

## РОССИЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА. ИТОГИ 2009 ГОДА

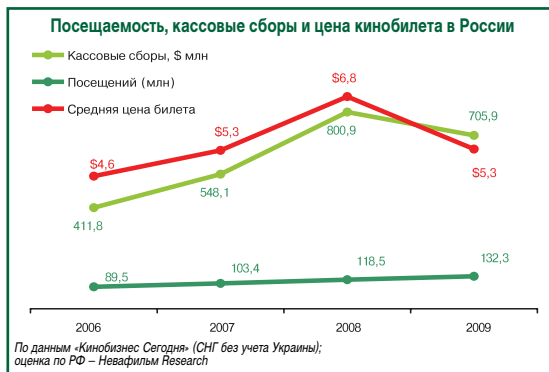
Олег Березин, Ксения Леонтьева, компания «Невафильм»

**КРИЗИСНЫЙ** для экономики России 2009 год оказался весьма неплохим для отечественного кинобизнеса. Несмотря на снижение суммы государственной поддержки в кинопроизводстве количество завершённых кинофильмов и объем инвестиций в них выросли: по данным компании «RFilms», были сняты 107 полнометражных художественных фильмов и 5 полнометражных анимационных картин – почти столько же, сколько в 2008-м; при этом затраты на их производство составили 9,8 млрд руб., что на 15% выше уровня 2008 года. Рублевые сборы кинопроката выросли на 13%, а посещаемость кинозалов – на 12%. В сфере кинопоказа, несмотря на замедление роста сети современных кинотеатров, также происходят позитивные изменения – расширяется сеть цифровых кинозалов, позволяющих повысить качество кинодемонстрации и расширить спектр предлагаемых зрителям услуг.

### Кинопрокат

По данным журнала «Кинобизнес сегодня», касса кинопроката СНГ (за исключением Украины) в 2009 году составила \$736 млн, что на 11% ниже уровня 2008 года – всему виной девальвация рубля. Как обычно, специалисты Невафильм Research произвели оценку *российского* кассового сбора. По данным крупнейших дистрибьюторов<sup>1</sup>, сборы кинопрокатчиков в России составили \$705,9 млн, или 22 млрд руб. (при среднегодовом курсе доллара 31,8 руб.). Количество проданных кино-

билетов в РФ оценивается в 132,3 млн (это на 11,7% выше, чем в 2008-м). При этом впервые с 2003 года цена кинобилета в рублях не изменилась и составила по итогам года 169 руб. (\$5,33).



<sup>1</sup> Из суммарных кассовых сборов и числа проданных кинобилетов в СНГ (без учета Украины) выделена доля Российской Федерации – на основании средневзвешенной статистики кинопрокатных компаний «UPI», «XX век Фокс-СНГ», «Каропремьер», «Каро Прокат», «BVSPR», «Централ Партнершип» и «Наше кино» (в 2009 году на Россию приходится 95,9% кассовых сборов и 95,2% посещений).

Продолжение на стр. 2

## АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2009 ГОДУ

Ксения Леонтьева, Константин Городинский, компания «Невафильм»

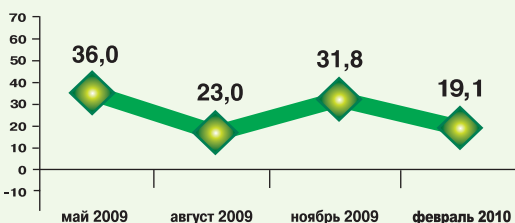
### СОВРЕМЕННЫЕ КИНОТЕАТРЫ

МОСКОВСКОГО РЕГИОНА И САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

**ТРАДИЦИОННОЕ** декабрьское измерение цен на кинобилеты в столицах, проводимое аналитическим отделом компании «Невафильм», в 2009 году прошло с 17-го по 31 декабря: в связи с возрастающим числом столичных кинотеатров и залов, а также с усложнением ценовых схем при показе 3D-фильмов нам пришлось увеличить привычный недельный срок мониторинга. Стартовавший накануне Нового года «Аватар» заставил нас модифицировать методологию исследования. Напомним, что методика расчета цены предложения (Average Ticket Price) основана на сопоставлении недельного расписания кинотеатров и предлагаемых ими цен на все типы мест (без учета льгот и скидок, за исключением цены детского билета в специализированных кинотеатрах).

Продолжение на стр. 5

### Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа



Подробности на стр. 8

### РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 01.01.10

**Всего современных кинотеатров – 792**  
**Всего современных кинозалов – 2 102**  
**В том числе цифровых кинотеатров – 273**  
**В том числе цифровых кинозалов – 353**

### 3D-ФИЛЬМЫ

И АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КОНТЕНТ

**ПРОШЕДШИЙ** 2009 год был отмечен рекордным количеством трехмерных кинорелизов в российском прокате (за год на экраны вышло 19 3D-фильмов), а также началом трансляции альтернативных кинопрограмм в цифровых кинозалах – не на основе репертуарного показа, а в виде уникальных единичных сеансов (иногда с повторами). Исследовательский отдел компании «Невафильм» на сей раз ограничил мониторинг кинобилетов, анализируя цены только на крупнейшие трехмерные релизы – это «Монстры против пришельцев» (первый стереорелиз года), «Ледниковый период-3: Эра динозавров» (самый долгожданный релиз первой половины года) и, конечно, «Аватар» (крупнейший 3D-фильм в современной России, да и во всем мире). Кроме того, годовой опыт работы дистрибьюторского подразделения нашей компании позволил нам сделать некоторые интересные выводы относительно ценовой политики кинотеатров при показе альтернативного контента.

### Крупнейшие 3D-фильмы 2009 года

- **«Монстры против пришельцев»**
- 81 исследованный кинотеатр
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 41,6%
- **«Ледниковый период-3: Эра динозавров»**
- 110 исследованных кинотеатров
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 40,2%
- **«Аватар»**
- 197 исследованных кинотеатров
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 47,2%

Методика расчета средневзвешенного уровня повышения цены билета на 3D-сеансы относительно обычных 35-мм показов аналогична расчетам средней цены киноподачи в Москве и Санкт-Петербурге: средняя цена предложения высчитывается для 3D-сеансов и для аналогичных по времени показов в обычном формате (в случае «Аватара» мы старались брать для сравнения 2D-сеансы того же фильма, где это было возможно).

Продолжение на стр. 7

## КОМПАНИЯ «НЕВАФИЛЬМ»

### НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™



#### ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ

- решения для цифровых и 35-мм кинотеатров
- поставка оборудования для кинотеатров
- рабочее проектирование, монтаж, сервис

### НЕВАФИЛЬМ STUDIOS™



#### ТОНСТУДИЯ POST-PRODUCTION

- тонстудии в С.-Петербурге, Москве и Киеве
- дублирование на русский и украинский языки
- сведение и кодирование фонограмм Dolby™

### НЕВАФИЛЬМ DIGITAL™



#### ЦИФРОВАЯ КИНОЛАБОРАТОРИЯ

- производство цифровых копий кинофильмов
- мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP
- управление ключами воспроизведения фильмов

### НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™



#### ИССЛЕДОВАНИЯ КИНОРЫНКА

- аналитика рынка кинотеатров в России
- исследования конкурентной среды
- разработка концепций кинотеатров

### НЕВАФИЛЬМ EMOTION™



#### АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КОНТЕНТ

- рок • джаз • классика • оперы в цифровых кинотеатрах
- дистрибуция музыкальных и концертных программ
- организация киноакций в цифровых кинотеатрах

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА. ИТОГИ 2009 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1

В 2009 кинопрокатном году на 8,7% сократилось общее число релизов: на экраны было выпущено 324 кинофильма; из них 78 отечественных кинокартин, собравших на экранах СНГ \$176,3 млн, что составляет 23,9% от общей годовой суммы валовых сборов (напомним, что в 2008-м 81 российский фильм собрал 25,9% кассы).

В то же время в российском прокате увеличивается число цифровых релизов и растет доля цифровых копий: в минувшем году она составила уже 7% всех прокатных копий (по сравнению с 1,7% в 2008-м). Однако большинство цифровых релизов – это голливудские фильмы и картины в формате 3D, преимущественно широкие релизы (все картины, имеющие общий тираж более 600 копий, и 67% фильмов тиражом от 300 до 600 копий). Любопытно, что из 32 картин более узкого проката 15 выходили только в «цифре» (в том числе 6 альтернативных программ Невафильм Emotion); 8 из них – 3D-фильмы. Таким образом, независимым прокатчикам все сложнее «прорваться» на рынок цифрового кинопоказа.

## Современный рынок кинопоказа

По данным на 31 декабря 2009 года, в России насчитывается 2 102 современных кинозала в 792 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,7). Число цифровых кинозалов достигло 353, из них 351 имеют возможность 3D-показа.



Число игроков российского рынка кинопоказа по-прежнему велико – более 460. При этом (в связи с изменением территориального деления страны в начале 2010 года и выделением ряда регионов, входивших в состав Южного Федерального округа, в новообразованный Северо-Кавказский Федеральный округ) уменьшилось число региональных операторов и увеличилось число федеральных: например, новый статус обрела краснодарская компания «Монитор».

Однозальные кинотеатры продолжают сдавать позиции – их доля на рынке по числу кинозалов составляет уже 17,5% (по сравнению с 19,4% по ито-

## Распределение современных кинотеатров России в целом по количеству залов (по данным на 31 декабря 2009 г.)

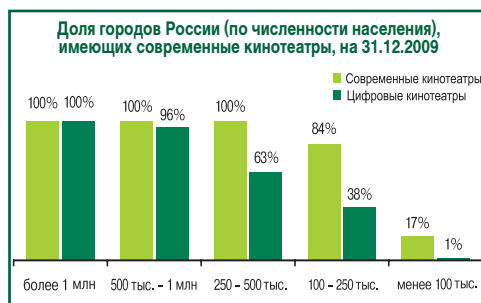
Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
<b>Однозальные</b>	<b>368</b>	<b>368</b>	<b>17,5%</b>
2 зала	169	338	16,1%
3 зала	61	183	8,7%
4 зала	61	244	11,6%
5 залов	26	130	6,2%
6 залов	31	186	8,8%
7 залов	20	140	6,7%
<b>Итого МИНИПЛЕКСЫ</b>	<b>368</b>	<b>1221</b>	<b>58,1%</b>
8 залов	27	216	10,3%
9 залов	15	135	6,4%
10 залов	4	40	1,9%
11 залов	3	33	1,6%
12 залов	5	60	2,9%
14 залов	1	14	0,7%
15 залов	1	15	0,7%
<b>Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ</b>	<b>56</b>	<b>513</b>	<b>24,4%</b>
<b>Всего в России</b>	<b>792</b>	<b>2102</b>	<b>100,0%</b>

гам 2008 года). Подавляющее большинство российских кинотеатров – миниплексы, среди которых преобладают двухзальные и четырехзальные. Число мультиплексов продолжает увеличиваться (в 2009-м их доля достигла 24,4%), при этом самым большим кинотеатром в стране остается московский пятнадцатизальный «KinoStar New York».

За прошедший год в стране был открыт 61 кинотеатр (255 залов), что на треть меньше, чем годом ранее; таким образом, 2008 год пока остается самым успешным для развития современного кинопоказа, тогда как в 2009-м кризис оказал серьезное влияние на рост рынка. При этом число закрытий по итогам года снизилось – всего около 40 залов в 23 кинотеатрах (преимущественно это были одно- и двухзальные).

Годовой прирост рынка современных кинозалов в 2009 году составил 11,5% – почти вдвое меньше, чем годом ранее. Кризис снизил не только общее количество открытых кинозалов, но и долю новых кинозалов в торговых-развлекательных центрах: в прошедшем году в ТРК появилось 63% всех новых кинозалов страны (по сравнению с 80% в 2008 году). Тем не менее общая доля кинозалов в торговых центрах продолжает расти и составляет по итогам года более 53%.

Число городов, где работают современные кинотеатры, достигло 309 (это все российские города с населением свыше 250 тыс. жителей и 23% меньших населенных пунктов). Цифровые кинотеатры действуют уже в 107 городах страны, причем это не только крупные города, но и малые – с числом жителей ниже 250 тыс. и даже 100 тыс. жителей.



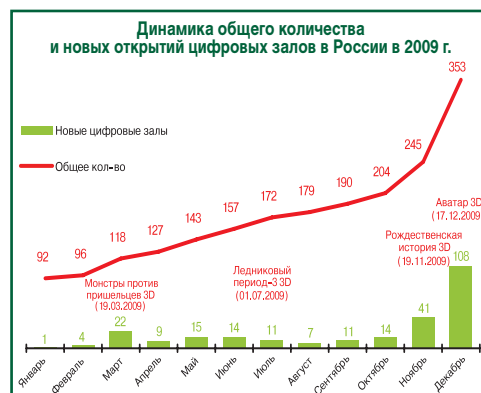
В целом обеспеченность населения страны современными кинозалами также увеличивается – средний по России уровень достиг 1,5 экранов на 100 тыс. жителей (в 2008 году – 1,3), а в пересчете на число жителей городов, где есть современные кинотеатры, среднероссийский показатель плотности киноэкранов в 2009-м составляет 2,2.

Пятерка лидеров российского кинопоказа за минувший год не изменилась. Входящие в нее «Каро Фильм», «Синема Парк», «Киномакс», «Кронверк Синема» и «KinoStar» вместе взятые управляют 27% современных кинозалов, а в состав десяти крупнейших киносетей входит в общей сложности уже 39,5% кинозалов страны.

Отметим, что в 2009 году на рынке кинопоказа проявилась интересная тенденция: крупные операторы кинопоказа активно выводили из-под своего управления одно- и двухзальные. Всего за год владельца сменили более полусотни кинозалов (20 кинотеатров).

## Цифровой кинопоказ

К концу 2009 года число коммерческих цифровых кинозалов в России достигло 353: они действовали в 273 кинотеатрах 107 российских городов. Главной причиной роста рынка цифровых экранов стало обилие в прокате трехмерных фильмов (в 2009 календарном году их насчитывалось 19), при этом каждый крупный 3D-релиз вызывал волну появления новых залов: главная из них предшествовала декабрьскому старту «Аватара» (тогда открылось более 100 залов). В то же время остается открытым вопрос: сохранятся ли темпы распространения «цифры» в 2010 году, несмотря на все возрастающее число трехмерных релизов?..



## Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами (по данным на 31 декабря 2009 г.)

Группы городов по численности населения	Кол-во городов	Суммарное кол-во жителей (тыс. чел.)	Доля городского населения 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	25 654,9	26,8%	236	1012	48,1%	3,9
500-1000 тыс. чел.	24	15 388,0	16,1%	132	406	19,3%	2,6
250-500 тыс. чел.	38	12 914,6	13,5%	124	231	11,0%	1,8
100-250 тыс. чел.	91	14 127,1	14,8%	123	231	11,0%	1,6
50-100 тыс. чел.	156	10 888,6	11,4%	98	139	6,6%	1,3
20-50 тыс. чел.	354	11 580,3	12,1%	53	56	2,7%	0,5
менее 20 тыс. чел.*	425	5 055,8	5,3%	26	27	1,3%	0,5
<b>Всего в городах РФ</b>	<b>1092</b>	<b>95 609,4</b>	<b>100%</b>	<b>792</b>	<b>2102</b>	<b>100%</b>	<b>2,2</b>

\*Городов, не считая прочие населенные пункты.

## Топ-10: крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 31.12.2009

(включая франшизы и кинотеатры на репертурном планировании)

Место 2009	Место 2008	Оператор сети	К/т	Залы	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	«Каро Фильм»	33	167	7,9%	Москва
2	2	«Синема Парк»	15	126	6,0%	Москва
3	3	«Киномакс»	24	100	4,8%	Москва
4	4	«Кронверк Синема»	15	97	4,6%	С.-Петербург
5	6	«KinoStar»	6	74	3,5%	Москва
6	9	«Люксор»	13	65	3,1%	Москва
7	5	«Формула кино»	12	65	3,1%	Москва
8	7	«Премьер-зал»	40	54	2,6%	Екатеринбург
9	10	«Парадиз»	8	42	2,0%	Москва
10	11	«ИнвестКиноПроект»	6	41	2,0%	Москва
Итого у этих операторов			172	831	39,5%	
<b>Всего в России</b>			<b>792</b>	<b>2102</b>	<b>100,0%</b>	

Большинство цифровых кинозалов в России принадлежит федеральным киносетям (40%), однако независимые кинотеатры не намного отстают по данному показателю (на конец 2009-го 36% цифровых экранов находятся в руках независимых игроков). Наиболее осторожно к внедрению новой технологии кинопроекции относятся региональные сети – их доля на цифровом рынке кинопоказа не достигает и 10%.

При этом все игроки рынка оснастили «цифрой» около 17% своих залов. В то же время федеральные сети оборудовали уже более половины всех своих кинотеатров, тогда как другие игроки рынка – не более 30%.



Однако еще не все федеральные и региональные сети имеют цифровые залы, поэтому перспективы роста рынка цифрового кинопоказа в России еще есть.



Лидирующими игроками на рынке цифрового кинопоказа остаются сети «Синема Парк» (38 цифровых залов) и «Люксор» (22 зала). Однако в 2009-м другие крупные игроки рынка кинопоказа также стали активно устанавливать цифровое оборудование: «Каро Фильм» имеет уже 18 цифровых экранов, «Формула кино» – 17, «KinoStar» – 14, «Парадиз» – 8, «Киномакс», «Кронверк Синема» и «Монитор» – по 7.

### Рынок кинорекламы<sup>2</sup>

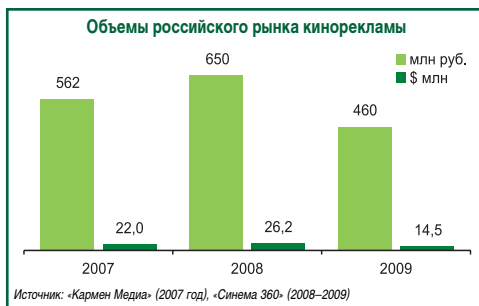
В 2009 году кинотеатры больше других медиа пострадали от общего падения рекламного рынка, поскольку в условиях кризиса рекламодатели предпочли традиционные СМИ (в первую очередь телевидение), в которых стоимость размещения рекламных блоков снизилась.

К середине года стало очевидно, что назрела необходимость перемен и в сфере рекламы в кинотеатрах. Для повышения привлекательности этого канала несколько крупнейших киносетей объединились в рамках проекта компании «Синема 360» – «Кино-Контакт!», суть которого заключалась в гарантировании не количества показов или недель демонстрации роликов в кинозалах, а определенного числа зрителей, которые этот ролик увидят. Однако такие условия продажи рекламных возможностей потребовали от участников рынка полного раскрытия информации по числу проданных кинобилетов. В зависимости от готовности компаний идти на подобные условия рынок рекламы в кинотеатрах разделился на две части.

В первую (пул «Кино-Контакт!») вошли кинотеатры, согласившиеся открыть свою отчетность о количестве кинопоказаний рекламодателям: «KinoStar», «Синема Парк», «Кронверк Синема», «Киномакс», «Пять Звезд», «Мираж Синема», «Кинолекс», «Галлактика» (Омск), «Победа» (Новосибирск), «Художественный» (Санкт-Петербург), «Киносфера» (Москва). Эти кинотеатры также согласились понизить стоимость рекламного контакта в 3–5 раз ради возможности увеличить объемы предложений и, в конечном счете, общий доход от рекламы. По итогам 2009-го проект охватил 37 млн кинозрителей в среднегодовом выражении – это 28% от общего числа всех кинопосещений страны и, что важно, около 60% аудитории многозальных кинотеатров в торговых центрах.

Другой центр рекламной активности представляют сети «Каро Фильм» и «Формула кино», имеющие узнаваемые на рынке бренды и вследствие этого имеющие возможность сохранять высокие цены на свои услуги.

В результате преобразований, нацеленных непосредственно на главный интерес рекламодателей – дешевый и качественный рекламный контакт – удалось выправить кривую оборотов рынка и закончить год на отметке в 460 млн рублей, что равнозначно падению рынка в рублевом выражении на 29%.



Источник: «Кармен Медиа» (2007 год), «Синема 360» (2008–2009)

### Кинобары<sup>3</sup>

Что касается киноконцессионного бизнеса, то в 2009 году его состояние полностью повторило общие экономические тенденции: в первом квартале наблюдался серьезный спад продаж в действующих кинобарах страны; оживление рынка началось с выходом фильма «Ледниковый период-3», когда зрители заполняли залы на трехмерных и двухмерных киносеансах; в октябре, в соответствии с общим снижением посещаемости кинотеатров, рынок concession достиг своего дна; однако в ноябре–декабре продажи резко пошли вверх.

В целом рост рынка кинобаров в России в 2009-м замедлился – как по причине меньшего числа открытий новых кинотеатров, так и из-за снижения объемов продаж; кроме того, девальвация рубля увеличила расходы кинотеатров на зарубежную продукцию и сырье, зато помогла расширению предложения отечественных товаров (прежде всего слабоалкогольных напитков). До середины года зрители предпочитали сокращать траты на попкорн, особенно на дорогие сеансы трехмерных фильмов. В ответ на это крупнейшие российские киноконцессионные компании расширили предложение комбо-наборов, топперов и другой сувенирной продукции, которая стала неотъемлемой частью современного кинобара и помогла повысить доходы кинотеатров – средний чек во второй половине года стал расти.

По итогам 2009 года рынок concession в рублевом выражении вырос примерно на 5% и, по оценкам Невафильм Research, составил 4,6 млрд руб., или \$143 млн.



Источник: компания «Деловая Русь», Невафильм Research

### МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

31.12.2008 – 104 кт / 415 экранов  
42 кт / 271 экран в ТЦ  
10 цифровых кт / 15 цифровых залов

31.12.2009 – 111 кт / 471 экран  
47 кт / 320 экранов в ТЦ  
53 цифровых кт / 85 цифровых залов

В течение 2009 года в Московском регионе было открыто 66 кинозалов в 11 кинотеатрах. Прекратили работу 4 кинотеатра (10 залов). Процесс смены владельцев кинотеатров в Московском регионе в 2009-м проходил очень активно: сразу 4 кинотеатра (5 залов) вышли из состава сетей «Каро Фильм» и «Формула кино».

Среди открытий первых шести месяцев 2009 года крупнейшими были 12-зальный «KinoStar Miami» в ТРК «Метрополис», 10-зальный «Синема Парк Starlight» в ТРК «Филион» и 8-зальный мультиплекс «Каро Фильм Теплый Стан».

Во втором полугодии были открыты киноконцертный зал «Барвиха Village» (сентябрь); двухзальные «Пионер» (октябрь) и ТЦ «Мариэль» (ноябрь), а также кинозал московского «Дома журналистов». Сеть «Каро Фильм» в 2009 году расширила два своих кинокомплекса в Москве: по два дополнительных зала появились в кинотеатрах «Варшава» и «Киргизия».

К концу 2009-го московская киносеть пополнилась еще несколькими крупными киноплощадками: в ноябре начал работу долгожданный мультиплекс «Люксор-Центр» (к концу года в нем действовали уже 12 экранов – в 2010-м открываются еще 2), а в декабре «Бумеранг на Теплом Стане» стал девятизальником, открыв 5 дополнительных экранов.

Всего за 2009 год число кинозалов в Московском регионе выросло на 13,5%, а число киноэкранов в торговых центрах увеличилось на 18,5%. При этом на сегодняшний день доля кинозалов в ТРЦ в столице составляет 67,9%, что на 3% выше, чем в конце 2008-го.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2009-го 85 (в 53 кинотеатрах) – все они имеют возможность 3D-показа. За год в Москве был установлен 71 цифровой кинопроектор (в 43 кинотеатрах). Таким образом, число цифровых экранов в Московском регионе увеличилось за прошедший год на 467%! Это самый впечатляющий рост данного сегмента кинорынка в России. В целом 18% современных кинозалов Москвы имеют цифровые проекторы (они установлены уже в 51% городских кинотеатров).

В составе крупнейших операторов кинотеатров Москвы изменений за 2009 год не произошло. Тем не менее двум компаниям удалось повысить свой рейтинг по числу современных киноэкранов: «Люксор» поднялся на одну строчку, а «West» – сразу на три.

### Московский регион: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31.12.2009)

Место 2009	Место 2008	Оператор сети	К/т	Залы	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	«Каро Фильм»	18	91	19%
2	2	«Формула кино»	11	61	13%
3	3	«KinoStar»	4	50	11%
4	4	«Синема Парк»	4	33	7%
5	6	«Люксор»	6	32	7%
6	5	«Кронверк Синема»	3	22	5%
7	10	«West»	4	21	4%
8	7	«Синема Стар»	3	21	4%
9	8	«Центрфильм»	6	19	4%
10	9	«Парадиз»	4	17	4%
Итого у этих операторов			63	367	78%
Всего в Москве			111	471	100%

### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

31.12.2008 – 37 кт / 186 экранов  
25 кт / 159 экранов в ТЦ  
5 цифровых кт / 6 цифровых залов

31.12.2009 – 42 кт / 197 экранов  
25 кт / 160 экранов в ТЦ  
23 цифровых кт / 27 цифровых залов

В Санкт-Петербурге в прошедшем году было открыто 12 залов в 6 кинотеатрах. Примечательно, что все новые кинокомплексы Северной столицы расположены в отдельно стоящих зданиях, а не на территории торгово-развлекательных центров, что связано с общим сокращением числа строящихся торгово-развлекательных объектов в городе. Закрылся один кинотеатр.

В 2009 году особенно активно открывались муниципальные кинотеатры: в начале года начали работу два кинозала «Фильмофонда»; в сентябре – детский кинотеатр «Заневский» (стоян цифровой зал), в декабре – двухзальный «Дружба» и однозальный «Чайка».

<sup>2</sup> Раздел подготовлен при участии Сергея Болотина, компания «Синема 360».

<sup>3</sup> Раздел подготовлен при участии Искандера Аминова, группа «Деловая Русь».

также оснащенный оборудованием для цифрового кинопоказа.

Тем не менее частные операторы кинотеатров смогли открыть несколько новых киноплощадок в течение года: дополнительные залы появились в кинотеатрах «Пик» и «Новый Рубеж»; сеть «Каро Фильм» открыла однозальный в гостинице «Москва», компания «Синема Мир» – двухзальный «Нева» на Невском проспекте.

Общий рост числа современных кинозалов в Санкт-Петербурге в 2009 году составил 5,9%, при этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах практически не выросло, а доля кинозалов, расположенных в петербургских ТРК, составила 81%, что ниже прошлогоднего уровня на 4%.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2009-го 27 (в 23 кинотеатрах), среди них лишь «Заневский»

#### Санкт-Петербург: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31.12.2009)

Место 2009	Место 2008	Оператор сети	К/т	Залы	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	«Кронверк Синема»	8	48	24%
2	2	«Каро Фильм»	8	43	22%
3	3	«Rising Star Media»	2	24	12%
4	4	«Мираж синема»	4	19	10%
5	5	«Синема Парк»	1	9	5%
6	7	«Синема Мир»	2	8	4%
7	6	«КиноЭксперт»	1	8	4%
8	8	«Русское поле»	1	6	3%
9	–	«Комитет по культуре Петербурга»	3	5	3%
10	9	«Mori Cinema»	1	5	3%
<b>Итого у этих операторов</b>			<b>31</b>	<b>175</b>	<b>89%</b>
<b>Всего в С.-Петербурге</b>			<b>42</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>

не имеет оборудования для 3D-показов. В течение года в Северной столице был установлен 21 цифровой кинопроектор (в 18 кинотеатрах). Общий рост данного сегмента кинорынка за год достиг 350%, при этом доля цифровых залов составляет уже 14% от общего числа петербургских экранов; «цифра» есть уже в каждом втором кинотеатре города (55%).

Важнейшим изменением в составе крупнейших игроков петербургского рынка стало появление нового оператора сети детских кинотеатров – Комитета по культуре, занявшего сразу 9-ю позицию с тремя кинотеатрами и пятью залами.

#### РЕГИОНЫ

31.12.2008 – 613 кт / 1285 экранов

116 кт / 530 экранов в ТЦ

58 цифровых кт / 70 цифровых залов

31.12.2009 – 639 кт / 1434 экрана

130 кт / 623 экрана в ТЦ

195 цифровых кт / 239 цифровых залов

С 1 января по 31 декабря 2009 года в регионах России было открыто 44 кинотеатра (177 кинозалов). При этом были закрыты 28 залов в 18 кинотеатрах. Из-за финансово-экономического кризиса рост регионального рынка кинопоказа в 2009 году серьезно замедлился и составил 11,6% (что существенно ниже уровня прошлых лет: например, за 2008 год региональный рынок вырос на 24%); при этом рост числа кинозалов в ТРЦ составил 17,5%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРК достигла 43,4%, что лишь на 2% выше прошлогоднего уровня. В то же время в течение года в регионах шел процесс ус-

тановки оборудования для цифрового кинопоказа: 176 цифровых проекторов начали работать в 143 региональных кинотеатрах – общий рост данного сегмента рынка составил 241%. И хотя сразу после установки оборудования не все цифровые кинозалы в регионах России имели возможность показа трехмерных фильмов, к декабрьскому релизу «Аватара» лишь один из них остался без 3D – калининградский автокинотеатр «Ночной дозор».

#### Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России (на 31.12.2009)

Округа	Кт	Залы	Цифр. кт	Цифр. залы	Доля рынка по общему кол-ву залов
Московский регион	111	471	53	85	22%
Приволжский ФО	131	373	46	59	18%
Центральный ФО*	120	251	37	40	12%
Сибирский ФО	111	244	32	37	12%
Уральский ФО	89	210	20	30	10%
Санкт-Петербург	42	197	23	27	9%
Южный ФО	61	161	24	32	8%
Дальневосточный ФО	56	82	22	25	4%
Северо-Западный ФО**	45	70	11	11	3%
Северо-Кавказский ФО	26	43	5	7	2%
<b>Всего в России</b>	<b>792</b>	<b>2 102</b>	<b>273</b>	<b>353</b>	<b>100%</b>

\* без учета Московского региона

\*\* без учета С.-Петербурга

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

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

БЕСПЛАТНАЯ ЛИНИЯ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ ВСЕХ ЦИФРОВЫХ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ

# 8-800-555-3456

## (8-800-555-FILM)

### звонок бесплатный

ежедневно с 9-00 до 19-00, включая субботу / воскресенье, время московское

УСЛУГА ДОСТУПНА ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ, В КОТОРЫХ УСТАНОВЛЕНО:

**IMAX SR / MPX / DIGITAL** (70-мм и цифровые кинотеатры)

**CHRISTIE DIGITAL SYSTEMS** (цифровые кинопроекторы)

**DOLBY DIGITAL CINEMA** (серверы и 3D системы)

**DoReMi DIGITAL CINEMA** (серверы)

- ✓ техническая поддержка и консультации в «экстремальных» ситуациях
- ✓ профессиональные консультации по вопросам эксплуатации оборудования
- ✓ информация о доступных текущих версиях программного обеспечения

для кинотеатров, имеющих договор на сервисное обслуживание цифрового кинооборудования с ЗАО «Компания НЕВАФИЛЬМ» горячая линия технической поддержки работает **КРУГЛОСУТОЧНО**

электронная почта: [kinoservis@nevafilm.ru](mailto:kinoservis@nevafilm.ru)

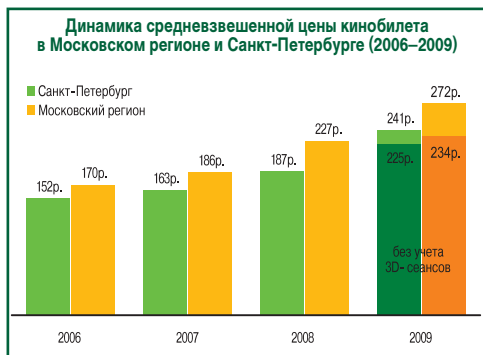
подробности и условия предоставления услуг на [www.cinemas.nevafilm.ru/service](http://www.cinemas.nevafilm.ru/service)

## АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2009 ГОДУ (современные кинотеатры Московского региона и Санкт-Петербурга)

Продолжение. Начало на стр. 1

Если прежде по каждому кинотеатру мы получали одно итоговое среднее значение цены кинобилета, то в 2009-м мы рассчитали цену без учета 3D-сеансов, чтобы измерить изменение ценовой политики операторов кинотеатров по отношению к прошлому году вне влияния трехмерных кинофильмов. Итоговых средневзвешенных значения по каждому городу, таким образом, мы получили два, взвесив долю каждого кинотеатра на городском кинорынке (в соответствии с числом действующих кинозалов в нем).

При этом без учета 3D-сеансов цена кинобилета в рублевом выражении в Санкт-Петербурге выросла существенно (на 20,2%: 225 руб. – против 187 руб. годом ранее), чем в московском мегаполисе (всего на 3%: 234 руб. – против 227 руб. в 2008-м). Причина этого кроется в том, что сразу несколько крупных киносетей в Северной столице изменили свою ценовую политику в сторону повышения («Каро Фильм», «Кронверк Синема», «Мираж Синема»), тогда как в Москве подобная стратегия этими и другими компаниями не применялась: киносети не проводили целенаправленного существенного повышения во всех своих кинотеатрах, меняя ценовые схемы индивидуально в каждом конкретном случае как в сторону увеличения, так и в сторону понижения стоимости билета на 2D-показы.



### Московский регион

Число исследованных кинотеатров: **106 (455 залов, в т. ч. 76 цифровых);**  
 Средневзвешенная цена билета: **271,6 руб. (\$8,6);**  
 Годовой рост: **19,6% в руб. (-6,6% в \$);**  
 Максимальная цена билета: **1 781,7 руб. («Времена года»);**  
 Минимальная цена билета: **69 руб. («Вымпел»).**

В Московском регионе были исследованы 106 кинотеатров (это 96% современных киноплощадок, действовавших в столице к концу 2009-го). По результатам измерения, средневзвешенная цена предложения на кинобилеты в Москве составила 272 рубля или \$8,6 (при среднегодовом курсе 31,8 руб. за доллар) – девальвация рубля оказала влияние на долларовой эквивалент цены кинобилета.

При этом, как уже было отмечено, цены в Москве (без учета 3D-сеансов) остались практически на уровне декабря 2008-го. Таким образом, основной причиной роста средневзвешенной цены билета в современных столичных кинотеатрах является фильм «Аватар 3D» – по итогам года половина киноплощадок города уже имела оборудование для цифрового кинопоказа.

На кинорынке Москвы находят отражение и общеэкономические реалии, характерные для города.

Налицо резкое расслоение по уровню цен различных типов кинокомплексов: разница между самым дорогим и самым дешевым кинотеатром столицы в декабре 2009-го составила 25 раз! А среднее отклонение<sup>1</sup> по ценам всех кинотеатров достигло уровня в 194 руб. (в 2008 году оно составляло 153 руб.). Таким образом, разрыв между кинотеатрами, которые могут быть отнесены к разным ценовым сегментам, все увеличивается.

На сей раз мы выделили среди современных кинотеатров Московского региона пять групп кинокомплексов по уровню средневзвешенной цены кинобилета; главным критерием, отделяющим одну группу от другой, являются резкие разрывы между последней ценой в более высокой категории и первой – в более низкой.

■ Тонкую «верхнюю прослойку» представляют VIP-кинотеатры (с ценой билета выше 750 руб.) – это 3% городских киноплощадок. Самый дорогой кинотеатром второй год подряд остается трехзальный «Времена года», причем за год компания «Центрфильм» повысила цены на 65% (в том числе и благодаря покупке цифрового оборудования). Вторая позиция также осталась за кинотеатром «Романов Синема», ценовая политика которого осталась прежней – все сеансы по 1 000 руб. Также практически не изменил своей ценовой политики кинотеатр «Стрела»: средняя стоимость билета подросла лишь на 4%.

■ Еще один – небольшой – сегмент представляют 5% московских кинотеатров премиум-класса (цена от 400 до 600 руб.). Среди них первое место занимает зал «Nescafe IMAX» – за год билета в нем выросли на 62%, так же как в центральном мультиплексе «Октябрь». Кроме того, «Каро Фильм» увеличила на 18% стоимость просмотра фильмов в кинотеатре на Курской, а в миниплексе «Варшава», пока не оснащенном цифровой проекцией, цены остались неизменными. Любопытно, что открывшийся в 2009 году зал IMAX в кинотеатре «KinoStar New York» занимает группу самых дорогих кинотеатров, предлагая зрителям просмотр фильмов по цене почти на 40% ниже, чем в аналогичном зале в «Киносфере».

■ Еще одна категория кинотеатров имеет цены выше средней по городу (от 290 до 370 руб.) Мы отнесли сюда 13 кинотеатров (11%). Самый дорогой кинокомплексом здесь является однозальный «Космос» сети «Центрфильм». В среднем кинотеатры данной группы повысили стоимость билетов на 40%. Наибольший рост зафиксирован в однозальнике «Балтика», билеты в котором подорожали на 112% (это произошло благодаря установке цифрового оборудования в комплексе, т. к. на момент измерения здесь полным экраном демонстрировался «Аватар 3D»). Любопытно, что в категорию выше средней цены попали также несколько новых кинотеатров Москвы (среди них мультиплексы «Люксор-Центр», «KinoStar Maimi», «Каро Фильм Теплый Стан» и «Синема парк на Багратионовской») – таким образом, в столице остаются востребованными услуги более качественных, современных и удобных кинозалов и зрители готовы платить за подобное предложение более высокую цену.

<sup>1</sup> Напомним, что среднеквадратичное отклонение отражает рассеивание всех значений выборки относительно ее математического ожидания и рассчитывается как квадратный корень из дисперсии.

## НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

Лучший дубляж-2009 –  
«Рождественская история»



В феврале 2010-го прошла XIII церемония вручения ежегодной профессиональной премии «Блокбастер», учрежденная журналами «Кинобизнес сегодня» и «ВидеоМагазин».

Приз им. Алексея Михалева за лучший дубляж 2009 года получила Компания «Невафильм» – за картину «Рождественская история»; это уже седьмая награда Невафильм Studios (четырежды студия была отмечена за лучший дубляж и дважды – за лучший перевод).

Компания «Невафильм» по традиции выступила партнером церемонии награждения.

### Цифровые кинотеатры Невафильм Cinemas

Зимой 2009–2010 гг. специалисты Невафильм Cinemas установили оборудование для цифрового кинопоказа в 36 кинозалах России. Среди них: кинотеатры сетей «Формула кино» в Москве, «Кронверк Синема» в Москве и Санкт-Петербурге, «Каро Фильм» в Москве, Казани и Калининграде, «Парадиз» в Костроме, Курске, Щелково, а также независимые киноплощадки в Екатеринбурге, Архангельске, Благовещенске, Белгороде, Владивостоке, Волгограде, Екатеринбурге, Люберцах, Москве, Орле, Орске, Салавате, Смоленске, Твери, Ульяновске, Уфе и Хабаровске.

На сегодняшний день компания «Невафильм» является ведущим интегратором оборудования для цифрового кинопоказа в России с долей рынка в 35% (более 120 кинозалов). Всего в стране действуют почти 360 цифровых кинозалов, 99% из них оснащены системами для 3D-показа.

### Проекты Невафильм Studios

Зимой 2010 года в тон-студии компании «Невафильм» были завершены работы по перезаписи звука для фильма «Враги» режиссера Андрея Стемповского (производство «Фонда Михаила Калатозова»). Помимо этого, Невафильм Studios ведет работу над перезаписью звука кинокартины «Охота на львов» (режиссер Вадим Соколовский, продюсер Алексей Учитель).

### Оперные и балетные спектакли для цифровых кинозалов

Дистрибьюторское подразделение Невафильм Emotion продолжает транслировать в российских цифровых кинозалах альтернативные кинопрограммы. Зимой 2009–2010 гг. в России были показаны оперы театра «Ла Скала» («Аида» Джузеппе Верди, «Триптих» Джакомо Пуччини, «Путешествие в Реймс» Джоакино Россини), а также балет «Щелкунчик» в постановке театра «Royal Opera House» (Ковент-Гарден, Лондон).

Кроме того, 7 декабря в петербургском кинотеатре «Джем Холл» состоялась первая в России прямая трансляция из Милана оперы Жоржа Бизе «Кармен» в постановке Эммы Данте (театр «Ла Скала»). Компания «Невафильм» обеспечила высококачественное HD-изображение со звуком 5.1., а также русские субтитры – в режиме реального времени.

### Концерт «Джордж Майкл: Live in London» в День Святого Валентина

14 февраля 2010 года в День всех влюбленных более 5000 цифровых кинотеатров России участвовали в очередной киноакции Невафильм Emotion – в показе фильма-концерта Джорджа Майкла «Live in London», организованном совместно с компанией «D&E Entertainment».

Поклонники легендарного британского поп-певца смогли увидеть гала-концерт, прошедший в рамках мирового турне «25 Live Tour» 2007 года, и вновь насладиться его лучшими песнями: «Father Figure», «One More Try», «Freedom», «Faith», «Everything She Wants», «Amazing». Это было незабываемое шоу: пение непревзойденного романтика английской сцены Джорджа Майкла на трехъярусной сцене, оснащенной большими изогнутыми экранами высотой с пятиэтажное здание, яркое световое оформление и т. д.





- Категория *средних цен на билеты (150–290 руб.)* доминирует, включая в себя 76 городских кинотеатров (71%). В среднем повышение стоимости посещения кинотеатра данного ценового сегмента составило 20%. Однако 6 киноплощадок понизили стоимость билета более чем на 5%. Самое большое падение цены билета среди всех кинотеатров Московского региона было зафиксировано в кинотеатре «Ударник», билеты в котором стали дешевле на 34%. Достаточно низкий уровень цены билета оказался и в пяти новых кинотеатрах («Светофор Синема» в Люберцах, «Пионер», «Ленинград», «Домжур» и кинотеатр в ТЦ «Мариэль»).
- В последнюю группу попали *специализированные кинотеатры и кинозалы «у дома» (цена билета 150 руб.)* В категории с низкой ценой билета оказались 11 кинотеатров (10%); все они преимущественно однозальные, расположенные в отдаленных районах города. К этой категории относятся муниципальные детские кинотеатры («Полет», «Искра», «Юность», «Молодежный» и «Вымпел»), а также кинотеатр Госфильмофонда «Иллюзион». Примечательно, что в данной ценовой группе не оказалось ни одного цифрового кинотеатра. Причем цена на билеты в этой категории кинотеатров за год практически не изменилась.

### Санкт-Петербург

Число исследованных кинотеатров: **40 (193 зала, в т. ч. 20 цифровых);**  
 Средневзвешенная цена билета: **241,2 руб. (\$7,6);**  
 Годовой рост: **28,8% в руб. (0,5% в \$);**  
 Максимальная цена билета: **456,8 руб. («Coca-Cola IMAX»);**  
 Минимальная цена билета: **77,5 руб. («Заневский»).**

Среди 42 кинотеатров Санкт-Петербурга, действующих на конец 2009-го, в измерении средней цены кинобилета участвовали 95%. Средневзвешенная стоимость посещения кинозалов Санкт-Петербурга по сравнению с прошлым годом выросла почти на

треть и подобралась к отметке в 241 руб., при этом рост цены билета в петербургской киносети оказался весьма существенным даже без учета стоимости трехмерных показов. Тому есть две причины: фильм Джеймса Камерона «Аватар 3D», заставивший оснастить «цифрой» уже 55% кинотеатров Северной столицы, и... фильм Джеймса Камерона «Аватар» в обычном 2D формате, но с необычной длительностью (почти 3 часа экранного времени сократили число возможных сеансов в день и заставили кинопоказчиков идти на повышение цен).

Среднеквадратичное отклонение, характеризующее разброс цен между кинотеатрами, остается в Санкт-Петербурге ниже московского уровня, однако за год оно увеличилось в полтора раза и достигло 81 руб. (в 2008-м – 53 руб.). Рост различия в ценах на билеты в кинотеатры свидетельствует о все более четком и детальном сегментировании рынка: все острее ощущается разница в цене посещения кинотеатра премиум-класса, среднего класса и недорогого местного кинотеатра. Ценовые схемы современных кинотеатров Санкт-Петербурга можно разбить на 4 группы.

- **Премиум-класс (выше 320 руб.)**. Эту категорию представляют 10% кинотеатров Санкт-Петербурга. Самым дорогим кинозалом города является «Coca-Cola IMAX», который расположен в кинотеатре «KinoStar City», причем по сравнению с прошлым годом цены на билеты здесь выросли на 47%. За ним следует кинотеатр «Мираж Синема на Большом»; средневзвешенная цена посещения которого выросла вдвое (в прошлом году здесь был установлен цифровой кинопроектор). На 69% поднял свои цены кинотеатр «Нео» сети «Кронверк Синема» (этот двухзальный все активнее движется в сторону категории VIP). В то же время самый дорогой кинотеатр прошлого года «Джем Холл» повысил цену лишь на 13% и уступил свое место более дорогим кинозалам. Замыкает пятерку самых дорогостоящих кинотеатров «Каро Фильм–Варшавский Экспресс».

- В группу кинотеатров с ценой *выше средней (240–320 руб.)* входят 10 киноплощадок (25%). Среди них самым дорогим является мультимплекс «KinoStar City» (без зала IMAX). Кинотеатры этой ценовой категории подняли цены билетов в среднем на 50%. В пяти из них данное повышение обусловлено наличием цифрового оборудования и показом «Аватара» в 3D; еще два кинотеатра смогли поднять цены благодаря отсутствию конкурентов поблизости; а в трех кинотеатрах повышение цены было возможно в силу стечения двух предыдущих обстоятельств.
- **Средний уровень цены кинобилета (160–240 руб.)** был характерен в декабре 2009-го для 17 кинотеатров (42%). В эту ценовую категорию попали как центральные кинотеатры, так и площадки, расположенные в отдаленных частях города. Самым дорогостоящим среди них стал мультимплекс «Кронверк Синема Феличита», причем билеты здесь за год подорожали более чем на 50%, как и еще в двух кинотеатрах данной категории. Семь кинокомплексов также подняли цены, но не столь существенно – от 35 до 50%; еще пять – от 10 до 35%. При этом два кинотеатра снизили цены на билеты на 15%.
- Оставшиеся 9 кинотеатров Санкт-Петербурга (23%) можно обозначить как *специализированные кинотеатры и кинозалы «у дома» (цена билета менее 160 руб.)*. В этой ценовой категории находятся детские кинотеатры Комитета по культуре («Чайка» и «Заневский»), а также кинотеатры, расположенные в отдаленных изолированных районах города: «Морг Синема», «Подвиж» в Колпино, «Каро Фильм» в гостинице «Москва». Помимо этого, как и в Москве, в данную группу попали кинотеатры, которые специализируются на показе авторского кино и архивных фильмов: «Дом кино», «Родина» и «Фильмофонд».

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полную версию исследования читайте на сайте [www.nevaifilm.ru](http://www.nevaifilm.ru)

## НОВОСТИ DIGITALCINEMA.RU

DIGITALCINEMA.RU

### Цифровые проекторы Christie Solaria появятся на российском рынке

Первые цифровые проекторы новой серии Christie Solaria появятся на российском рынке в марте 2010 года. Компания «Невафильм» уже заключила первые контракты на поставку новых устройств.



Данная линейка проекторов создана на основе технологии Texas Instruments DLP Cinema. Пять новых продуктов этой серии предлагают широкий спектр разрешения и уровня яркости для кинотеатров, которым необходима проекция как на небольшие, так и на огромные экраны. В новой линейке представлены модели Christie CP2210, Christie CP2220 и Christie CP2230 (доступные для 2K и подготовленные к работе в режиме 4K), а также Christie премиум 4K проекторы Christie CP4220 и Christie CP4230 для экранов размером до 30,5 м, обеспечивающие беспрецедентную яркость в 30 000 люмен.

Каждый из пяти новых проекторов обладает особенной модульной архитектурой для повышения уровня работоспособности и удобства обслуживания, дополнительным интегрированным медиаблоком, а также встроенной инновационной технологи-

ей Brilliant3D™ от Christie для самых ярких и реалистичных 3D-презентаций. Кроме того, благодаря способности обеспечивать высокую яркость при пониженной мощности лампы, стоимость эксплуатации всех уже существующих и последующих поколений проекторов Christie на 25% ниже, чем при использовании иных аналоговых технологий.

Сегодня цифровые проекторы Christie установлены более чем в 7 500 цифровых кинозалов мира. Это самая популярная марка и в России: по данным Невафильм Research, к началу 2010 года ими оснащены 54% цифровых кинозалов страны.

### В Беларуси открылся первый цифровой кинотеатр

В январе 2010 года в Минске начал работу первый цифровой кинозал в стране – он был открыт в кинотеатре «Киев» премьерным 3D-показом фильма Джеймса Кэмерона «Аватар». В кинозале установлен цифровой проектор Kinoton, а также сервер цифрового кинопоказа Dolby с 3D-системой.

Внедрение инновационных технологий в кинотеатрах города предусмотрено программой развития киносети Минска на 2008–2012 годы, одобренной Мингорсоветом. В планах столичного киноvideoproката – модернизировать и капитально отремонтировать до 2012 года около десятка кинотеатров. Реализация программы позволит повысить эффективность работы столичных кинотеатров и отказаться от бюджетного финансирования.

Всего на сегодняшний день, по данным Невафильм Research, в странах СНГ работают более 50 цифровых кинозалов – на Украине (23 зала), в Казахстане (21 зал), Литве (5 залов), Молдове (3 зала), Киргизии и Беларуси (по одному залу).

### Новые цифровые кинотеатры IMAX откроются в России

Корпорация IMAX и российская компания «Rising Star Media» заключили соглашение об открытии к весне 2010 года двух цифровых кинотеатров IMAX.

В сети «KinoStar» уже имеются два зала IMAX (плёночный – в Санкт-Петербурге и цифровой – в Москве). По условиям нового соглашения, в Москве появится еще один цифровой зал IMAX (в «KinoStar» на Теплом Стане), а в Санкт-Петербурге будет модернизирован уже действующий кинозал IMAX в кинотеатре «KinoStar City» – в нем установят фирменную систему цифровой проекции.

Всего в России действует пять кинозалов IMAX: два в Москве и по одному в Санкт-Петербурге, Казани и в Уфе, причем последний был открыт в декабре 2009 года в кинотеатре «Искра» и также является цифровым кинозалом IMAX.

### В мире действует более 16 000 цифровых кинозалов

screen Digest

По итогам 2009 года, согласно данным исследователей Screen Digest, число цифровых кинозалов в мире достигло 16 405, при этом более половины из них – 9 016 (55%) – оснащены системами для цифрового 3D-кинопоказа. За минувший год общее количество кинозалов, соответствующих требованиям консорциума DCI, увеличилось почти в два раза (на 186%); по итогам 2008-го таких киноэкранов в мире насчитывалось 8 800. Доля России в мировом рынке цифрового кинопоказа составляет 2,2%; по итогам 2009-го, в нашей стране действовало 353 цифровых экрана (из них 351 с возможностями 3D).

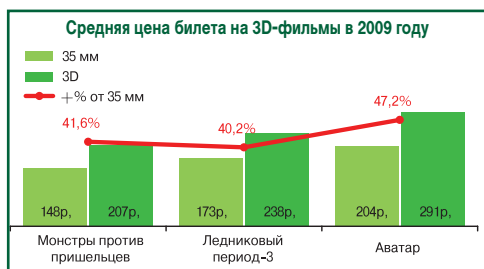
## АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2009 ГОДУ (3D-фильмы и альтернативный контент)

Продолжение. Начало на стр. 1

При этом уровень повышения цены рассчитывается как средневзвешенное (по числу цифровых залов в исследованных кинотеатрах) от полученного процента повышения в каждом кинокомплексе. Таким образом, данный процент отличается от простого деления, получаемого по формуле [(средняя цена 3D – средняя цена 2D) / средняя цена 2D].

Итак, в 2009 году мониторинг цен на 3D-сеансы был проведен по трем кинофильмам, на первой (в случае «Аватара» – и на второй) неделе проката картины: с 19 по 25 марта («Монстры против пришельцев»), с 1 по 7 июля («Ледниковый период-3») и с 17 по 31 декабря («Аватар»). Для перевода полученных рублевых значений в валютный эквивалент использовались следующие средние курсы доллара на момент измерения (в хронологическом порядке): 33,7 руб.; 31,2 руб.; 30,4 руб.

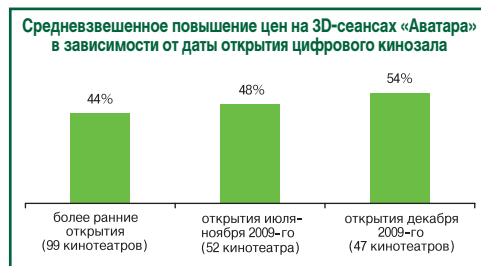
Результаты исследования показали, что в России неуклонно росла цена предложения: в марте обычные билеты в кинотеатрах стоили менее 150 руб. (\$4,4) – 3D-сеансы предлагалось посетить за 207 руб. (\$6,2); в июле цена обычных киносеансов превысила 170 руб. (\$5,6) – трехмерные показы могли обойтись в среднем в 240 руб. (\$7,6); а в декабре показ более длинных двухмерных сеансов «Аватара» стоил уже более 200 руб. (\$6,7), а трехмерных – более 290 руб. (\$9,6). В то же время с начала года в стране наблюдалось падение среднего уровня повышения цен на 3D-сеансы: так, если процент повышения на первом цифровом 3D-релизе в России – «Бевульф» (2007) – составлял 69%, на «Путешествии к центру Земли» – 41%, на «Вольте» (2008) – 43%, то нынешний год начался с уровня +42% в марте и продолжился уже сорокапроцентным повышением в июле. Однако в декабре ошеломительный «Аватар» вмешался в прогнозы по дальнейшему падению разницы цен на билеты: средневзвешенный уровень повышения на трехмерных показах этого фильма составил на первых неделях демонстрации 47%.



В связи с тем, что результаты мониторинга цен по «Аватару» оказались несколько неожиданными, любопытно рассмотреть, чем же вызвано подобное изменение сложившейся тенденции к сглаживанию разницы между 2D- и 3D-показами. Фильм действительно вызвал небывалый интерес у публики, позволивший существенно продлить сроки кинотеатрального проката картины, повысить цены на все типы показов, а также установить сеансы в непривычное время (в некоторых кинотеатрах утренние сеансы начинались в 8-30 (!), что позволило кинопоказчикам вместить большее число показов в течение дня). Но помимо этого зрительского интереса, на наш взгляд, важное влияние на уровень повышения стоимости 3D-показов оказало молниеносное (почти в два раза за один месяц) расширение цифровой киносети России; при этом во многих городах были открыты первые цифровые кинозалы, которые на момент релиза «Аватара» смогли предложить зрителям уникальную киноуслугу.

Доказательством того, что именно «новички» 3D-показа подняли уровень цен так высоко, может служить ранжирование кинотеатров по дате открытия первых цифровых залов в них. Проведенный в таком контексте анализ свидетельствует, что установив-

шие «цифру» специально под «Аватара» кинокомплексы повысили цену на 3D-сеансы в среднем более чем в полтора раза; уже имевшие опыт показа трехмерных фильмов в 2009 году (от «Ледникового периода-3» до «Рождественской истории») – менее, чем в полтину; а кинотеатры, имевшие цифровые залы до середины 2009-го, повысили цены в декабре все-го на 44%.



При этом большое влияние на ценовую политику кинотеатров в отношении 3D оказывают и такие факторы, как наличие конкуренции на территории обслуживания, общее социально-экономическое положение в регионе, позиционирование кинотеатра и сложившиеся традиции кинообслуживания. Вообще не повышают цены на 3D-показы, например, VIP-кинзалы («Джем Холл» в Санкт-Петербурге, «Люксор-Центр» в Москве), тогда как максимальное повышение на «Аватаре» (более, чем в два раза) было отмечено в Самаре («Киномост» – 182%) Балакове («Мир» – 132%), Москве («Художественный» – 120%), Ростове-на-Дону («Plaza Cinema» – 118%), Рязани («Малина» – 116%) и в некоторых других кинотеатрах.

### Альтернативный контент

#### «Iron Maiden: Рейс 666»

- 37 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – 1%

#### «Концерт в честь маэстро Паваротти»

- 25 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – -11%

#### «Последний герой: Всероссийская КиНОакция памяти Виктора Цоя»

- 23 исследованных кинотеатра
- Изменение цены – 20%

#### Классическая музыка (оперы «Ла Скала»)

- 18 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – 30%

Методика сравнения цен на показах альтернативного контента и обычных фильмов отличается от традиционного нахождения средневзвешенных. Дело в том, что в распоряжении Невафильм Emotion имеются данные о фактической цене посещения сеансов наших альтернативных программ, но, поскольку в большинстве кинотеатров премьерные показы проходят вечером в будни, средняя цена кинопосещения на них может быть сравнима с ценой предложений кинотеатров на обычные фильмы в аналогичное время. Поскольку данные цифры могут быть сопоставимы с большой степенью условности, мы позволили себе провести сравнение с ценой кинобилета в этих же цифровых кинотеатрах на сеансах «Аватара» в 2D во вторник вечером (данные за декабрь 2009 года). Это не позволяет нам выявить реальное изменение цен на альтернативные кинопоказы, однако дает возможность представить потенциал ценовой политики музыкальных программ для кинотеатров по сравнению с успешными блокбастерами.

В 2009 году Невафильм Emotion представила зрителям три популярных музыкальных проекта («Iron Maiden: Рейс 666» – 21 апреля, «Концерт в честь Маэстро Паваротти: Изумительный вечер в

## НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

### Пресс-конференция «Operas @ Cinemas» в кинотеатре «Джем Холл»

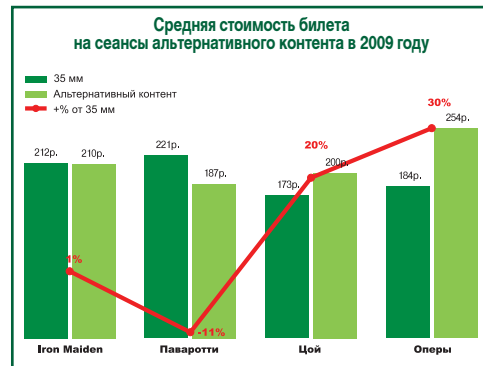
10 февраля 2010 года кинотеатр «Джем Холл» при поддержке компании «Невафильм» и «Журнала любителей искусства» организовал пресс-конференцию, посвященную показам классических оперных постановок в российских кинотеатрах. На конференцию был приглашен специальный гость – один из лучших исполнителей моцартовских и вердиевских опер, выдающийся бас Ферруччио Фурланетто. К его приезду был приурочен показ нескольких номеров оперы «Дон Карлос» (Ковент-Гарден), партию Короля Филиппа II в которой исполнил сам Ферруччио.



Несмотря на то что маэстро приехал в Петербург по приглашению Мариинского театра с большой концертной программой, он нашел время и посетил кинотеатр «Джем Холл», дав журналистам развернутое интервью. Ферруччио проявил искренний интерес и внимание к демонстрациям классической оперы в кино. Он подчеркнул, что показ оперных постановок в кинотеатре является ценным и необходимым для зрителей событием: «Бесспорно, каждый имеет право стать очевидцем различных оперных постановок ведущих площадок мира в кино, и такое начинание должно привлечь большее внимание прессы и иметь настоящий успех в будущем».

Петре» – 26 мая, Всероссийская КиНОакция памяти Виктора Цоя «Последний герой» – 15 августа), а также серию оперных представлений театра «Ла Скала» («Травиата», «Мария Стюарт», «Аида» – с октября по декабрь 2009-го).

Относительно декабрьских вечерних сеансов обычных фильмов в целом средний уровень цен на показы альтернативного контента оказался выше на 10%! При этом невысокая цена в начале года может быть объяснена как внедрением новой услуги для российских цифровых кинотеатров, так и инфляцией кинобилета с весны по декабрь (взятый нами в качестве базы для сравнения). Однако уже летняя КиНОакция позволила кинотеатрам повысить цену билета на 20% по сравнению с декабрьским показом «Аватара» в 2D, а осенне-зимний сезон оперных спектаклей «Ла Скала» стал еще более прибыльным: стоимость посещения подобных демонстраций оказалась на 30% выше, чем цена на обычные фильмы.





## ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЗИМА 2009–2010

Ксения Леонтьева, Константин Городинский, компания «Невафильм»

**ЗИМНИЙ** киносезон 2009–2010, по оценкам игроков российского рынка кинопоказа, оказался очень успешным: подавляющее большинство респондентов остались довольны результатами работы. Однако кинопоказчики не питают особых иллюзий относительно будущего киносезона и полагают, что уровень посещаемости грядущей весной снизится.

Помимо традиционных вопросов относительно текущей ситуации на кинорынке, ожиданий и прогнозов на предстоящий сезон мы попросили респондентов поделиться целями и задачами, которые они ставят перед собой в нынешнем году. Отдельные вопросы были, как обычно, заданы и цифровым кинотеатрам.

Показатели охвата территорий РФ и объема рынка кинопоказа респондентами, принявшими участие в измерении предпринимательского настроения

Количество	Охвачено кинотеатрами, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 01.01.2010)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	261	792	33,0%
кинотеатров	1091	2 102	51,9%
городов	94	1 095	8,6%
регионов	44	82	53,7%
федеральных округов	8	8	100,0%

Своими настроениями с нами поделились 48 респондентов, среди которых были представители 14 федеральных, 5 региональных, 12 местных киносетей и 17 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 33% кинотеатров или 52% залов, действующих в стране к началу 2010 года. При этом у 41 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (85% опрошенных).

### Результаты опроса

Подавляющее большинство кинопоказчиков (92%) охарактеризовали посещаемость своих кинозалов зимой как хорошую, и еще 8% – как удовлетворительную. Недовольных же количеством зрителей в кинотеатрах не оказалось вовсе. Благодаря этому показатель бизнес-ситуации достиг рекордного за трехлетнюю историю измерений значения (92%).

Результаты опроса свидетельствуют о том, что ожидания большинства игроков кинорынка оправдались (92%), причем сорок два респондента ответили, что уровень посещаемости зимой был хороший, а по мнению еще двоих – удовлетворительным. 2% опрошенных рассчитывали на более высокие результаты, вследствие чего их ожидания не оправдались, а 6% респондентов затруднились с ответом.

После успешной зимы почти половина (48%) респондентов ожидает падения уровня посещаемости грядущей весной, 40% полагают, что ситуация останется без изменений, а 12% надеются на рост уровня посещаемости. В результате показатель бизнес-ожиданий оказался отрицательным (-35%), что традиционно характерно для февральского мониторинга.

Причиной падения посещаемости весной относительно зимнего уровня кинопоказчики чаще всего (31%) называли репертуар: весенним релизам будет очень сложно тягаться с «Аватаром»; еще 8% отметили, что влияние окажет и сезонное снижение зрительской активности.

29% респондентов, напротив, верят в премьеры весны-2010 и полагают, что график 3D-релизов позволит их кинотеатрам сохранить посещаемость на прежнем уровне.

На возможность роста объема продаж кинобилетов – также благодаря трехмерным премьерам –

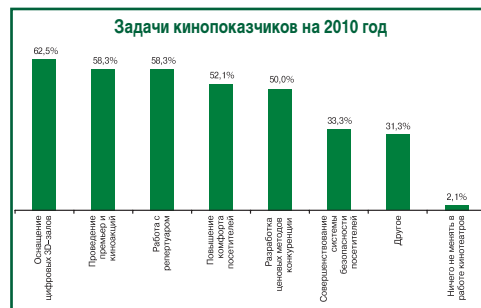
указывают 12% игроков кинорынка; наконец, 2% опрошенных связывают увеличение посещаемости с открытием новых кинозалов.

Таким образом, в связи с негативными ожиданиями игроков российского рынка кинопоказа, несмотря на достаточно успешную зиму, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа зимой 2009–2010 упал на 13 пунктов и составил:

**Business Climate Index = 19,1**

Подобная ситуация традиционна для зимнего показателя – основной причиной служат пессимистические настроения игроков российского рынка кинопоказа. После успешных зимних киносезонов (бизнес-ситуация февраля-2008 = 77,3%; февраля-2009 = 47,8%) игроки ожидают снижения общего уровня посещаемости весной (бизнес-ожидания февраля-2008 = -40,9%; февраля-2009 = -47,8%), в связи с чем индекс предпринимательского настроения в эти периоды находится на невысоком уровне (февраль-2008 = 10,0; февраль-2009 = -5,8). Однако в нынешнем году он оказался выше результатов двух прошлых лет: 3D показ еще оказывает вдохновляющее воздействие на настроения игроков рынка.

Вместе с тем мы задали респондентам дополнительные вопросы, чтобы глубже понять их оценку сегодняшней ситуации на российском рынке кинопоказа и узнать, какие они собираются предпринять действия для улучшения своей работы в 2010 году.



63% респондентов собираются оснастить кинозалы цифровым оборудованием (или увеличить число уже имеющихся цифровых экранов). 58% будут проводить специальные кинособытия. Столько же кинопоказчиков сосредоточатся на особенностях репертуарного планирования, при этом 54% из них будут соблюдать баланс между блокбастерами и фильмами для узких целевых групп; 43% сфокусируются на блокбастерах; и лишь 4% будут предлагать своим зрителям узкоспециализированный репертуар. 52% позаботятся о комфорте посетителей: сделают ремонт в кинотеатре, поменяют кресла и пр. Половина ответивших будет повышать лояльность кинозрителей за счет разработки новых дисконтных программ. Треть кинопоказчиков станет уделять больше внимания безопасности своих гостей. Лишь 2% не будут ничего менять в своей работе.

Кроме того, почти треть респондентов (31%) отметила другие задачи, которые она планирует реализовать в 2010 году. Среди них самым популярным является открытие новых кинозалов (33% из тех, кто отметил «другое»), 27% направят свои усилия на повышение мотивации персонала кинотеатра и уровня качества предоставляемых услуг, особенно зоны concession. 7% респондентов произведут перепозиционирование некоторых кинозалов, и столько же хотели бы направить усилия на борьбу с видеопиратством.

## НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

Компания «Невафильм» на DigiTraining Plus-2010



Седьмые учебные курсы для профессионалов киноиндустрии «DigiTraining Plus-2010: European Cinemas Experiencing

New Technologies» прошли в Хельсинки с 17-го по 21 февраля. Это ежегодная образовательная программа, которая проводится с 2004 года и призвана повышать технические и экономические знания европейских специалистов в сфере кинопоказа, а также способствовать распространению цифрового кино в Европе путем обмена практическим опытом.

В 2010 году курсы DigiTraining Plus были организованы исследовательской компанией «Media Salles» совместно с «Finnish Film Foundation» и «Finnish Chamber of Films» – при поддержке Европейского Союза и правительства Италии. На данном мероприятии выступил и генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин, рассказавший слушателям об особенностях развития цифрового кинопоказа и кинопроката в России.

Владельцам цифровых кинотеатров были заданы специальные вопросы относительно использования ими цифрового оборудования и тех изменений, которые принесли с собой 3D-фильмы.



Чаще всего кинотеатры использовали цифровой кинопроектор в 2009-м для показа 3D-фильмов (93%) и 2D-блокбастеров (49%). Альтернативный контент демонстрировали 24% цифровых кинотеатров, участвовавших в опросе. Для показа репертуарных фильмов (не блокбастеров), а также для всех показов вообще цифровое оборудование использовали по 7% ответивших, а артхаусные фильмы в «цифре» можно было посмотреть только в 2% залов.

83% респондентов отметили, что после начала демонстрации 3D-фильмов общая посещаемость кинотеатров увеличилась. При этом 12% отметили увеличение количества зрителей и на обычных сеансах – после установки цифрового оборудования; по мнению 71% интерес зрителей к обычным 2D-сеансам не изменился; 7% респондентов говорят о спаде посещаемости на 2D-фильмах.

Лишь 5% респондентов, имеющих цифровые залы, полагают, что посетители 3D-сеансов приобретают в кинобаре больше продукции, чем обычно; 12% замечают обратную тенденцию. По мнению же 73% респондентов наличие 3D-оборудования не меняет доходы от concession.

Таким образом, в начале 2009 года настроения кинопоказчиков в России остаются вполне оптимистичными. Зимний доход их порадовал и заставил задуматься над возможностью совершенствования качества своих услуг, прежде всего за счет расширения российской цифровой киносети, главным двигателем которой остаются цифровые 3D-релизы, уже продемонстрировавшие свою эффективность.

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полная информация о динамике индекса настроения кинопоказчиков на сайте [www.nevafilm.ru](http://www.nevafilm.ru)