

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА ИТОГИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2010 ГОДА

Олег Березин, Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, компания «Невафильм»

По данным на 1 июля 2010 года, в России насчитывается 2246 современных кинозалов в 829 кинотеатрах. За первое полугодие текущего года в 28 кинотеатрах был открыт 121 новый зал. Закрылись за тот же период шесть кинотеатров (восемь залов); большинство из них (семь киноэкранов) не приостановило деятельность в связи с реконструкцией или ремонтом, а прекратило работу окончательно.



В целом по стране рост общего числа современных кинозалов с 1 января составил 5,3% (за тот же период 2009-го — на 3,8%). К концу 2010 года общее число современных кинозалов в России может приблизиться к 2500 (около 880 кинотеатров). Если этот прогноз оправдается, годовой темп роста составит

около 17%, что выше уровня прошлого года (за 2009-й число современных залов в России выросло на 12%).

Мировой финансово-экономический кризис оказал серьезное влияние на девелоперов, снизив объемы строительства торгово-развлекательных центров в стране, и на количество новых современных кинозалов в ТРЦ: среди площадок, открытых в первом полугодии 2010-го, в ТРЦ разместились 46% кинотеатров и 61% залов (в 2009 году — 41% кинотеатров и 60% залов) — против 80% новых экранов в ТРЦ в предыдущие годы. Сейчас в торговых центрах располагается 53% современных российских киноэкранов.

Доля мультиплексов в общем числе современных кинозалов России до недавнего времени увеличивалась ежегодно не менее чем на 3%, но к середине 2010-го этот показатель впервые снизился и 1 июля составлял 23,8%. Это также связано с остановкой строительства новых торгово-развлекательных комплексов, в состав которых часто входят мультиплексы, тогда как отдельные кинотеатры (как правило, малозальные) продолжают реконструироваться и модернизироваться.

Таким образом, в 2009–2010 годах рынок развивался преимущественно благодаря открытию новых независимых кинотеатров с небольшим числом залов. Это подтверждает динамика количества малозальных кинотеатров: постепенно увеличивается доля миниплексов (с 58,1% в начале 2010-го до 59,4% в середине года).

Продолжение на стр. 2

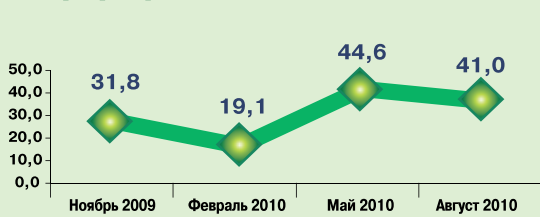
НЕ КИНОТЕАТРОМ ЕДИНЫМ...

Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

ЯВЛЯЕТСЯ ли кинотеатр сегодня самым доступным и удобным местом для просмотра фильмов? Ответ очевиден — нет. На наш взгляд, степень доступности и удобства различных форм кинопоказа (по мере возрастания указанных качеств) может быть определена в виде следующего перечня:

- **кинотеатр** (в который надо идти или даже ехать, подстраиваться под время сеанса, «терпеть» других людей в зале и пр.);
- **DVD/BD** (лицензионный диск можно купить сегодня в очень широкой сети магазинов и посмотреть дома в комфортных условиях и в любое время);
- **телевидение** (эфирное ТВ есть в каждом доме, но выбор контента и времени просмотра ограничен — необходимо подстраиваться под программную сетку вещания);
- **сервисы «видео по запросу»** (широкий выбор, доставка на дом и удобное время просмотра);
- **пиратский контент** (широкий выбор, оперативность выхода новинок, доступность, зачастую бесплатность и пр.).

Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа



Подробности на стр. 7

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 01.09.10

Всего современных кинотеатров — **836**
Всего современных кинозалов — **2 279**
В том числе цифровых кинотеатров — **402**
В том числе цифровых кинозалов — **576**

ВИДЕОРЫНОК

По данным «Screen Digest», число российских домохозяйств, оснащенных DVD-плеерами, достигло по итогам 2009 года 33,8 млн (57,5% российских семей¹); количество домохозяйств с BD-плеерами (включая компьютерные приводы и телевизионные приставки, поддерживающие формат Blu-Ray) — 239,1 тыс. (0,5% семей). В целом это дает 81,6 млн человек, имеющих дома DVD-, и 600 тыс. человек — BD-плееры.

Несмотря на то что на развитие российского рынка лицензионного видео большое влияние оказывает активность видеопиратов, в стране сегодня действует обширная сеть реализации легальных DVD и BD. В целом по России насчитывается более 40 торговых сетей, реализующих видеопродукцию, не говоря уже о независимых торговых точках и магазинах при киностудиях и видеоиздательствах. Более двадцати сетей (36% сетевых компаний на видеорынке) специализируются на распространении видео; крупнейшими из них являются «Союз», «1С-Интерес», «Хитзона», «Настроение», «ВС-Трейд» (данные сети располагают магазинами не только в Москве, но и по всей стране — от Санкт-Петербурга до Хабаровска). Отделы с видеопродукцией имеются во многих продуктовых гипермаркетах («Ашан», «Карусель», «Метро», «Перекресток» — в целом занимают 33% рынка по числу компаний), а также почти во всех сетевых магазинах бытовой техники, включая салоны сотовой связи («М-Видео», «Эльдорадо», «Техносила», «Белый ветер цифровой», «Евросеть», «Связной» и др. — около 20% сетевого видеорынка), и в крупнейших книжных сетях («Буквоед», «Дом книги», «Библио Глобус», «Букбастер» — 12% сетевых компаний).

Активно развита торговля аудиовизуальной продукцией и в Интернете. Крупнейшим игроком здесь является интернет-магазин www.Ozon.ru, реализующий продукцию как на собственном сайте, так и с помощью рекламных партнеров (www.videosalon.net, www.era-hd.ru и т. п.).

Продолжение на стр. 4

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

¹ По данным переписи населения 2002 года, в России насчитывается 52,7 млн домохозяйств.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК КИНОПОКАЗА ИТОГИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2010 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1



В то же время на российском рынке кинопоказа продолжается активный переход на цифровую кинопроекцию. К 1 июля в России было открыто уже 525 таких экранов в 375 кинотеатрах – это 23% современных кинозалов в почти половине кинотеатров (45%); практически все они оснащены оборудованием для 3D-показов. Выпуск трехмерных релизов по-прежнему является главным стимулом для появления новых цифровых кинозалов в России. Наиболее существенное влияние на рынок оказали в 2009–2010 годах фильмы «Аватар» (который способствовал открытию более 100 новых цифровых залов) и «Шрек навсегда» (специально к его выходу в России были оборудованы для 3D-показа более 80 экранов). При этом большинство отечественных цифровых площадок открывается сейчас либо в независимых кинотеатрах (часто в малых городах), либо под управлением федеральных операторов (в городах крупных).

Топ-10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2010 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

| Место 01.07.10 | Место 01.07.09 | Оператор сети | КТ | Залов | ЦКТ | ЦКЗ | Доля рынка по кол-ву залов | Центральный офис |
|-------------------------|----------------|-----------------|-----|-------|-----|-----|----------------------------|------------------|
| 1 | 1 | Каро Фильм | 32 | 164 | 22 | 26 | 7,3% | Москва |
| 2 | 2 | Синема Парк | 16 | 133 | 16 | 48 | 5,9% | Москва |
| 3 | 3 | Киномакс | 24 | 103 | 11 | 12 | 4,6% | Москва |
| 4 | 4 | Кронверк Синема | 16 | 102 | 7 | 7 | 4,5% | С.-Петербург |
| 5 | 5 | KinoStar | 6 | 75 | 6 | 30 | 3,3% | Москва |
| 6 | 10 | Люксор | 14 | 72 | 14 | 25 | 3,2% | Москва |
| 7 | 6 | Формула Кино | 11 | 62 | 11 | 18 | 2,8% | Москва |
| 8 | 7 | Премьер-зал | 38 | 53 | 8 | 9 | 2,4% | Екатеринбург |
| 9 | 9 | Парадиз | 9 | 50 | 9 | 18 | 2,2% | Москва |
| 10 | 8 | Монитор | 16 | 45 | 8 | 13 | 2,0% | Краснодар |
| Итого у этих операторов | | | 182 | 859 | 112 | 206 | 38,2% | |
| Всего в России | | | 829 | 2246 | 375 | 525 | 100,0% | |

Лидером современного рынка кинопоказа по-прежнему остается «Каро Фильм», в активе которого 7,3% современных кинозалов. На второй позиции – сеть «Синема Парк», в конце 2010 года могущая занять первое место, поскольку в ближайшие месяцы в сети запланировано открытие сразу нескольких многозальных. Суммарная доля рынка по количеству кинозалов десятки лидирующих сетей постепенно снижается: на 1 июля 2009 года она составила 40,2%, по итогам 2009-го – 39%, а к середине 2010-го – уже 38,3%. Данная тенденция также явилась следствием кризиса: крупные сети были вынуждены приостановить или замедлить процесс открытия новых залов ввиду приостановки строительства торгово-развлекательных комплексов, тогда как независимые кинопоказчики и операторы небольших киносетей продолжили реконструкцию или модернизацию малозальных кинотеатров, не входящих в состав ТРЦ.

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

31.12.2009 – 112 кт / 473 экрана
47 кт / 321 экран в ТЦ
51 цифровой кт / 81 цифровой зал
01.07.2010 – 114 кт / 485 экранов
48 кт / 331 экран в ТЦ
68 цифровых кт / 119 цифровых залов

В Московском регионе в первом полугодии 2010 года были открыты три новых кинотеатра (в об-

Московский регион: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 01.07.2010)

| Место 01.07.10 | Место 01.07.09 | Оператор сети | Кол-во кинотеатров | Кол-во залов | Доля рынка по кол-ву залов |
|-------------------------|----------------|-----------------|--------------------|--------------|----------------------------|
| 1 | 1 | Каро Фильм | 17 | 88 | 18,1% |
| 2 | 2 | Формула Кино | 11 | 62 | 12,8% |
| 3 | 3 | KinoStar | 4 | 51 | 10,5% |
| 4 | 7 | Люксор | 6 | 34 | 7,0% |
| 5 | 4 | Синема Парк | 4 | 33 | 6,8% |
| 6 | 5 | Кронверк Синема | 4 | 27 | 5,6% |
| 7 | 10 | West | 4 | 22 | 4,5% |
| 8 | 6 | Синема Стар | 3 | 21 | 4,3% |
| 9 | 8 | Центрфильм | 6 | 19 | 3,9% |
| 10 | 9 | Парадиз | 4 | 17 | 3,5% |
| Итого у этих операторов | | | 63 | 374 | 77,1% |
| Всего в Москве | | | 114 | 485 | 100,0% |

щей сумме – семь залов) и шесть дополнительных залов в уже действующих кинотеатрах. Два кинотеатра (11 новых залов) расположились в торговых центрах. При этом закрыт был всего один кинотеатр. Число цифровых киноэкранов в столице за полгода возросло на 39 залов в 18 кинокомплексах.

Всего за год (с июля 2009-го) киносеть Москвы выросла на 9,5%, а число кинозалов в торговых центрах увеличилось на 10%: сегодня сегмент кинозалов в ТРЦ Московского региона составляет уже 68,2% – на 0,4% выше уровня июля 2009-го. При этом половина московских кинотеатров – миниплексы; на долю мультиплексов приходится 44% залов; в однозальных расположены 6% современных экранов столицы.

Лидерами рынка Московского региона по-прежнему остаются сети «Каро Фильм», «Формула Кино» и «KinoStar». Благодаря открытию новых кинозалов компании «Люксор» и «West» переместились с седьмого на четвертое и с десятого на седьмое место соответственно.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

31.12.2009 – 43 кт / 199 экранов
25 кт / 160 экранов в ТЦ
23 цифровых кт / 27 цифровых залов
01.07.2010 – 43 кт / 199 экранов
25 кт / 160 экранов в ТЦ
26 цифровых кт / 43 цифровых зала

На петербургском кинотеатральном рынке с начала 2010 года не произошло никаких изменений: не было открыто или закрыто ни одного кинозала. Это статус-кво связано с последствиями экономического кризиса, который повлиял на сроки ввода в эксплуатацию ряда торговых центров в Северной столице, хотя во второй половине 2010-го ожидается открытие сразу нескольких ТРЦ с кинозалами («Галерея», «Лето» и др.). Вместе с тем кризис практически никак не отразился на темпах роста рынка цифрового кинопоказа Санкт-Петербурга – кинотеатры продолжают по-прежнему активно устанавливать «цифру» (за шесть месяцев 2010-го в городе появилось 17 новых цифровых залов).

За год (с июля 2009 года) рынок кинопоказа в Санкт-Петербурге вырос на 4,2%, при этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах не изменилось и их доля в общем количестве киноэкранов несколько снизилась, составив к середине 2010 года 80%. Большинство кинозалов Санкт-Петербурга расположены в миниплек-

сах (63%); треть залов – в мультиплексах; экраны однозальных занимают сегодня 4% кинорынка города.

В рейтинге операторов киносетей существенных изменений не произошло: лидерство сохраняется за сетью «Кронверк Синема», хотя общероссийский лидер – «Каро Фильм» – по-прежнему остается главным ее соперником.

Санкт-Петербург: крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 01.07.2010)

| Место 01.07.10 | Место 01.07.09 | Оператор сети | Кол-во кинотеатров | Кол-во залов | Доля рынка по кол-ву залов |
|-------------------------|----------------|-----------------|--------------------|--------------|----------------------------|
| 1 | 1 | Кронверк Синема | 8 | 48 | 24,1% |
| 2 | 2 | Каро Фильм | 8 | 43 | 21,6% |
| 3 | 3 | KinoStar | 2 | 24 | 12,1% |
| 4 | 4 | Мираж Синема | 4 | 19 | 9,5% |
| 5 | 7 | Синема-Мир | 2 | 9 | 4,5% |
| 6 | 5 | Синема Парк | 1 | 9 | 4,5% |
| 7 | 6 | КиноЭксперт | 1 | 8 | 4,0% |
| 8 | 8 | Русское поле | 1 | 6 | 3,0% |
| 9 | 9 | Mori Cinema | 1 | 5 | 2,5% |
| 10 | 10 | Киномакс | 1 | 4 | 2,0% |
| Итого у этих операторов | | | 29 | 175 | 87,9% |
| Всего в С.-Петербурге | | | 43 | 199 | 100,0% |

РЕГИОНЫ

31.12.2009 – 651 кт / 1459 экранов
133 кт / 634 экрана в ТЦ
195 цифровых кт / 239 цифровых залов
01.07.2010 – 672 кт / 1562 экрана
143 кт / 695 экранов в ТЦ
281 цифровой кт / 363 цифровых зала

За период с 1 января по 1 июля 2010 года в регионах России были открыты 25 кинотеатров (106 залов); при этом 11 из них (63 экрана) – на территории торгово-развлекательных центров. За первое полугодие в регионах закрылись пять современных кинотеатров (семь залов). Всего за год (с середины 2009-го) региональный рынок кинопоказа вырос на 17% (в середине прошлого года в регионах насчитывалось 1334 кинозала); при этом рост числа экранов в ТРЦ составил 23,7%. Доля киноэкранов в региональных ТРЦ достигла значения 44,6%, что на 2,2% выше, чем в июле 2009 года.

Региональный рынок России лидирует по числу одно-, двухзальных кинотеатров: здесь располагается более 90% российских однозальных и 85% двухзальных миниплексов страны. При этом в миниплексах находится 62% региональных киноэкранов; в мультиплексах – 16%; а однозальники занимают 22% регионального рынка кинозалов.

Основное направление развития регионального рынка кинопоказа – установка цифрового оборудования: за первое полугодие 2010-го за пределами столиц в России появилось еще 124 цифровых зала в 86 коммерческих кинотеатрах.

Распределение современных кинотеатров по Федеральным округам России (на 01.07.2010)

| Округа | КТ | залов | ЦКТ | ЦКЗ | Доля рынка по кол-ву залов |
|------------------------------------|-----|-------|-----|-----|----------------------------|
| Московский регион | 114 | 485 | 68 | 119 | 21,6% |
| Приволжский ФО | 137 | 397 | 66 | 85 | 17,7% |
| Центральный ФО (без учета МР) | 128 | 285 | 53 | 61 | 12,7% |
| Сибирский ФО | 116 | 270 | 43 | 56 | 12,0% |
| Уральский ФО | 91 | 220 | 30 | 45 | 9,8% |
| Санкт-Петербург | 43 | 199 | 26 | 43 | 8,9% |
| Южный ФО | 64 | 175 | 37 | 55 | 7,8% |
| Дальневосточный ФО | 59 | 89 | 26 | 30 | 4,0% |
| Северо-Западный ФО (без учета СПб) | 49 | 80 | 18 | 21 | 3,6% |
| Северо-Кавказский ФО | 28 | 46 | 8 | 10 | 2,0% |
| Всего в России | 829 | 2246 | 375 | 525 | 100,0% |

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Главной тенденцией последних лет остается переход на цифровые технологии кинопоказа. В текущем году стало очевидно, что «пропасть» при переходе к «цифре» между «ранними последователями» и «ранним большинством» была преодолена благодаря трем движущим силам – числу 3D-релизов в отечественном кинопрокате, планам крупнейших киносетей по переводу своих залов на цифровую кинопроекцию (в том числе и при поддержке голливудских студий-мейджоров), а также стремлению независимых кинопоказчиков в малых городах получить доступ к премьерным копиям фильмов в цифровом формате. Еще одной технологией, набирающей обороты в России с нынешнего года, становится цифровая IMAX.

Летом 2010 года российский кинорынок всколыхнуло решение компании «Централ Партнершип» выпустить фильм «Пираны» только в 3D-формате: это первый случай в отечественном кинопрокате, когда дистрибьютор, имея возможность выпуска фильма на пленке, отказывается от нее по экономическим соображениям. После этого многие, прежде всего независимые, дистрибьюторы начали рассматривать подобную стратегию проката своих картин. Кроме того, мейджоры все чаще оказывают давление на кинотеатры, предоставляя исключительно цифровые копии

блокбастеров, ограничивая таким образом возможность многозалников расширять аудиторию фильмов путем демонстрации картин в нескольких залах. Такие тенденции заставляют владельцев кинотеатров, не планировавших в ближайшее время устанавливать цифровую кинопроекцию, а также стимулируют кинопоказчиков оборудовать дополнительные цифровые залы в своих кинокомплексах.

На работу кинотеатров в первом полугодии 2010-го оказали влияние форс-мажорные обстоятельства. После зимнего пожара в ночном клубе Перми по всей России прошли масштабные проверки состояния противопожарной безопасности общественных зданий; в результате деятельность некоторых кинотеатров страны была приостановлена до устранения выявленных нарушений. А летом небывалая жара и лесные пожары (особенно в центральной России) послужили причиной проблем с системами вентиляции и кондиционирования, подчас не справлявшихся с нагрузкой (смог, проникавший в кинозалы, иногда становился причиной срабатывания пожарной сигнализации), – из-за этого кинопоказчики были вынуждены на время приостанавливать работу какого-либо кинозала, а порой и всего кинотеатра.

В то же время мировой финансово-экономический кризис внешне не оказал серьезного влияния на бизнес действующих современных кинотеатров в России: в 2009 – 2010 кинопрокатных годах уровень посещаемости

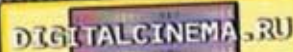
и рублевых кассовых сборов продолжил расти (благодаря триумфальному шествию по экранам страны 3D-фильмов); при этом в 2010-м началось и восстановление уровня долларовых сборов кинотеатров – за счет стабилизации курса национальной валюты (после девальвации конца 2008 года). Более того, постепенно преодолеваются и последствия кризиса в строительной сфере: приостановленные проекты торгово-развлекательных центров возобновляются, анонсируются новые объекты, и число вводимых в работу кинозалов начинает увеличиваться.

В качестве еще одной тенденции можно отметить и возрождение интереса крупных сетевых операторов кинотеатров к рынкам стран ближнего зарубежья (прежде всего Украины, Казахстана и Белоруссии). Многие из них начинают всерьез изучать ситуацию с кинопрокатом и кинопоказом в странах СНГ. Напомним, что сейчас действующие современные кинотеатры за пределами России имеют такие российские компании, как «Кронверк Синема» (на Украине), «Стар Синема» (в Казахстане), «Парадиз» (в Армении).

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

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

НОВОСТИ DIGITALCINEMA.RU



«Screen Digest» оценил дефицит финансирования цифровых кинозалов Европы в 450 млн евро



Цифровое кино сегодня – главный вектор развития мировой киноиндустрии. Однако, как утверждают исследователи «Screen Digest», быстрый переход кинозалов к цифровым технологиям без эффективного решения проблемы финансирования чреват выпадением небольших независимых кинотеатров из системы коммерческого кинопроката.

Сейчас в Европе (без учета российской статистики) насчитывается более 32 000 кинозалов; 23 000 из них – согласно объявленным планам киносетей, заключивших договора VPF с голливудскими студиями-мейджорами, – будут оснащены цифровым оборудованием. Еще 4–5 тысяч залов (в основном в крупных сетях) приобретут подобные кинопроекторы самостоятельно. Однако оставшиеся 4–5 тысяч экранов не смогут подстроиться ни под одну из этих схем и должны быть поддержаны государством или общественными организациями.

Полный перевод кинотеатров на цифровой формат обойдется Европе примерно в 2,1 млрд евро, из которых 1,65 млрд будут привлечены по модели VPF. Таким образом, Старому свету не хватает 450 млн евро, которые необходимы для модернизации кинозалов, не связанных договорами со студиями. Это не означает, что данным кинотеатрам обязательно грозит закрытие, однако свидетельствует о насыщенности проблемы поиска альтернативных путей финансирования – особенно для архаичных и репертуарных кинотеатров, а также для центров искусств и социальных кинозалов.

Налоговые льготы в Италии способствуют расширению цифровой киносети



Италия – первая и пока единственная европейская страна, в которой кинопоказчики, закупаящие цифровое кинопроекторное оборудование, получают «налоговую

скидку». В результате, по данным исследовательской компании «MEDIA Salles», число цифровых кинозалов в стране уже превысило 500.

При этом развитие итальянской цифровой киносети началось позднее и шло медленнее, чем в других странах Западной Европы: на 01.01.2009 в стране насчитывалось лишь 80 цифровых проекторов; на 30.06.2009 – 183; а на 01.01.2010 – уже 428. Эксперты полагают, что, если темпы роста рынка сохранятся, полный переход всех итальянских кинозалов на цифровой формат может завершиться уже к 2012 году.

Германия рассматривает предложение о государственном финансировании «цифровой революции»



Министр по делам культуры и средств массовой информации Германии Бернд Нойманн представил на рассмотрение бундестага законопроект о поддержке перевода кинотеатров на цифровой формат – с целью избежать выборочного внедрения данной технологии исключительно в ве-

дущих кинозалах страны.

Согласно этому плану, менее рентабельные кинотеатры (архаичные или площадки в малых городах) смогут – несмотря на дороговизну аппаратуры – приобрести цифровые кинопроекторы с помощью целевого кредита (получившего название «Länder» – «Страны»), предлагающего возможность частичного погашения за счет средств дистрибьюторов, получающих наибольшую экономию от проката своих фильмов в цифровом формате. На данный момент бюджет программы составляет 4 млн евро.

Новая инициатива должна сделать возможным преодоление безвыходной ситуации, в которой находится сектор немецкой кинематографии с 2009 года, когда разногласия между сторонами делали неосуществимым разработанный ранее план перевода кинотеатров на цифровой формат.

«CinemaDigitaal.nl» помогает кинотеатрам в Голландии перейти на «цифру»

Организация «CinemaDigitaal.nl» – объединение ассоциаций кинопоказчиков (NVB), кинодистрибьюторов (NVF) и национального Киноинститута (EYE) – реализует в Голландии модель «группового» финансирования процесса перехода кинотеатров страны на цифровой формат.

Полный переход к данной кинопроекции в Нидерландах оценивается в 39 млн евро, из которых 6 млн выделяется государством, а остальные вложения обеспечиваются членами ассоциаций, входящих в состав «CinemaDigitaal.nl». На 01.01.2010 в стране насчитывалось 105 цифровых кинозалов. Благодаря новому проекту даже малые и независимые кинотеатры должны получить возможность приобрести цифровое оборудование, а голландские кинозрители – простой и быстрый доступ к 3D-фильмам, киноклассике и к альтернативному контенту (опере, концертам и театральным постановкам).

Корпорация «IMAX» открывает около 20 цифровых кинозалов в России

В 2010 году корпорация «IMAX» заключила сразу несколько крупных сделок с российскими киносетями, и в ближайшее время на территории страны появятся новые цифровые кинозалы IMAX. Договора заключили киносети «Монитор» (один зал в 2010 году), «Формула кино» (два зала в 2010 году), «Rising Star Media» (один зал к 2011 году) и «Синема парк» (14 залов – к 2012 году). Сейчас в России насчитывается шесть кинозалов IMAX (пять из них цифровые), а к концу 2012 года их число достигнет 25 – в таких городах, как Москва, Санкт-Петербург, Краснодар, Саратов, Воронеж, Новосибирск и др.



НЕ КИНОТЕАТРОМ ЕДИНЫМ...

Продолжение. Начало на стр. 1

Диски можно приобрести и в других (менее известных) онлайн магазинах (например, www.GoldDisk.ru), а также на сайтах крупнейших специализированных сетей («Союз», «1С-Интерес», «Пурпурный Легион»), магазинов бытовой техники («Эльдорадо», «Связной», «Ulmart») и на собственных сайтах некоторых видеодистрибуторов. Крупные мировые интернет-дилеры (такие, как www.Amazon.com) также представлены на российском видеорынке.

Большая часть контента, издаваемого на видео, минует российские киноэкраны, поэтому ассортимент, предлагаемый видеоиздателями, намного шире кинотеатрального: в 2009 году было выпущено, по данным «Видеомагазина» и «Бюллетеня Видеорынка», свыше 1580 наименований DVD, а в первые шесть месяцев 2010-го – около 1230 релизов. Среди типов продукции, выпускаемой российскими видеоиздателями, большую часть составляют художественные фильмы и анимация, хотя в последнее время распространение получают документальные программы и популярные телепередачи (причем рост доли «некинотеатральных» релизов наблюдается как на DVD, так и на BD). Большая часть издаваемых на дисках фильмов относится к релизам каталога, в то время как доля киноновинок в общем объеме выпуска DVD составляет около 20%. Среди BD-релизов, наоборот, большая часть (более 50%) – новинки российского кинопроката. Кроме того, с августа 2010 года в России появились Blu-Ray в популярном сейчас 3D-формате (первым стал релиз компании «Видеосервис» – мультфильм «Облачно, возможны осадки в виде фрикаделек»).

Объемы продаж российского DVD-рынка, снизившиеся в 2009-м на 8%, в 2010-м снова демонстрируют положительную динамику: за первые шесть месяцев, по данным «Видеомагазина», они достигли 43,6 млн дисков, что выше показателей аналогичных периодов двух предыдущих лет. Таким образом, каждый второй житель страны покупает хотя бы один лицензионный диск за год.



Борьба правообладателей с видеопиратами в России ведет к постепенному сокращению срока между премьерой фильма в кинотеатрах и выпуском его на видео. Особенно ярко это прослеживается на примере фильмов голливудских киностудий, традиционно имеющих максимальное «окно»: в первой половине 2010 года оно достигло 75 дней, в то время как в 2004 – 2006 годах составляло не менее ста. Наименьший размер «окна» у российских фильмов (сейчас 44 дня); при этом отечественные производители сокращали этот промежуток до 2007 года, когда был достигнут минимальный срок в 28 дней, после чего его стали вновь увеличивать, приблизившись к уровню 2005 года.² При этом диски

² Колебания размера «окна» зависят главным образом от того, какое количество релизов выходит через наиболее распространенный промежуток времени (т. н. «мода»): с 2007 года этот показатель по всем релизам стабильно держится на уровне 28 дней, при этом растет доля голливудских фильмов, имеющих размер «окна» в 4 недели после кинопремьеры (в 2010-м – более 30% картин), но сокращается доля как российских, так и зарубежных независимых кинолент (сегодня 22 и 10% соответственно).

в формате Blu-Ray зачастую выпускаются после DVD-релиза фильма, хотя этот разрыв тоже сокращается: в 2009-м среднее «окно» между DVD и BD составляло 113 дней, а в 2010 году – уже 77. Появляются и специальные BD-релизы с вложенными в качестве бонуса DVD (первым «комбо»-релизом стал «Аватар» в апреле 2010-го, а с осени «20 век Фокс СНГ» планирует регулярно выпускать подобные издания).

С 2007 года в борьбе с пиратством российскими видеодистрибуторами используются также и новые методы. И хотя в 2009 году на фоне падения спроса произошло некоторое удорожание новинок видеоаренды (средняя розничная цена лицензионных DVD поднялась с 300 до 400 руб.) – стоимостью изданий каталога продолжила снижаться (в 2010 году многие из них можно приобрести по цене менее 100–50 руб.). Кроме того, в некоторых гипермаркетах появилось супердисконтное предложение – DVD в пластиковом пакете по цене менее 20 руб. Средняя цена на BD составляет сейчас 900 руб., хотя здесь также намечаются перемены: дистрибуторы все чаще проводят акции по снижению цен на диски нового формата, и последний «ценовой рекорд», установленный в сентябре 2010-го компанией «Парадиз Видео», составил 250 руб.

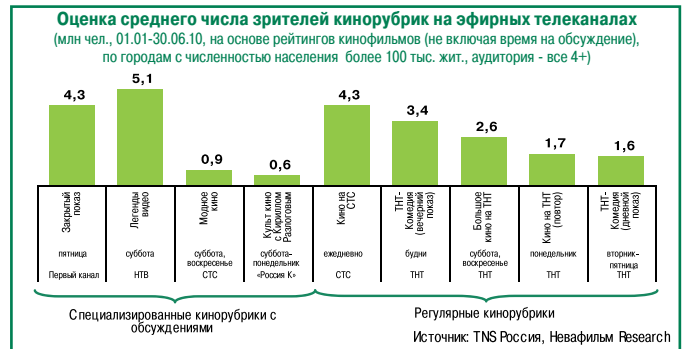
ЭФИРНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Эфирное телевидение в России является бесплатным для потребителей, так как основу системы эфирного вещания составляют государственные (финансируемые за счет бюджета) и коммерческие телеканалы (и те и другие получают основной доход от продажи рекламного времени). В результате для большинства россиян это самый доступный и удобный формат кинопоказа, хотя и не все телеканалы имеют стопроцентный охват населения страны (по данным Минкомсвязи, на сентябрь 2009 года доступ к одной–двум телепрограммам в России имели более 95% жителей, тогда как к пяти телеканалам – лишь 33%). Однако задача расширения телевизионной доступности должна быть решена в России к 2015 году в процессе перехода на технологии цифрового вещания (первый мультимплекс, в который вошли 8 общедоступных обязательных бесплатных телеканалов, будет запущен в цифровом формате в 2014 году, а дальнейшее вы-

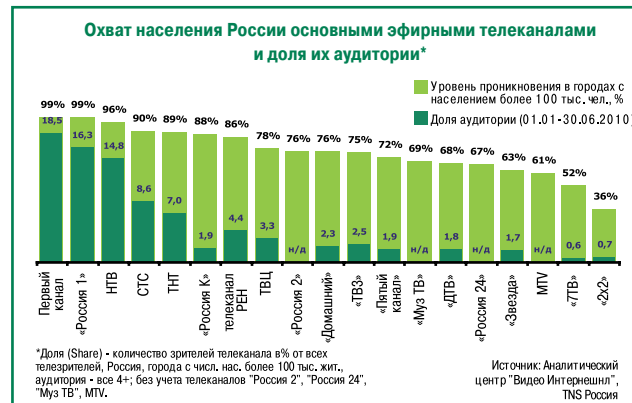
Наибольший охват (свыше 95%) имеют Первый канал, «Россия 1» и НТВ, унаследовавшие сеть распространения программ Центрального телевидения СССР. Приближаются к ним «старые» телеканалы – СТС, «РЕН» и ТНТ, вещание которых организовывалось по сетевому принципу.

Что касается популярности эфирных каналов среди населения России, то, по данным TNS Россия, в 2010 году первые места по показателю доли аудитории³ занимают Первый канал, «Россия 1» и НТВ; остальные идут с существенным отрывом от лидеров.

Эфирные телеканалы являются крупнейшими потребителями аудиовизуальной продукции на рынке нелицензионной дистрибуции. Наибольший объем показа художественных фильмов в 2010 году был зафиксирован на каналах «Звезда», «Пятый» и ТВЦ. В то же время лидеры российского телевизионного рынка по доле аудитории находятся далеко не на первых местах по количеству эфирных часов показа художественных фильмов. На телерынке заметна тенденция увеличения интереса каналов к киноконтенту: в 2009 году художественные фильмы начали демонстрироваться на двух специализированных эфирных каналах – музыкальном «MTV» и анимационном «2x2», а с начала 2010-го концепцию вещания сменил и спортивный телеканал «7ТВ».



Эфирные каналы, стараясь сформировать круг лояльной аудитории, создают постоянные временные ниши для показа художественных фильмов. Причем с 2007 года появилась тенденция не просто демонстрировать фильмы, но и предварять или завершать показы обсуждениями в студии (как правило, при этом зрителям предлагаются архаусные кинокартины, требующие вдумчивого просмотра). Среди таких передач можно назвать: «Культ кино» с Кириллом Разлоговым (телеканал «Россия К»); «Модное кино» с Надеждой Родионовой (СТС); «Закрытый показ» с Александром Гордоном (Первый канал); «Легенды видео» с Сергеем Жигуновым (НТВ). Отметим, однако, что все эти программы выходят не слишком регулярно: лишь «Модное кино» и «Культ кино» в 2010 году были еженедельными, тогда как сеансы «Закрытого показа» и «Легенды видео» состоялись в первом полугодии менее десяти, несмотря на их высокие рейтинги. В то же время наиболее известными регулярными телерубриками являются «Кино на СТС», «ТНТ-комедия» и «Большое кино на ТНТ». Их аудитория довольно велика: в 2010 году она ориентировочно составляет от 0,5 до 5 млн человек (для сравнения: за первый уик-энд фильм «Аватар» в декабре 2009 года собрал в кинотеатрах страны 2,5 млн зрителей).



полнение концепции перехода на «цифру» позволит как повысить качество сигнала, так и расширить число каналов и их доступность для населения).

³ Доля телеканала (телепрограммы) – это количество зрителей телеканала (телепрограммы), выраженное в процентах от всех телезрителей за период трансляции (во время показа телепрограммы).

НЕЭФИРНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

К числу неэфирных в России может быть отнесена совокупность каналов как отечественного, так и зарубежного производства (адаптированных и неадаптированных), которые транслируются на территории страны при помощи кабельных, спутниковых и IPTV-сетей. Всего, по данным Ассоциации кабельного телевидения России (АКТ), в 2009 году в стране насчитывалось 1450 операторов кабельного ТВ. По числу подключенных абонентов лидирует кабельное ТВ (по оценке АКТ, в 2010 году 16,9 млн потребителей – 64% рынка); от него отстает спутниковое ТВ (8,9 млн абонентов – 33%); операторы же IPTV имеют лишь около 900 тыс. подписчиков (3%). Общее число пользователей платного телевидения в России, таким образом, составляет 26,7 млн домохозяйств (50,7% от всех семей страны).

Количество телеканалов, транслируемых в кабельных, спутниковых и IPTV-сетях, не поддается оценке, однако можно выделить телеканалы, которые специализируются на показе кинофильмов и сериалов. По данным проекта TV Index Plus (TNS Россия), таких каналов насчитывается около 30, среди них наибольшим охватом вещания обладают «TV 1000 Русское кино», «TV 1000» и «Дом кино»; среднее число тех, кто смотрел первые два канала хотя бы раз в течение месяца, в феврале–апреле 2010 года составляло более 7 млн чел. (11% жителей городов России с населением больше 100 тыс. чел.), ежесменная аудитория третьего – 4 млн чел. (около 6% населения крупных городов). Прочие кино- и сериальные каналы смотрят хотя бы один раз в месяц от 0,1 до 2,8 млн чел. (0,1–4% населения).



При этом спутниковые телеканалы уже сегодня предлагают зрителям 3D-контент: с 15 октября 2010 года в России начинается постоянное вещание нового трехмерного (пока только спортивного) канала в пакете «НТВ-плюс»; не за горами и появление других 3D-каналов (о подобных намерениях в феврале объявила компания «Платформа HD», которая планировала в ближайшее время транслировать кинофильмы, развлекательные шоу, спортивные и другие передачи; в мае схожее заявление сделал кабельный оператор «Акадо», собиравшийся устраивать 3D-показы в рамках сервиса pay-per-view «Домашний кинозал»; наконец, в июне первые 3D-трансляции состоялись на российском телеканале «Oceap TV» – зрителям продемонстрировали первую серию «Подводного 3D-путешествия»).

«ВИДЕО ПО ЗАПРОСУ»

Услуги video on demand (VoD) могут быть предоставлены пользователю посредством различных каналов связи и технологий как операторами неэфирного телевидения (кабельного, спутникового, IPTV и мобильного), так и интернет-ресурсов. Подобные услуги стали развиваться в последнее десятилетие – с расширением технологических возможностей и появлением новых средств массовой информации (новых медиа). Сегодня существуют три принципиально различных способа предоставления

пользователю пакета подобных услуг:

- скачивание – загрузка копии контента на устройство пользователя (домашний сервер или компьютер) для просмотра в течение ограниченного периода;
 - скачивание на неопределенный срок – приобретение прав на неограниченное непубличное использование контента посредством устройства пользователя (домашнего сервера или компьютера);
 - трансляция – просмотр фильма «в эфире» (характерно для сервисов pay-per-view кабельных и спутниковых операторов, а также для интернет-сервисов).
- В отношении бизнес-модели функционирования новых сервисов в настоящее время также сложилась определенная практика, где можно выделить два типа монетизации предоставляемых услуг:
- за счет пользователя – плата взимается с потребителя услуги; правообладатель получает роялти; при этом существуют вариации:
 - плата за единицу – приобретение права просмотра (владения) одной единицы контента;
 - подписка – неограниченный доступ к контенту в течение определенного времени (практикуется при подключении абонента к люкс-тарифам неэфирного ТВ);
 - за счет рекламодателя – услуга бесплатна для пользователя, который «соглашается» просматривать вместе с выбранным контентом рекламное сообщение; оператор канала получает доход от рекламодателя, разделяемый с правообладателем.

Первые шаги на этом рынке в России были сделаны в середине 2000-х годов, и сейчас в стране действует около 30 операторов различных медиа, предлагающих услуги VoD своим пользователям посредством нескольких технологий. Наибольшее число компаний насчитывается в сегменте интернет-сервисов (56% рынка, 15 сервисов) и кабельного телевидения (IPTV – 34%, 10 сервисов); тогда как мобильные и спутниковые каналы пока используются не очень активно (2 и 1 оператор, соответственно – 7 и 3% рынка).

Изначально услуга VoD представляла собой сервисы pay-per-view в кабельных и IPTV сетях (2005), а также на спутниковых каналах (2006). С 2007 года крупнейшие российские операторы кабельного IPTV стали предлагать своим клиентам классические услуги «видео по запросу». В целом составить рейтинг операторов кабельных, спутниковых и IPTV-сетей, предоставляющих услуги VoD и pay-per-view, достаточно непросто, поскольку сведения о числе их абонентов не всегда являются открытыми. Мы использовали информацию, имеющуюся на сайтах или в официальных заявлениях самих компаний. По этим данным, лидером рынка является компания «Стрим ТВ».



Одновременно с началом распространения услуг VoD в телекомпаниях прообразы сервиса стали возникать и в Интернете – вроде сайтов, предоставляющих возможность загрузки фильма на ПК за определенную плату (2006). Бесплатные для пользователя услуги VoD в Сети получили свое разви-

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

«КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ», ИЗДАНИЕ 2010 ГОДА

Аналитический отдел НЕВАФИЛЬМ RESEARCH совместно с компаниями «Rfilms» и «Groteck» завершил работу над обновленной и расширенной версией полномасштабного отчета, опубликованного по заказу Европейской аудиовизуальной обсерватории в 2009 году. Новое издание включает в себя описание институциональных рамок российской киноиндустрии, а также обзор основных подотраслей (кино- и телепроизводство, рынок кинопроизводственных услуг, кинопоказ, кинопрокат, DVD-дистрибуция); в отчете появилась и новая глава, посвященная развитию в России нового вида медийных услуг – «видео по запросу».

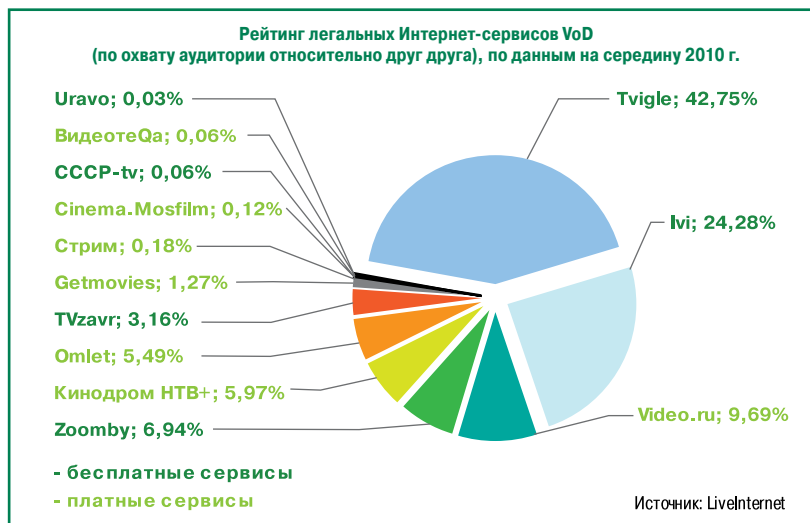


Основные результаты исследования:

- в текущем году инвестиции в кинопроизводство позволяют надеяться на возрождение отрасли: крупные кинопродюсеры консолидируются, изменяется система финансирования, хотя сектор телепроизводства по-прежнему пребывает в стагнации;
- посещаемость российских кинотеатров продолжает расти – причина кроется в расширении числа 3D-релизов и цифровых залов. По этой же причине кассовые сборы в национальной валюте в 2009-м также выросли, хотя и снизились в долларовом выражении;
- под влиянием экономического кризиса и девальвации рубля;
- доля рынка фильмов местного производства в 2009 году немного сократилась, но осталась, тем не менее, на довольно высоком уровне (24% кассовых сборов). Однако популярные отечественные фильмы не имеют успеха за пределами России: западные зрители предпочитают артхаусные киноленты, выходящие в Европе ограниченным тиражом либо сразу на видео;
- рост числа кинозалов в 2009 году сильно замедлился, поскольку финансовый кризис ударил по строительному сектору; трехмерный формат фильмов стал главной движущей силой цифрового рынка кинопоказа;
- пораженный пиратством, сектор домашнего видео в России традиционно слабее кинопрокатного. Однако восстановление объема продаж лицензионных DVD в начале 2010 года свидетельствует о том, что кризис, затронувший видеорынок в 2009-м, уже позади; услуги «видео по запросу» (VoD) обещают новые источники прибыли российским провайдерам контента. Первые, весьма малочисленные, интернет-сервисы появились в России в середине 2009 года, но уже во втором и третьем кварталах 2010-го подобные услуги стали весьма распространенными. Стесненный ограниченным предложением контента рынок остается в зачаточном состоянии, тогда как распространение широкополосного Интернета в регионах России усугубляет главную проблему – нелегитимный обмен файлами в peer-to-peer сетях.

Презентация исследования пройдет в рамках Форума и выставки «Кино Экспо 2010» 21 сентября 2010 года. Электронная версия издания на русском и английском языках доступна на сайтах Европейской аудиовизуальной обсерватории <http://obs.coe.int> и www.nevafilm.ru.

тие в России в сентябре 2008 года. В то же время на 2009–2010 годы пришелся пик развития бесплатных VoD сервисов Интернета. Количественная оценка аудитории конкретных сетевых ресурсов и объема производимых пользователями закачек/просмотров в России крайне затруднена ввиду закрытости данной информации. Тем не менее имеется возможность составить рейтинг легальных сервисов относительно друг друга: так, по данным компании «LiveInternet», ведущие позиции на рынке занимают сайты www.Tvigle.ru и www.Ivi.ru (последний из них, принадлежащий компании «Digital Access», можно считать наиболее агрессивным игроком на рынке легального «видео по запросу» в Сети). Интересно при этом отметить, что третье место в составленном рейтинге занимает платный ресурс www.Video.ru, то есть бесплатные сервисы, вопреки расхожему мнению, далеко не всегда опережают по популярности платные.



Наконец, еще одним способом доставки контента потребителю является мобильная связь. Специальные приложения VoD для мобильных телефонов имеют платные сервисы www.Getmovies.ru и www.Omlet.ru. Крупнейшие операторы сотовой связи стараются развивать дополнительные услуги для своих пользователей, однако сегодня все они предлагают лишь каталог мобильных телеканалов и загрузку коротких роликов, тогда как полнометражные фильмы абоненты приобрести у них пока не могут.

Отметим также, что при наличии в России сети продаж различных игровых приставок («Xbox», «Sony PlayStation», «Nintendo»), а также i-продукции корпорации «Apple» и даже онлайн магазина «Apple Store», ни одна из компаний пока не открыла интерактивных сервисов по продаже киноконента. Лишь компания «Sony» с 2008 года поддерживает портал «PlayStation Network», однако на нем доступны только игры, а не фильмы или музыка. Недавно компания «Microsoft» объявила о запуске сетевого сервиса «Xbox Live» в России и еще восьми странах к осени 2010 года; точная дата пока не называется, так же как планируемая стоимость и ассортимент услуг.

Что касается стоимости легального контента для пользователей, анализ цен предложения платных услуг «видео по запросу» у основных компаний⁴ свидетельствует о том, что средняя стоимость единицы контента в России составила 54 руб. При этом цены в регионах различны: самые дорогие услуги VoD предлагаются в Сибирском Федеральном округе, самые дешевые — в Уральском. Наблюдается и определенная зависимость между характером предлагаемого

контента и его стоимостью для потребителя. Так, анимационные фильмы стоят дешево (от 6 до 30 руб.), а цена на художественные полнометражные фильмы варьируется от 15 до 240 руб. — в зависимости от степени премьерности картины и востребованности ее зрителем.

ПИРАТСКИЙ РЫНОК

Наконец, самый удобный и доступный для пользователей канал получения контента — это пиратский рынок аудиовизуальной продукции (как на материальных носителях, так и в Интернете). По оценке экспертов, в 2009 году доля пиратской продукции на российском рынке составила приблизительно 75–85% от общего объема продаж. Исходя из этого оборот пиратского DVD-рынка за 2009 год можно оценить в 134–141 млн дисков (порядка одного диска в год на каждого жителя страны). Любопытно, что с выходом на рынок нового формата (Blu-Ray) сразу же появилось и предложение пиратских имитаций BD.

С распространением широкополосного Интернета в России все большие масштабы приобретает пиратство в Сети, оставляя продажу нелегальных видеоносителей на втором плане. По данным компании «Интернет Копирайт Менеджмент», наиболее популярным источником для доступа к нелегальной аудиовизуальной продукции являются социальные сети, которые позволяют смотреть фильмы онлайн; второе место по популярности занимают зачатки с файлообменных хостингов; третье — пиринговые сети (торренты и сети peer-to-peer); наименее популярны сайты, продающие нелегальные копии фильмов через смс. Главным объектом интернет-видеопиратов в России являются новинки кинопроката, имеющие широкую рекламную поддержку в момент выхода на экраны кинотеатров. Однако объективно оценить ущерб от скачивания фильмов с пиратских ресурсов и в файлообменных сетях в России в настоящее время невозможно, поскольку общепринятых методов подсчета убытков правообладателей нет.

Итак, наслаждаться просмотром лицензионного видео сегодня имеют возможность около 82 млн россиян, у которых есть DVD-плееры, а более полумиллиона граждан — еще и видеопродукцией в HD-качестве. При этом лицензионные диски можно приобрести сейчас практически в любом крупном магазине (как в специализированном, так и в продуктовом или книжном) или попросту дома — через Интернет. Не говоря уже о нелегальной продукции, объемы продаж которой вчетверо больше, чем пиратской.

Эфирное телевидение доступно сегодня для 140,5 млн жителей России; объем кинопоказа в эфире в среднем составляет около 30 000 часов в год (это порядка 80 часов в сутки!); регулярно фильмы демонстрируются практически на всех федеральных эфирных каналах (за исключением «Муз-ТВ» и «России 24»); а популярные кинорубрики собирают у экранов не менее 500 тыс., а порой и до 5 млн зрителей.

Помимо этого сегодня насчитывается около 72 млн человек (51% населения РФ), пользующихся услугами операторов неэфирного телевидения; среди кабельных и спутниковых телеканалов как минимум 30 специализируются исключительно на кинопоказах (включая сериалы), каждый из которых хотя бы один раз в месяц смотрят от 100 тысяч до 7 млн человек.

Число пользователей широкополосного доступа в Интернет в России составляет в настоящее время около 35 млн человек (13,3 млн домохозяйств страны), а число абонентов кабельных и спутниковых каналов, имеющих возможность пользоваться сервисами VoD, достигает 4,1 млн домохозяйств или около 11 млн человек; более 30 операторов предлагают услуги «видео по запросу», в том числе 6 — бесплатные для потребителя (и их число постоянно растет) и 20 — платные (по цене от 6 до 240 руб.).

Таким образом, рейтинг кинотеатров (и даже цифровых 3D-кинотеатров) среди всех возможных способов просмотра фильмов далеко не так высок, как привыкли считать сами кинопоказчики. Уповать на широту репертуара, предлагаемого зрителю в кинотеатрах, уже давно не приходится (другие каналы кинодистрибуции предлагают более богатый выбор), так же как и на дешевизну кинобилета (соотношение цены и удобства более заманчиво на видеорынке и в сервисах VoD). Даже трехмерные фильмы уже не являются прерогативой исключительно кинотеатров: телеканалы и видеодистрибьюторы доставляют 3D-контент на дом. А просторы Интернета, до недавних пор оставшиеся пиратским наделом, тоже стали активно осваиваться поставщиками легального контента. Не за горами приход зарубежных компаний на российский рынок VoD («Sony PS», «Xbox», «iTunes Store» и др.). К тому же международные интернет-сервисы уже доступны в России (например, «YouTube», открывший недавно страницу с бесплатными фильмами и ведущий переговоры с голливудскими студиями о продаже контента своим пользователям). Самое время задуматься о будущем кинотеатров...



© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Более полная информация представлена в новом исследовании компании «Невафильм» «Рынок сбыта кинопродукции в России». По вопросам приобретения обращайтесь в аналитический отдел:
+7 812 449 70 70, доб. 240,
research@nevafilm.ru

⁴ Методология оценки предполагает мониторинг всех цен поставщиков услуг VoD на все категории фильмов их каталогов и расчет среднего значения по всем имеющимся данным. При расчете региональных цен учитывались предложения местных операторов IPTV, а также интернет-порталов, доступных на территории всей страны.

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЛЕТО-2010

Ксения Леонтьева, Антон Макаров, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Вот и закончилось лето, а с ним и летний киносезон—2010. Подводя его итоги в нашем традиционном опросе кинопоказчиков, мы поинтересовались их мнением по поводу процессов, происходящих на российском кинорынке, в частности в сфере цифрового кино.

В нашем летнем опросе приняли участие 53 респондента: представители 13 федеральных, 7 региональных, 14 местных киносетей и 19 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 29% кинотеатров, или 43% залов, действующих в стране к началу сентября 2010 года. При этом у 48 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (90% опрошенных).

Большинство кинопоказчиков (56,6%) охарактеризовали посещаемость своих кинозалов летом как хорошую, и еще 43,4% — как удовлетворительную. Неудовлетворенных посещением кинотеатров не оказалось вовсе. В итоге показатель бизнес-ситуации составил **56,6%**.

При этом ожидания большей половины игроков кинорынка оправдались (72%); 8% респондентов были неприятно удивлены неблагоприятным летним киносезоном; 21% затруднились с ответом.

После богатого на природные катаклизмы лета 51% респондентов надеются на увеличение уровня посещаемости грядущей осенью; 24,5% полагают, что ситуация останется без изменений; 24,5% ожидают падения уровня посещаемости. В результате показатель бизнес-ожиданий составил **26,4%**.

Причинами увеличения посещаемости осенью относительно летнего уровня кинопоказчики считают: конец отпускного сезона и возвращение холодов, интересные релизы и «спящие» хиты, а также 3D-фильмы и открытие новых цифровых залов. Однако большинство не столь оптимистично настроенных респондентов (15) сослалось на слабые релизы, отсутствие очевидных «паровозов» кинобorsa осенью.

Сочетание довольно высокой оценки летнего киносезона и невысоких осенних ожиданий дает следующий индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа летом 2010-го:

Business Climate Index = 41,0

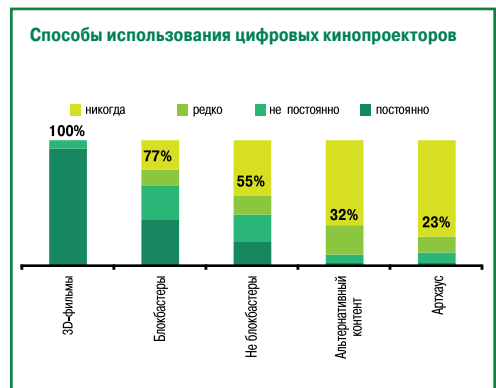
Поскольку в последнее время активизировалась деятельность общественных организаций в сфере кинопоказа, мы задали нашим респондентам вопрос, считают ли они для себя полезным и важным вступление в подобные отраслевые сообщества. Однако большинство, 29 респондентов, затруднились с ответом: многие посоветовали на отсутствие информации об этих организациях (несмотря на развернувшуюся в отраслевых изданиях агитационную деятельность); 9 ответили категоричным отказом; 14 выразили согласие, при чем трое были готовы вступить сразу в обе организации, так как сочли, что их интересы совпадают и что в конечном итоге все равно останется одна (в остальном голоса между «Киноальянсом» и «Стратегией кино» распределились практически поровну — 6 против 5).

