокат российских фильмов, на наш взгляд, сейчас является маловероятной: отечественное кино присутствует на экранах страны и собирает немало зрителей (в первом полугодии 2013-го среди всех фильмов в прокате было 11% российских, которые собрали 18% кассы).

Влияние и реакция на развитие других способов просмотра

Пожалуй, самую серьезную конкуренцию кинотеатрам сегодня составляют альтернативные способы просмотра фильмов. По данным опроса зрителей, проведенным Невафильм *Research* осенью 2013 года, четверть из них посмотрели последний фильм на мониторе компьютера, каждый десятый – на экране телевизора, и около 2% – на мобильном устройстве (планшете, смартфоне).



Те, кто не ходят в кино, сегодня широко используют возможности широкополосного доступа в Сеть, активно развиваемого лидирующими телекоммуникационными компаниями («Вымпелком», МТС, «Эр-телеком», «Ростелеком» и др.) в крупных городах, а в удаленных регионах – ТТК, дочерней компанией РЖД. Расширяется и спектр легальных предложений видео по запросу, осуществляемых в том числе и поставщиками Интернета.

В мире реакцией на эти процессы стало появление летом 2013 года новой услуги – «Супербилета», который предлагает зрителю поход в кино и предзаказ цифровой версии фильма, а также доступ к бонусному контенту. Не за горами введение такого билета и в России (скорее всего, в сетевых кинотеатрах, входящих в медиахолдинги, которые в свою очередь владеют онлайн-сервисами).



Олигопольный характер рынка дистрибьюции

Отношения с прокатчиками были и остаются одной из главных болевых точек российского кинорынка. Дистрибьюторы часто используют политику «выжженной земли», применяя рычаги давления на малых игроков рынка: не хотите соблюдать условия (число сеансов, минимальные цены, гарантии сборов) – не берите фильм (но и не получите от нас кассовые фильмы впредь). Прокатчики имеют возможность так вести себя ввиду слабой конкуренции на рынке кинодистрибьюции – это рынок олигопольный, хотя жесткая борьба главных игроков рынка между собой (представителей мейджоров) исключает возможность сговора.

Тем не менее поведение дистрибьюторов опасно для рынков высококонкурентных городов, а также для кинотеатров в малых населенных пунктах: когда число фильмов на афише ограничено (из-за навязанного и непропорционального для рынка числа сеансов и длительности проката блокбастеров), зритель уходит из кинотеатров, предпочитая домашний просмотр.

Жанровые изменения

Между тем постепенно российский зритель «взрослеет» и начинает предпочитать не только зрелищные киноаттракционы, но и более серьезные киноленты: так, в 2013 году среди десяти самых популярных фильмов российского кинопроката стали появляться драмы.



При этом расширение общероссийской киноафиши (увеличение числа релизов) влечет за собой сокращение посещаемости «попкорн-гигантов», чья аудитория «размывается» между другими фильмами: коэффициент корреляции между числом релизов и доли топ-10 картин в общей кассе кинопроката показывает существенную обратную зависимость.

Сокращение среднего количества мест в кинозале

Реакцией на фрагментацию аудитории становится сокращение числа мест на кинозал, главным драйвером которого является строительство новых кинотеатров. И если при реконструкции устаревших площадок происходит увеличение среднего числа мест на кинотеатр, то в целом по стране этот показатель почти не увеличивается: с 2004 года он вырос лишь на 10%, тогда как среднее число мест на зал сократилось на 40%.

Это означает, что оперирование показателем числа киноэкранов в стране как целевым не вполне отвечает тем задачам, которые ставят перед собой представители власти или кинопроизводители, а именно увеличение пропускной способности отечественной киносети. Емкость ее становится больше не за счет роста числа залов, а за счет увеличения количества кинотеатров.

При этом не стоит забывать, что строительство многозальных в более или менее крупных городах (более 100 000 жителей) может быть интересно частным инвесторам, а в малых населенных пунктах без поддержки со стороны местных властей и/или бюджетного финансирования расширение киносети непредставимо.

Прогноз

Исходя из вышеперечисленных предпосылок, мы предполагаем два варианта прогнозного развития рынка кинопоказа в России.

Оптимистический сценарий рассчитан по совокупности факторов текущего тренда:

- благоприятный социально-экономический фон развития страны;
- рост платежеспособного спроса населения;
- снижение стоимости кредитов;
- снижение законодательного риска;
- реализация программ поддержки кинопредпринимателей в малых городах (федеральный проект «Киносити», муниципальные инициативы и т. п.).

Пессимистический же прогноз опирается на описанные в данной статье негативные факторы.



© 2013 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH