

## Ключевые тренды российского кино: новое исследование ЕАО

текст: Ксения Леонтьева

В 2018 году Невафильм *Research* провела очередное исследование российского кинорынка по заказу Европейской аудиовизуальной обсерватории. На этот раз в фокусе нашего внимания оказалось комплексное развитие отечественной киноиндустрии в 2013–2017 годах. В ходе исследования были проанализированы данные о состоянии кинопроизводства, проката и показа, а также рассмотрены происходившие и планирующиеся изменения в законодательстве. По итогам анализа были составлены SWOT-матрицы подотраслей кинематографии и PEST-матрица условий внешней среды, на основе которых были выявлены ключевые тренды российского кино.



Observatoire européen de l'audiovisuel  
European Audiovisual Observatory  
Europäische Audiovisuelle Informationsstelle



### Основные результаты исследования

В последние годы объемы кинопроизводства в России идут по возрастающему тренду (несмотря на сокращение числа фильмов на экранах в 2017-м) и составляют порядка 140–150 картин в год. В то же время государственную поддержку во все большем объеме получает все меньшее число лент, вышедших в прокат за последние три года. С другой стороны, в 2017 году вдвое больше картин, чем обычно (20 против 10), было снято при участии телеканалов – это весьма заметный источник инвестиций для продюсеров. Существенный вклад в объемы производства вносят регионы: до четверти всех выходящих в прокат отечественных картин снимаются за пределами Москвы или Санкт-Петербурга; половина из них – в Якутии. Постепенно начинают формироваться творческие и производственные региональные кластеры, что оказывает положительное влияние на децентрализацию индустрии и рост ее разнообразия.



Пока самые активные кинокомпании – из числа лидеров отечественного кинопроизводства: они выпускают больше фильмов, собирают большую кассу и в их руках концентрируется основная часть государственной поддержки. При этом многие из них достигают своего положения благодаря малому числу картин: десять из пятнадцати компаний, хотя бы раз входивших в число лидеров отечественного производства, собирают более 50% своей совокупной зрительской аудитории на одном фильме. Таким образом, государственная поддержка оказывается недиверсифицированной, и доля посещений отечественного кино в прокате, достигшая 24% в 2017 году, является неустойчивым показателем; сам же механизм отбора лидеров (на основе коммерческого успеха прошлых фильмов) препятствует их ротации.

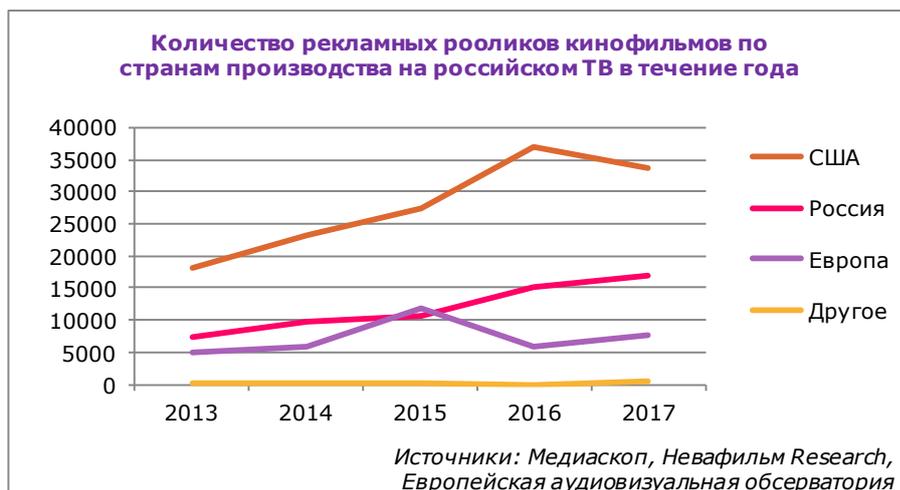
Информационные технологии во всем мире усиливают свое влияние на сферу кинопроизводства в части спецэффектов и мультипликации. Отечественная полнометражная анимация очень сильно зависит от студий-лидеров и поддержки со стороны государства. Однако предоставленные в 2018 году льготы по налогам для аниматоров должны стать подспорьем в развитии этой сферы. Тем более что в широком прокате анимация популярнее игровых фильмов: 10–15% наименований этого жанра от числа всех релизов собирают 20–25% российской кассы.

Диверсификация государственной поддержки находит свое отражение в развитии неденежных форм протекционизма: регулирование дат релиза, смягчение возрастного рейтинга для отечественных картин в сочетании с его ужесточением для зарубежных; заключение новых международных соглашений, развитие кинокомиссий и фискальных стимулов; расширение сети кинотеатров, обязанных демонстрировать не менее 50% сеансов отечественного кино; ужесточение методов борьбы с пиратством в Сети. Большинство этих мер должны положительно сказаться на деятельности российских продюсеров.

Свершившаяся цифровая революция открыла дорогу на широкий экран новым фильмам (число их выросло с 280–350 до 400–450) и спецпоказам, система проката которых к 2016 году сложилась и преуспела (на экраны выходят 550–600 наименований в составе более 200 программ). Однако в 2018 году был принят «закон о фестивалях», который всерьез угрожает развитию данной сферы, сужая круг фильмов, которые могут демонстрироваться без прокатного удостоверения (а условия его получения далеко не всегда позволяют это сделать в случае событийных или ретроспективных релизов). Чаще всего с прокатным удостоверением демонстрируются документальные ленты и сборники короткометражных фильмов, однако они до сих пор не получали и 0,5% кассовых сборов страны. Тем не менее интерес к документальным картинам растет как со стороны зрителей, так и дистрибьюторов, тогда как прокатчики короткого метра уходят с рынка.

В широком прокате доминируют фильмы производства США: они получают около 60% кинопосещений в России. Концентрация рынка в руках представителей голливудских мейджоров превышает 80%, однако в последнее время идет на спад: пик был достигнут в 2016 году, когда большую часть зрителей привлекли в кинотеатры немногочисленные хиты. Мейджоры интересуются российским контентом: они видят здесь возможности как с точки зрения бизнеса (эти фильмы популярны), так и политики (им оказывает всестороннюю поддержку Фонд кино). Прокат крупных российских проектов мейджорами влечет за собой снижение доступности этих картин для небольших кинотеатров, у которых просят минимальную гарантию. Эту проблему сейчас предлагает решать Фонд кино, выступая посредником между прокатчиком и кинотеатром и гарантом выплаты прокатной платы первому без предоплаты МГ.

С переходом на цифру прежние тиражные бюджеты хлынули на телевидение – теперь это рекламные расходы прокатчиков и продюсеров. Самые рекламируемые фильмы в 2017 году получили в пять раз больше телероликов, чем в 2013-м, хотя их количество сократилось в полтора раза (только самые крупные релизы и самые сильные дистрибьюторы покупают эфирное время). В 2016–2017 годах заметно нарастили рекламные объемы отечественные фильмы, чем может и объясняться рост их популярности – наряду с растущими объемами господдержки (включая невозвратные субсидии для всех в Год российского кино (2016-й) и реинвестируемые возвратные средства Фонда кино), а также повышением внимания телеканалов к участию в отечественном кинопроизводстве. Очевидно, что многие прокатчики (в первую очередь работающие с зарубежными фильмами) уходят в Интернет (пока данных об их расходах в данной сфере нет). Обилие телевизионной рекламы ставит фильмы в неравные конкурентные условия и способствует укреплению неравенства в доходах кинопродюсеров, а также усугублению кризиса независимой дистрибуции как российских, так и зарубежных фильмов. Последний к тому же провоцируется расширением сети малозальных кинотеатров, протекционистскими законодательными инициативами и правоприменительной практикой.



Быстро развивается сегмент видео по запросу: растет число сервисов, их собственное производство, показ серий перед эфиром и т. п. Сокращается и «окно» до цифрового релиза фильмов (особенно это заметно в 2017–2018 годах). Интересно, что российские продюсеры его увеличивают (с 4 до 7,5 недели за последние 3 года), а производители из США и Европы, напротив, сокращают (с 10–12 до 8,9–9,6 недели). Развитию легальных сервисов, как и кинотеатральному прокату, способствует продолжающаяся борьба с видеопиратством (в частности, закон о блокировке сайтов-зеркал). При этом закон о создании реестра онлайн-кинотеатров и регулировании иностранного владения сервисами, принятый в 2017 году и могущий ограничить конкуренцию с зарубежными компаниями на российском рынке, до сих пор так и не заработал.



С точки зрения посещений и кассовых сборов в 2013–2015 годах на рынке была стагнация (около 175 млн посещений), после которой наступили два «тучных» года (193 и 213 млн зрителей), хотя падение курса рубля почти в два раза за 5 лет снизило интерес к российскому рынку со стороны зарубежных продюсеров. В то же время снижение цены кинобилета (как реальное, так и номинальное) свидетельствует о понижающейся платежеспособности населения, что угрожает сокращением доходов всей киноиндустрии.

В России сложилась полностью цифровая сеть кинопоказа, где все города с населением 250 тыс. жит. и более им обеспечены (и достаточно давно), однако интерес для прокатчиков представляют прежде всего столичные города и миллионники, поскольку на них приходится 47% продаваемых кинобилетов. В больших городах растет конкуренция между кинотеатрами, а в малых уровень кинопотребления (и, соответственно, рентабельности рынка кинопоказа) невысок. Здесь развитию киносети способствует Фонд кино, который выдал средства на открытие 810 залов в малых городах – все они должны заработать до конца 2018 года. Благодаря этому рост числа экранов в стране пока продолжается.

Ожидается появление на рынке первых кинотеатров крупной южнокорейской киносети «CJ CGV». Владелец медиахолдинга «Рамблер» и сегодняшнего лидера

российского рынка кинопоказа объединенной сети «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» (с 13% экранов страны) начал создание общей платформы для продажи фильмов в кинотеатре и в принадлежащем ему сервисе видео по запросу «Okko». Это делается с целью приспособления под меняющиеся привычки зрителей: молодые поколения всё реже ходят в кинотеатры и всё больше смотрят видео в Интернете на мобильных устройствах. Киноаудитория взрослеет, а в России усугубляется и так называемая демографическая «яма», что способствует потере самой активной части публики быстрее, чем за рубежом.

### **Ключевые тренды**

Обобщая все вышеописанное, мы выделили 10 ключевых трендов, оказывающих влияние на российскую кинематографию и формирующих ее облик в среднесрочной перспективе:

1. текущая неблагоприятная ситуация в экономике страны сокращает доходы всех ветвей кинематографии и повышает расходные статьи, связанные с зависимостью отрасли от зарубежных технологий и оборудования;
2. в России усиливается роль федеральных органов исполнительной власти в части регулирования кинорынка и действий его игроков, что оказывает воздействие (как положительное, так и отрицательное) на все подотрасли кинематографии;
3. расширение киносети России продолжается за счет финансовой поддержки из средств федерального бюджета, что положительно влияет на прокат и отечественное кинопроизводство, а также – весьма неоднозначно – на кинопоказ (растут конкуренция и неопределенность дальнейшей судьбы субсидированных залов – при общем позитиве от роста числа кинотеатров);
4. государственная финансовая поддержка кинопроизводства концентрируется на сокращающемся числе крупнобюджетных фильмов, которые производятся лидирующими студиями, что ведет к повышению зависимости доли рынка отечественного кино в прокате от малого числа игроков и проектов;
5. множатся источники доходов и инвестиций для продюсеров: сотрудничество с телеканалами, краудфандинг, зарубежные продажи (особенно важные при ослаблении рубля), развитие сервисов видео по запросу, тематических телеканалов и пр.;
6. творческое разнообразие отечественного кинопроизводства расширяется за счет формирования региональных кинокластеров; столичные же продюсеры получают возможность диверсифицировать риск, вовлекаясь в деятельность своих региональных коллег и пользуясь их системами поддержки (кинокомиссии и рибейты);
7. растет значение анимации и информационных технологий для кинематографистов: полнометражные мультфильмы пользуются спросом аудитории, а спецэффекты и цифровые образы всё чаще становятся незаменимыми в игровых картинах, где форма превалирует над содержанием;
8. ожидаются снижение доминирования телевидения как рекламного канала кинофильмов и усиление роли Интернета и других форм цифрового интерактивного взаимодействия со зрителем, что будет способствовать развитию конкуренции между прокатчиками и производителями, а также снизит власть голливудских мейджоров и продюсеров-лидеров;
9. становится заметным влияние неблагоприятной демографической ситуации в стране на развитие российской киноиндустрии из-за сегментации аудитории, спрос которой удовлетворяется сегодня благодаря развитию событийного проката;
10. усиливается стремление потребителей контента к многоплатформенности (кинотеатр, телевидение, видео по запросу, мобильные устройства, игры, дополненная реальность и пр.), что ведет к перестраиванию традиционной системы производства и продажи кинопродукции.

Главным выводом из исследования в отношении отечественных кинопродюсеров является то, что особого внимания с их стороны сегодня требуют изменения, происходящие в социальном плане. Прокатчикам следует сосредоточиться на минимизации экономического и законодательного риска. Больше всего проблем – у

российских кинотеатров, для которых помимо экономическо-законодательных сложностей есть серьезные угрозы и технологическо-социального характера.

*Подробнее читайте в публикации (под редакцией Невафильм Research для Европейской аудиовизуальной обсерватории) «**Ключевые тренды российского кино**», представленной на конференции «Проблемы и перспективы российского кино» в рамках Кино Экспо 19.09.2018.*

© 2018, Европейская аудиовизуальная обсерватория