Мы продолжаем следить за развитием сферы цифрового кинопоказа. В частности, мы поинтересовались у кинопоказчиков, что они думают о недавнем решении дистрибьютора выпустить фильм «Пирания-3D» только в трехмерном цифровом формате. Выяснилось, что большинство респондентов (58% ответивших на этот вопрос) восприняли данный шаг как естественную закономерность и ожидают в дальнейшем постоянного присутствия подобных релизов в прокате; треть полагает, что кинотеатрам следует ожидать увеличения числа 3D-фильмов, которые не будут иметь пленочных аналогов; лишь 13% ответивших рассматривают эту историю в качестве единичного случая.

В то же время данный прецедент, шокировавший владельцев кинотеатров, не оснащенных цифровым

оборудованием, мог подтолкнуть их поторопиться с установкой необходимого оборудования, а также содействовать расширению числа цифровых залов в уже оборудованных кинотеатрах. И действительно, 45% ответивших на данный вопрос теперь считают установку цифрового оборудования приоритетной задачей; 33% планируют установку в среднесрочной перспективе, ибо в данный момент не имеют достаточного финансирования; в то же время 22% респондентов заявили, что не планируют покупку цифрового проектора, потому что довольны количеством уже имеющегося оборудования.

Также мы провели традиционный уже мониторинг способов использования цифрового оборудования российскими кинопоказчиками. Летом, как и весной 2010-го, в России цифровые кинопроекторы продолжали использоваться для показа 3D-фильмов всеми владельцами цифровых кинотеатров. Не изменился весенний показатель и демонстрации блокбастеров (77% кинопоказчиков) и артхаусных проектов (23%). А вот репертуарные фильмы все больше приживаются на цифровых экранах: доля респондентов, использующих цифровое оборудование для демонстрации обычных двухмерных фильмов выросла с 33% весной до 55% летом. В то же время теряет позиции альтернативный контент: только 32% респондентов используют цифровое оборудование для его демонстрации (весной — 49%), что, впрочем, связано и с расширением цифровой киносети в России — далеко не каждый кинотеатр способен работать с подобным материалом, а пионеров-энтузиастов на российском рынке цифрового кино в процентном соотношении становится все меньше.



Вместе с тем нам по-прежнему интересны наблюдения кинопоказчиков за отношением потребителей к 3D-фильмам: 86% респондентов отметили, что при наличии выбора между 3D- и 2D-версией одного и того же «калибра» зрители предпочитают первый вариант; еще 10% заявили, что их зрители всегда выбирают 3D-фильмы — вне зависимости от качества. И только два кинопоказчика сообщили, что их зрители стали равнодушны к 3D (предпочитают ближайший сеанс) или же вообще негативно к нему относятся. Таким образом, на российских просторах пока не наблюдается массовой усталости кинозрителей от многочисленных трехмерных цифровых фильмов в прокате.

В связи с неослабевающим интересом зрителей к 3D-фильмам кинотеатры имеют возможность повышать цены: среди наших респондентов это делают 98% кинопоказчиков. Причем средний уровень цены трехмерных сеансов остается примерно на 40% выше стандартной стоимости кинопоказа (что соответствует и нашим прошлогодним измерениям).

Таким образом, летом 2010 года главные надежды российские кинопоказчики возлагают на продолжающуюся цифровую революцию, поскольку число цифровых 3D-релизов растет, интерес зрителей к ним не ослабевает, а цены на кинобилеты остаются

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

ЦИФРОВЫЕ КИНОТЕАТРЫ НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

В июне–сентябре 2010 года специалисты компании «Невафильм» установили оборудование для цифрового кинопоказа в кинозалах сетей «Формула Кино», «Каро Фильм», «Чарли», а также в независимых кинотеатрах в Выборге, Петрозаводске, Тюмени и Туле. Общее число цифровых киноустановок НЕВАФИЛЬМ CINEMAS составляет 173 (30% цифровых экранов в коммерческих кинотеатрах России).

По данным на 1 сентября 2010 года в стране действует 576 цифровых кинозалов в 402 кинотеатрах. Практически все они оснащены оборудованием для 3D-показа.

НОВЫЕ ОПЕРНЫЕ ПРОЕКТЫ НЕВАФИЛЬМ EMOTION

В сентябре 2010 года дистрибьюторское подразделение компании «Невафильм» начинает новый сезон показов альтернативного контента в цифровых кинотеатрах.



С нынешней осени по весну 2011-го зрителям будет представлено сразу несколько музыкальных программ,

предлагающих широкий выбор знаменитых постановок: «Великие итальянские оперы», «Зальцбургский оперный фестиваль», «Королевский театр «Ковент-Гарден»». Кроме того, в сентябре на экраны российских цифровых кинозалов выйдут фильмы-оперы «Богема» (в главных ролях Анна Нетребко и Роландо Вильясон) и «Звуки и образы Петербурга» (с Рене Флеминг и Дмитрием Хворостовским).

Продолжится и серия прямых трансляций: зрители ждут «Возвышение и падение города Махагони» (Курт Вайль), «Кармен» (Бизе), «Валькирия» (Вагнер). Летом 2010 года в России прошли прямые трансляции опер «Тоска» (из Генуи), «Пиковая дама» (из Барселоны), «Так поступают все женщины» (из Лондона), а также концерта открытия сезона 2010–2011 Берлинского филармонического оркестра.

Подробная информация о программах альтернативного контента для российских цифровых залов размещена на сайте www.CinemaEmotion.ru.

НОВЫЕ РОССИЙСКИЕ ФИЛЬМЫ НЕВАФИЛЬМ STUDIOS



Осенью 2010 года на студии компании «Невафильм» завершены работы по перезаписи звука для фильмов «Ночной таверны огонек» (режиссер Дмитрий Астрахан) и «Кочегар» (режиссер Алексей Балабанов) производства студии «СТВ».

с достаточно высокими. Кроме того, традиционное сезонное повышение кинопосещаемости позволяет рассчитывать на неплохую осень, несмотря на отсутствие в планах дистрибьюторов ярких блокбастеров.

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полная информация о динамике индекса настроения кинопоказчиков на сайте www.nevafilm.ru

- ЦИФРОВОЕ КИНО В РОССИИ?
- **КОМПАНИЯ НЕВАФИЛЬМ™!**

Дублирование
и субтитрование
цифровых фильмов
Оборудование для
цифровых кинотеатров
Дистрибуция
альтернативного контента
Исследования рынка
цифрового кинопоказа
Мастеринг и производство
цифровых кинокопий
Тиражирование и доставка
цифровых копий и ключей

<http://НЕВАФИЛЬМ.РФ>

199397, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 33/26
Тел.: +7(812)449-7070, +7(812)352-7070, факс: +7(812)352-6969
ЗАО «НЕВАФИЛЬМ» www.nevafilm.ru www.digitalcinema.ru



«Синемаскоп» зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № 2-6762 от 05.09.2003 г. Тираж 1000 экземпляров, распространяется бесплатно.

Перепечатка и распространение материалов, опубликованных в печатной и электронной версиях без письменного разрешения ЗАО «Компания «Невафильм» не допускается.
© 2010, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм».