

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОТЕАТРОВ. ИТОГИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2011 ГОДА

Светлана Мудрова, Ксения Леонтьева, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

РЫНОК КИНОПОКАЗА

По данным на 1 июля 2011 года, в России насчитывается 2 528 современных кинозалов в 877 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,9). За первое полугодие в 40 кинотеатрах были открыты 143 зала и закрылись 16 кинотеатров (35 залов); большинство из них (26 кинозалов) – окончательно.



В целом по стране рост общего числа современных кинозалов составил за год 13% (1 июля 2010 года в России действовало 2 235 залов в 814 кинотеатрах), а с 1 января по 1 июля 2011 года рынок вырос на 4,5% (за тот же период 2010-го – на 2,5%). К концу 2011 года общее число современных кинозалов в стране может приблизиться к 2 850 (около 925 кинотеатров).

КИНОСЕТИ

С 6 июня 2011 года в расстановке сил на российском рынке кинопоказа произошло важное событие: сеть «Синема парк» объявила о приобретении 100% акций компании «Rising Star Media», управляющей сетью кинотеатров «KinoStar». До конца 2011 года планируется полная интеграция двух киносетей, а ребрендинг кинотеатров «KinoStar» будет произведен позже. В результате данного объединения «Синема парк» значительно укрепил свое лидерство, на 77 кинозалов опережая своего ближайшего конкурента – сеть «Каро фильм». За последние годы это первая публичная сделка «слияний и поглощений» такого масштаба, которая знаменует начало нового тренда развития отрасли кинопоказа в России. Сейчас объединенная сеть кинотеатров «Синема парк» и «KinoStar» – лидер по количеству экранов, управляет 26 кинотеатрами (244 кинозала), а также лидер цифрового кинопоказа – 146 залов сети оснащены оборудованием для демонстрации фильмов в цифровом формате.

В связи с тем, что 100% акций концерна «Тракторные заводы» (включая принадлежащую концерну сеть кинотеатров «КиноЭксперт») в конце 2010 года перешли к Внешэкономбанку (с возможностью обратного выкупа), то в начале 2011-го было принято решение о смене управленческой команды компании. Параллельно с этим, в июне 2011 года, проект киноклубов в малых городах Эдуарда Пичугина и Федора Бондарчука получил поддержку того же Внешэкономбанка в ходе Петербургского экономического форума, когда был подписан меморандум о реализации инвестиционного проекта «Киноклуб: культура, образование, коммуникация».

Продолжение на стр. 2

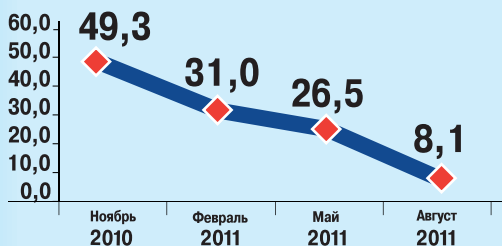
ГДЕ И КАКИМ БЫТЬ КИНОТЕАТРУ? ОПЫТ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Ксения Леонтьева, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

В 2011 году на российском рынке кинопоказа наблюдается восстановление темпов роста: за первое полугодие открылось на 29% больше кинотеатров (на 12% – залов), чем за аналогичный период года прошлого. Возобновляется работа над замороженными во время кризиса проектами, крупнейшие сети кинотеатров вновь обращаются к освоению территорий, на рынок выходят новые игроки.

Все эти процессы делают актуальными вопросы маркетинговых исследований. С чего следует начинать инвесторам при принятии решений об открытии кинотеатров или развертывании сети в том или ином городе, регионе? На каких этапах могут помочь исследования?

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



Подробности на стр. 7

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 01.09.11
ВСЕГО СОВРЕМЕННЫХ КИНОТЕАТРОВ 886
ВСЕГО СОВРЕМЕННЫХ КИНОЗАЛОВ 2 564
В ТОМ ЧИСЛЕ ЦИФРОВЫХ КИНОТЕАТРОВ 627
В ТОМ ЧИСЛЕ ЦИФРОВЫХ КИНОЗАЛОВ 1 226

С ЧЕГО НАЧАТЬ? РАНЖИРОВАНИЕ ГОРОДОВ

Инвестор может находиться на одной из двух исходных позиций:

- имеется интерес к бизнесу кинопоказа в целом, при этом регион (город) для инвестирования представляется весьма смутно, в общих чертах (на уровне ограничений по степени развития экономики и доходам граждан, численности населения, географии);

- в конкретном регионе (городе) имеется ресурс для открытия кинотеатра, либо инвестору поступило предложение по оборудованию кинозалов в ТРК.

Возьмем самую общую постановку задачи, когда не известно даже, в каком городе планируется инвестирование услуг кинопоказа. В этом случае на первом этапе определяется более узкий круг объектов исследования: проводятся территориальные, экономические или демографические границы. А затем путем кабинетного исследования составляется рейтинг городов на основе сопоставления социально-экономических характеристик и уровня развития кинопоказа (многофакторного анализа). При этом для малых и крупных городов применяются различные шкалы ранжирования.

К интересующим исследователей социально-экономическим характеристикам городов относятся:

- данные по производственной сфере, включая определение ведущих отраслей;

- анализ соотношения первичных, вторичных и третичных секторов в экономике;

- анализ инвестиционного климата в регионе;

- численность населения и объем оборотов потребительского рынка, характеризующие масштаб рынка сбыта в городе;

- уровень жизни населения и структура расходов;

- анализ возрастного состава горожан и численность жителей «активного» возраста;

- в случае анализа малых городов (с населением менее 100 тыс. жителей) особое значение приобретает также характеристика агломерации, к которой данный населенный пункт относится. Все малые города могут быть классифицированы как спутники крупных агломераций, «спутники выходного дня» или «изолированные» города.

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 и Москве
- дублирование на русский язык
- сведение и кодирование фонограмм Dolby™

НЕВАФИЛЬМ DIGITAL™



ЦИФРОВАЯ КИНОЛАБОРАТОРИЯ

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

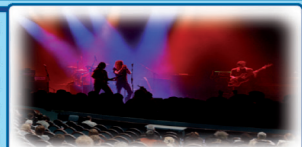
НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™



ИССЛЕДОВАНИЯ КИНОРЫНКА

- аналитика рынка кинотеатров в России
- исследование 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

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОТЕАТРОВ. ИТОГИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2011 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1

Внешэкономбанку было предложено учредить ОАО «Кино сити», которое будет финансировать строительство государственных кино клубов – их до 2014 года планируется создать около 200, что потребует примерно 30 млрд руб.; кроме того, у Внешэкономбанка была запрошена кредитная линия на строительство частных кино клубов, которыми будет владеть ООО «Кино сити менеджмент», – запланировано строительство 53 клубов общей стоимостью в 9,8 млрд руб. К середине года стало известно, что 7 кинотеатров (23 зала), принадлежащих сети «КиноЭксперт», включая «ХЛ-3» в Мытищах и «Киноцентр ПИК» в Санкт-Петербурге, перешли под управление «Кино-Сити».

Среди других изменений в составе сетей в первой половине 2011 года отметим продажу сетью «Кронверк Синема» шестизалника в Магнитогорске – сейчас им управляет местный оператор «Дом кино»; кроме того, в компании сменилось руководство и центральный офис был перенесен из Санкт-Петербурга в Москву.

Курьезная ситуация сложилась с кинотеатрами «РоликС». До недавнего времени три кинотеатра с таким названием входили в сеть «DVI Cinema». Однако в конце 2010 года один кинотеатр в Ижевске вышел из сети, став частью «Профит Синема», и продолжает работать под брендом «РоликС». А у «DVI Cinema» остались кинотеатры «РоликС» в Екатеринбурге и Пензе.

Всего в 2011 году сетевые операторы сменились у 18 кинотеатров (110 залов).

Несмотря на объединение двух крупных компаний степень монополизации сферы кинопоказа по количеству кинозалов в России вырастает незначительно – всего на 1% (десять крупнейших операторов теперь принадлежат 39,8% современных кинозалов по сравнению с 38,8% на начало 2011 года).

В то же время уровень концентрации рынка, рассчитываемый по доле трех крупнейших игроков («Синема парк», «Каро Фильм» и «Киномакс»), с учетом объединенных показателей сетей «Синема парк» и «KinoStar» к началу 2011 года значительно вырос по числу кинозалов и кинопоказаний (в скобках указаны значения концентрации без учета объединения 06.06.2011):

- кинотеатры – 10% (9%);
- кинозалы – 21% (18%);
- кассовый сбор – 25% (21%);
- кинопосещаемость – 32% (25%).

На 1 июля 2011 года в рейтинге киносетей первое место занимает объединенная сеть «Синема парк» и «KinoStar». За год существенно повысила свой рейтинг сеть «Люксор», поднявшись с шестого на четвертое место. В десятку вошла также сеть «DVI Cinema» (отметим, что в состав этой сети мы включаем теперь кинотеатры «Киномечта», работающие на договоре репертуарного планирования, а также кинотеатры под брендами «РоликС» и «Светофор Синема»). На 11-м месте «Синема Стар», отставшая только по числу цифровых залов.

ТОП 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2011 по кол-ву залов (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место 01.07.11	Место 01.07.10	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во кино-театров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля кино-театров с цифр. залами в сети	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	2/5	Объединенная сеть «Синема Парк» и «KinoStar»	26	244	26	146	100%	60%	9,70%	Москва
2	1	«Каро Фильм»	32	167	29	81	91%	49%	6,60%	Москва
3	3	«Киномакс»	25	116	21	33	84%	28%	4,60%	Москва
4	6	«Люксор»	19	104	19	58	100%	56%	4,10%	Москва
5	4	«Кронверк Синема»	14	94	14	38	100%	40%	3,70%	Москва
6	7	«Формула кино»	13	77	13	41	100%	53%	3,00%	Москва
7	8	«Премьер-зал»	39	53	23	26	59%	49%	2,10%	Екатеринбург
8	10	«Монитор»	17	53	13	25	76%	47%	2,10%	Краснодар
9	9	«Парадиз»	9	50	9	21	100%	42%	2,00%	Москва
10	13	«DVI Cinema»	9	47	9	17	100%	36%	1,90%	Москва
Итого у этих операторов			203	1005	176	486	87%	48%	39,80%	
Всего в России			877	2528	608	1181	69%	47%	100%	

ЦИФРОВОЙ КИНОПОКАЗ И IMAX

В России продолжается активный переход на цифровой формат кинопоказа. На 1 июля 2011 года в стране насчитывается 1181 цифровой зал в 608 кинотеатрах – это 47% современных киноэкранов страны в 69% действующих кинотеатров. Цифровые залы на 99% оснащены оборудованием для 3D-показа. При этом, по нашей оценке, в сетевых кинотеатрах 40% цифровых залов уже не имеют 35-мм проекторов. В то же время, согласно опросу кинопоказчиков в рамках измерения индекса настроений компанией «Невафильм», выяснилось, что в 2011 году 15% наших респондентов больше не используют пленочные проекторы, которые стоят у них в цифровых залах (в основном это местные киносети и независимые кинотеатры), а еще 45% демонстрируют на пленке в таких залах не более 30% сеансов; лишь 5% респондентов (только представители федеральных киносетей) признались в активном использовании пленки (более 60% сеансов в зале).

За первое полугодие текущего года в 82 кинотеатрах было оборудовано 250 новых цифровых залов, один из них – впервые в России – был оснащен комплектом для цифрового кинопоказа в разрешении 4K DLP Cinema (в кинотеатре «Киномир» города Череповца). За тот же период закрылись 4 цифровых кинозала – вместе с самими кинотеатрами; еще 11 комплектов оборудования цифрового кинопоказа были перемещены в другие залы – в основном это происходит в сетевых кинотеатрах, где операторы стремятся оптимизировать использование цифрового оборудования, устанавливая его на наиболее успешных площадках.

Цифровые кинозалы имеются уже в каждом кинотеатре объединенной сети «Синема парк» и «KinoStar» (60% залов), киносетей «Люксор» (56% залов), «Формула Кино» (53% залов), «Кронверк Синема» (40% залов), «Парадиз» (42% залов) и «DVI Cinema» (36% залов); близки к этому уровню ведущие киносети «Каро Фильм» и «Киномакс».

Сегодня цифровые кинозалы действуют уже в 235 городах страны. Больше всего их в Москве и Санкт-Петербурге. За пределами столиц все чаще открываются кинотеатры, в которых сразу устанавливается оборудование для цифрового кинопоказа.

На 1 июля 2011 года в России было открыто 16 кинотеатров IMAX. Четыре кинозала появились в первой половине года – в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре и Тюмени (в составе объединенной сети «Синема парк» и «KinoStar»). Корпорация «IMAX» продолжает экспансию в России, и в первом полугодии были анонсированы договоры с киносетями «Киномакс» и «Морг Синема», а также еще одно соглашение с «Синема парком». До конца 2011 года планируются открытия кинозалов IMAX в Астрахани, Иркутске, Москве, Нижнем Новгороде, Пензе и Туле. В 2012 году – в Волгограде, Калининграде, Красноярске, Москве, Омске, Рязани, Сочи, Ставрополе, Зургуте, Томске и Ульяновске. Все кинозалы IMAX будут цифровыми.

ЦИФРОВОЙ КИНОПРОКАТ

В 2011 году произошел качественный скачок в освоении дистрибьюторами технологий цифрового проката: 153 картины из 207, вышедших на экраны до конца июля, были выпущены в цифровом или в гибридном формате. Это 74% фильмов – почти в два раза больше, чем в 2010-м, когда доля цифровых релизов составила 45%. До конца года число выпущенных в прокат цифровых фильмов может приблизиться к 300.



Еще одним признаком качественного скачка является тот факт, что все больше малотиражных фильмов выходит на цифровых экранах. С 2009 года в цифровом формате выпускались почти все фильмы, общий тираж которых превышал 600 копий, однако релизам меньшего масштаба было сложно попасть на экраны цифровых кинотеатров. Но в связи с ростом цифровой киносети страны, а также благодаря увеличению среднего числа цифровых залов в одном кинотеатре стало возможным проникновение на цифровые экраны и менее масштабных релизов: в 2011 году свыше 80% фильмов тиражом от 200 копий, а также более 50% с меньшим тиражом выходят в «цифре».

Наконец, третьим признаком развитого цифрового рынка кинопроката становится доля фильмов, выходящих только в цифровом формате. В 2011 кинопрокатном году таких релизов насчитывается уже 60 (29% всех релизов года), а их средний тираж (без учета программ альтернативного контента) составил 245 экранов. Причем наибольшее число только цифровых релизов насчитывается среди фильмов тиражом менее 200 экранов.

Большую доступность цифровых экранов подтверждают и результаты опроса кинопоказчиков в рамках измерения индекса настроений: так, зимой 2009–2010 лишь 7% владельцев цифровых залов отметили, что показывают в них репертуарные фильмы (не блокбастеры); летом 2011-го таких ответов стало 81%; артхаусные картины полтора года назад показывались лишь в 2% цифровых залов – сейчас в 47%.

Таким образом, сегодня независимые дистрибьюторы имеют возможность участвовать в цифровой дистрибуции гораздо больше, чем полтора-два года назад.

В быстрорастущем списке цифровых релизов в первой половине 2011 года уже насчитывается 32 фильма в формате 3D (за весь 2010 год их выпущено 32). К концу кинопрокатного 2011 года их число превысит 50. Растет в прокате и число программ альтернативного контента: 27 в 2011-м, включая один 3D-релиз и 9 прямых трансляций.

Новым этапом развития рынка цифрового проката в России стал запуск системы передачи цифровых копий (DCP) по Интернету – из цифровой лаборатории непосредственно в аппаратную кинозала. Первая такая передача состоялась во втором полугодии: 26 июля 2011 года из лаборатории «DCP24» был передан фильм «Первый мститель».

КИНОПОСЕЩАЕМОСТЬ И КАССОВЫЕ СБОРЫ

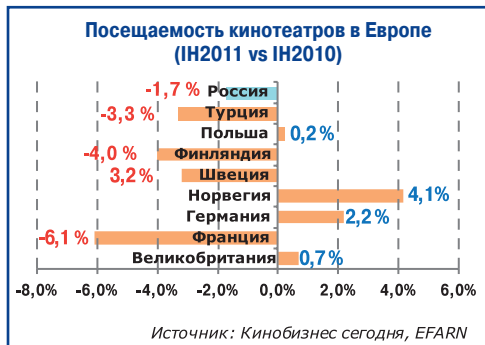
По данным издания «Кинобизнес сегодня», за первые шесть месяцев 2011 года кассовые сборы кинопроката СНГ (без Украины) достигли 603 млн долларов, что на 8,4% больше, чем за аналогичный период 2010-го (в рублевом эквиваленте – 17,3 млрд, на 3,6% больше прошлогоднего результата за полугодие). Небольшой рост кассы был достигнут благодаря удорожанию цены кинопилета, достигшей к середине года отметки в 7,7 доллара – на 19% больше, чем год назад (или 220 руб. – на 2,3% выше, чем в июле 2010 года). Вместе с тем посещаемость кинотеатров сократилась на 1,7% по сравнению с показателем первого полугодия 2010 года, достигнув 84,5 млн зрителей.

Помесячная динамика показателей кинопрокатного рынка свидетельствует, что зима–2011 в целом оказалась хуже прошлогодней, тогда как нынешние весна и начало лета – лучше.

Тем не менее уровень кинопотребления, по нашим оценкам, в 2011 году снизился: если в 2010-м

в городах, где имеются кинотеатры, каждый житель в среднем сходил в кино 2,1 раза, то прогноз на 2011-й пока устанавливает этот показатель на уровне 2 раз в год на душу населения.

Однако Россия является не единственной страной, испытывающей проблемы с кинопосещаемостью. По данным членов Сети европейских исследовательских киноагентств (European film agencies research network – EFARN), в первом полугодии 2011-го во Франции посещаемость упала на 6%, в Швеции – на 3%, в Финляндии – на 4%, в Турции – на 3%; рост был отмечен в Великобритании – на 1%, Германии – 2%, Норвегии – 4%, Польше – 0,2%.



МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

01.01.2011 – 117 кт / 528 экранов
55 кт / 375 экранов в ТЦ
81 кт / 212 цифровых залов
01.07.2011 – 117 кт / 532 экрана
56 кт / 380 экранов в ТЦ
87 кт / 243 цифровых зала

В Московском регионе в первом полугодии 2011-го были открыты 2 новых кинотеатра (7 залов); из них 1 кинотеатр и 5 новых залов располагаются в торговых центрах. Один из залов 12-зального мультиплекса «Kinostar De Lux Химки» в феврале был переоборудован в IMAX.

Самым масштабным открытием первой половины 2011 года в Москве можно считать новый 10-зальный мультиплекс сети «Формула Кино» в ТРЦ «АФИМОЛЛ Сити», первые четыре кинозала которого открылись в мае. Остальные шесть залов, включая первый в Европе зал формата IMAX Sapphire, совмещающий в себе технологию кинопоказа IMAX и VIP-зал, откроются к зиме.

Закрылись в первом полугодии 2011 года в Москве два кинотеатра (3 зала).

Всего за год (с июля 2010 года) киносетью Москвы выросла на 9,7%, а число кинозалов в торговых центрах увеличилось на 14,5%; сегодня уже 71,4% киноэкранов Московского региона располагаются в ТРЦ – это на 3% выше уровня июля 2010-го.

Продолжается тенденция качественного изменения рынка: в кинотеатрах открывается все меньше новых залов, однако все больше экранов становятся цифровыми. Подтверждает это и динамика открытия новых цифровых площадок в Московском регионе: за полугодие в столице появилось в общей сложности 34 новых цифровых кинозала.

Московский регион - крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 01.07.2011)

Место 01.07.11	Место 01.07.10	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во кино-театров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	«Каро Фильм»	17	90	14	46	16,90%
2	5/3	Объединенная сеть «Синема Парк» и «KinoStar»	8	84	8	56	15,80%
3	2	«Формула Кино»	12	67	12	34	12,60%
4	4	«Люксор»	7	43	7	26	8,10%
5	8	«Синема Стар»	4	31	4	8	5,80%
6	6	«Кронверк Синема»	4	30	4	12	5,80%
7	7	«West»	4	24	3	10	5,60%
8	9	«Центрфильм»	5	18	4	4	4,50%
9	10	«Парадиз»	4	17	4	7	3,40%
10	13	Департамент культуры Москвы	7	10	-	-	3,20%
Итого у этих операторов			72	414	60	203	77,80%
Всего в Москве			117	532	87	243	100,00%

Кроме того, были закрыты 3 цифровых кинозала – в кинотеатрах «Нева» (в связи с уходом арендатора с муниципальной площадки), «Формула Кино – Ладога» и «Формула Кино – Люблино» (проекторы были перенесены в другие кинотеатры сети).

14,6% составил прирост цифровых кинозалов. Их доля в общем количестве кинотеатров Москвы достигла 46% (74% кинотеатров).

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

01.01.2011 – 46 кт / 219 экранов
26 кт / 174 экрана в ТЦ
38 кт / 96 цифровых залов
01.07.2011 – 44 кт / 215 экранов
25 кт / 172 экрана в ТЦ
38 кт / 106 цифровых залов

В Санкт-Петербурге с начала 2011 года открылись 4 новых кинозала – в кинотеатре сети «Мираж Синема» в ТРЦ «Атлантик Сити». Одновременно с этим 8 кинозалов в двух кинотеатрах закрылись, один из них – на реконструкцию. В кинотеатре «Каро Фильм на Байконурской» из двух кинозалов был сделан один цифровой зал IMAX.

За год (с июля 2010 года) рынок кинопоказа в Санкт-Петербурге сократился на 1,8%. Впервые такое явление наблюдается в городе-миллионнике, хотя это временно – после завершения реконструкции ТРК «Академ парк» рынок должен восстановиться. Пока же плотность залов на 100 тыс. жителей по сравнению с началом года снизилась с 4,76 до 4,67. На 1,1% сократилось число кинозалов в торгово-развлекательных центрах, но их доля в общем количестве киноэкранов не изменилась и составила в середине 2011 года 80%.

Кинотеатры Петербурга продолжают активно устанавливать «цифру»: за шесть месяцев 2011-го в городе появилось 14 новых цифровых залов. В то же время 4 цифровых зала были закрыты – вместе с кинотеатрами, в которых они располагались («Коллизей» и «Кронверк Синема Академический»). Годовой прирост цифровых кинозалов составил 10,4%. 49% кинозалов (86% кинотеатров) в Санкт-Петербурге – цифровые.

Санкт-Петербург - крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 01.07.2011)

Место 01.07.11	Место 01.07.10	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во кино-театров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	«Кронверк Синема»	7	43	7	20	20,00%
2	2	«Каро Фильм»	7	43	7	19	20,00%
3	6/3	Объединенная сеть «Синема Парк» и «KinoStar»	3	34	3	23	15,80%
4	4	«Мираж синема»	5	26	5	15	12,10%
5	-	«Формула кино»	1	10	1	7	4,70%
6	5	«Синема-Мир»	2	9	2	3	4,20%
7	7	«Киносити» («КиноЭксперт»)	1	8	1	3	3,70%
8	10	Комитет по культуре Петербурга	4	6	2	2	2,80%
9	9	«Мои Сити»	1	6	1	2	2,80%
10	8	«Русское поле»	1	6	1	2	2,80%
Итого у этих операторов			32	191	30	96	88,80%
Всего в С.-Петербурге			44	215	38	106	100,00%

РЕГИОНЫ

01.01.2011 – 690 кт / 1673 экрана
162 кт / 805 экранов в ТЦ
414 кт / 638 цифровых залов
01.07.2011 – 716 кт / 1781 экран
174 кт / 881 экран в ТЦ
483 кт / 832 цифровых зала

За период с 1 января по 1 июля 2011 года в регионах России было открыто 38 кинотеатров (132 зала); 17 из них (94 экрана) – на территории торгово-развлекательных центров. Всего за год (с середины 2010 года) региональный рынок кинопоказа вырос на 18% (в середине прошлого года в регионах насчитывалось 1506 кинозалов); при этом рост числа экранов в ТРЦ составил 26,8%. Доля киноэкранов в региональных ТРЦ достигла значения 49,5%, что на 3,3% выше, чем в июле 2010 года. За первое полугодие в регионах закрылись 12 современных кинотеатров (24 зала).

В то же время за пределами столиц появилось 202 цифровых зала в 73 коммерческих кинотеатрах.

Трех цифровых залов в регионах не стало по причине закрытия самих кинотеатров. Оборудование одного из таких залов было перенесено в другой кинотеатр того же города. В некоторых кинотеатрах сетевых операторов произошла перестановка цифрового оборудования в целях оптимизации его использования.

Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России (на 01.07.2011)

Округа	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифр. залами	Кол-во цифровых залов	Доля рынка по кол-ву залов
Московский регион	117	532	87	243	21,00%
Приволжский ФО	138	437	98	181	17,30%
Центральный ФО (без учета МР)	145	365	99	182	14,40%
Сибирский ФО	119	303	77	144	12,00%
Уральский ФО	96	229	61	97	9,10%
Санкт-Петербург	44	215	38	106	8,50%
Южный ФО	71	197	56	97	7,80%
Дальневосточный ФО	63	100	38	57	4,00%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	54	100	35	47	4,00%
Северо-Кавказский ФО	30	50	19	27	2,00%
Всего в России	877	2 528	608	1181	100,00%

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Подводя промежуточные итоги развития рынка кинопоказа на середину 2011 года, можно выделить следующие основные тренды:

- в составе лидеров рынка происходят изменения, приводящие к перераспределению сил: пока одни киносети наращивают свои активы, другие ищут пути изменения стратегии развития; третьи же, напротив, готовы сдать свои позиции, что благоприятствует возможной покупке одних компаний другими или же приходу новых игроков;

- конкуренция на рынке кинопоказа усиливается, особенно в крупных городах, что вынуждает владельцев кинотеатров направлять большие усилия на маркетинг: отсюда и новые сделки киносетей по открытию кинозалов IMAX, и учащающиеся процессы модернизации, казалось бы, современных кинокомплексов, и отмечаемый некоторыми исследователями рост затрат киносетей на рекламу кинотеатров, и предлагаемые зрителям новые способы приобретения кинобилетов в Интернете («Рамблер-касса») и через мобильные устройства («Юниоми»);

- доля кинозалов, расположенных в ТРЦ и в мультиплексах, стабилизировалась и с начала года изменилась крайне незначительно. Мы полагаем, что рынок находится в ожидании нового формата кинотеатра, которым может стать комплекс в масштабном развлекательном и образовательном центре, выполняющем важные социально-культурные функции, что актуально для многих современных городов в развитых странах;

- в сфере кинопроката отмечается укрепление позиций цифровых технологий кинопоказа: цифровое оборудование уже установлено 69% российских кинотеатров в 235 городах; 44% релизов выходят в гибридном формате, 29% – только в цифровом; цифровые экраны доступны сегодня большинству кинопрокатчиков;

- кассовые сборы в 2011 году растут не такими быстрыми темпами, как в 2010-м (на рынке определенно не хватает «Аватара»), а кинопосещаемость и кинопотребление падают. Однако это проблема не только нашей страны, но общее свидетельство высокой зависимости кинорынка от качества кинопродукции, выходящей на экраны. В то же время в условиях развития альтернативных способов кинопросмотра (прежде всего многочисленных сервисов видео по запросу в Интернете) это является сигналом о том, что кинопоказу требуются инновации, чтобы иметь возможность привлекать аудиторию в будущем.

ГДЕ И КАКИМ БЫТЬ КИНОТЕАТРУ? ОПЫТ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Продолжение. Начало на стр. 1

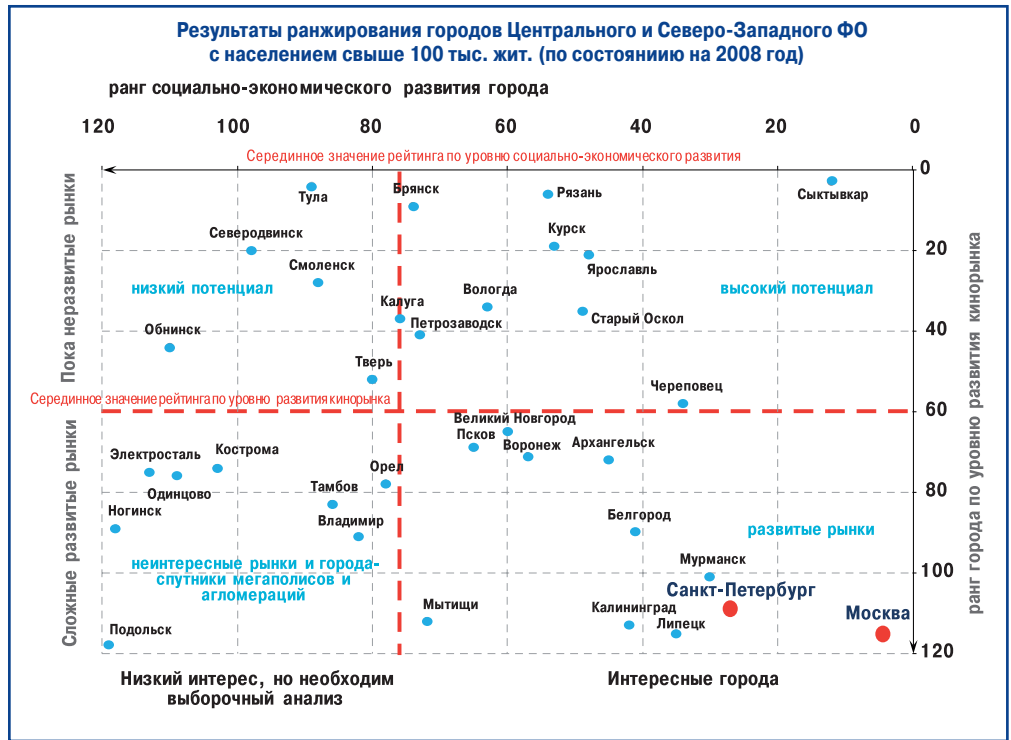
Для оценки развития кинорынков городов рассматриваются:

- существующая конкуренция на рынке: оценивается исходя из плотности экранов на 100 тыс. жителей (только для крупных городов) или соотношения числа современных кинотеатров и залов (при этом могут использоваться коэффициенты «взвешивания» залов в зависимости от «рыночной силы» владельцев кинотеатров), размера средней зоны обслуживания одного кинотеатра и среднего числа жителей в зоне его обслуживания;

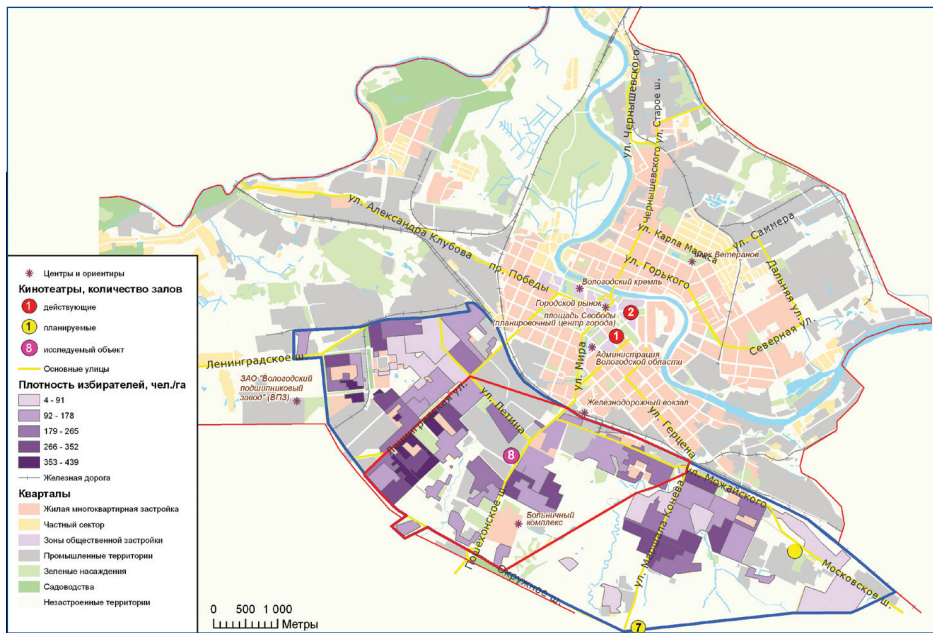
- перспективная конкуренция (учитывает заявленные планы по открытию новых киноплощадок в городе, взвешенные в зависимости от «силы» игрока-владельца, а также года открытия кинозалов);

- оценка уровня кинопотребления в городе. Составление рейтинга привлекательности городов заключается в последовательном ранжировании населенных пунктов по данным факторам с последующим взвешиванием полученных рангов в соответствии с их значимостью. Итоговый рейтинг представляется в графическом виде: по горизонтали располагаются места, занятые городами в рейтинге социально-экономического развития регионов, а по вертикали – показатели развития кинорынка.

Визуализация матрицы рейтинга позволяет инвестору сориентироваться на рынке, определив экономически развитые, а также неразвитые рынки с высокой и низкой конкуренцией в сфере кинопоказа. А взвесив риск и оценив свои силы, можно принимать вполне обоснованные решения



Картографический материал: плотность населения в зоне обслуживания исследуемого проекта кинотеатра в ТРК



ГОРОД ОПРЕДЕЛЕН. ВЫБОР МЕСТА

Предположим, выбор города состоялся (к примеру, инвестор имел конкретное предложение из определенного места по открытию кинотеатра в строящемся ТРК или же располагал зданием, в котором предполагал начать дело). Теперь встает вопрос о целесообразности открытия кинотеатра; при этом часто требуется определить, какое из альтернативных мест для размещения кинокомплекса является оптимальным.

Для этого более детально рассматриваются такие параметры, как география города (месторасположение, особенности, развитие транспортной инфраструктуры и центральные транспортные артерии), экономика (промышленность, доходы населения и уровень потребления, инвестиции и строительство), население (численность, возрастной состав, доля студентов).

Важное значение на данном этапе имеет глубо-

кий анализ кинорынка города, включающий в себя историю становления, оценку посещаемости кинотеатров, кассовых сборов и дополнительных доходов киносети. Кроме того, пристальное внимание обращается на описание конкурентной ситуации: сильные и слабые стороны действующих кинотеатров города, их ценовая и репертуарная политика; перспективная конкуренция на кинорынке; конкуренция со смежными отраслями развлечений. После оценки объемов кинорынка специалисты могут произвести картографическое размежевание зон обслуживания кинокомплексов города, определить масштаб и притягательность каждого из них и рассчитать долю рынка игроков, в том числе в перспективе.

Собранный исследовательский материал позволяет инвесторам определиться с целесообразностью открытия кинотеатра, а также выбрать наиболее выгодное место для его расположения.

ПРОГНОЗ ПОСЕЩАЕМОСТИ И ДОХОДОВ КИНОТЕАТРА

Следующий этап – составление прогноза посещаемости кинотеатра на выбранном месте, а также определение будущих доходов и прибыли кинопоказчика.

Посещаемость кинотеатров зависит от четырех факторов:

- социально-экономические характеристики города;
- численность населения;
- интенсивность потребления киноуслуг;
- уровень конкуренции.

Первые два фактора учитываются при выборе городов путем составления рейтинга. Третий состоит в том, что если число жителей в населенном пункте – величина относительно постоянная, то интенсивность потребления меняется по мере привыкания к посещению кинотеатров.

Это связано с тем, что каждый новый продукт на рынке последовательно проходит следующие этапы: внедрение (появление на рынке), рост (распространение среди различных групп покупателей, увеличение объема продаж), зрелость (насыщение рынка) и спад (снижение объемов продаж и уход с рынка в связи с появлением новых, более совершенных продуктов). Процессы, происходящие на рынке в связи со сменной этапов жизненных циклов различных товаров и услуг, описываются при помощи S-образной кривой, отражающей на оси времени перспективы развития рынка конкретного товара (услуги). Кривая описывает этап внедрения товара (услуги) в виде линии с очень малым углом наклона; на этапе роста угол наклона возрастает, а к моменту насыщения и зрелости рынка вновь уменьшается.

Согласно анализу развития рынка кинопоказа в России, проведенному специалистами компании «Невафильм», этап роста начался в 2003 году, а прогнозируемое насыщение ожидается к 2016 году; таким образом, продолжительность данного этапа составляет 14 лет, что может быть использовано как при прогнозе общероссийских показателей, так и при анализе конкретного населенного пункта – с поправкой на условия.

Также особое значение имеет анализ стадии развития кинорынка города, поскольку правильность ее определения позволяет соотнести взаимозависимости предложения и спроса на рынке и спрогнозировать их развитие. Так, если в городе слабо развито предложение (мало современных кинотеатров), то и спрос здесь будет невысоким (низкая интенсивность кинопосещения). Подоб-

ный рынок находится накануне стадии роста и обладает высоким потенциалом, однако продолжительность выработки привычки к кинопосещению может быть довольно длительной – инвестору может понадобиться 10–14 лет для достижения общероссийских показателей (1,5–2 кинопосещения в год на душу населения). В то же время на насыщенных рынках, где развиты и спрос и предложение, инвестору приходится сталкиваться с высоким уровнем конкуренции, следовательно, изначально новый кинотеатр требует больших вложений, чтобы иметь возможность переманить кинозрителей у конкурентов – вероятность развития интенсивности кинопотребления на таком рынке крайне низкая.

Прогноз посещаемости и доходности конкретного кинотеатра складывается из расчетов кинопосещаемости в городе и данных, полученных при анализе конкретного места для строительства кинотеатра (таких, как зона обслуживания кинокомплекса и оценка численности населения в ней, конкурентоспособность и распределение зрительских потоков между кинотеатрами).

Основные доходы кинотеатра складываются из выручки от кинопрокатной деятельности, продаж в кинобаре и от размещения рекламы в кинотеатре. Прочие виды доходов (трансляция альтернативных кинопрограмм, аренда залов для проведения конференций или игр на большом экране и т. п.) носят вероятностный характер и зависят от маркетинговой политики каждого кинотеатра, поэтому они не могут быть формализованы и в базовых расчетах опускаются.

Доходы от кинопрокатной деятельности состоят из числа продаваемых билетов, помноженных на возможную их стоимость в городе; при этом должно быть учтено, что средняя цена киновилета находится в тесной зависимости от платежеспособности населения.

Доходы от размещения рекламы на территории кинотеатров традиционно оцениваются как процент от валового сбора продажи киновилетов, также как и доходы от торговли concession (последние могут оцениваться и в соответствии со средней суммой затрат посетителей в кинобаре на один проданный киновилет).

Параллельно в ходе маркетингового исследования изучаются траты на содержание кинотеатров, чтобы определить баланс доходов и расходов. А с учетом первоначальных инвестиций и дисконтирования могут быть произведены расчеты будущей прибыли, точки безубыточности и сроков окупаемости инвестиций.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОПТИМАЛЬНОГО РАЗМЕРА КИНОТЕАТРА И ВЫБОР КОНЦЕПЦИИ

Получив вышеописанные расчеты, инвесторы или владельцы уже действующих кинотеатров могут задаться вопросом: являются ли выбранные ранее исходные позиции оптимальными? Можно ли улучшить результаты работы кинотеатра, изменив планируемое число кинозалов, их расположение, добавив дополнительные услуги, поменяв концепцию кинокомплекса, репертуарную или ценовую политику?

Современные научные методы позволяют на основании сохранения принципа наличия премьерного зала, а также с использованием диаграмм Ганта и других схем рассчитать оптимальное число кинозалов в комплексе и количество мест в них. А исходя из этапа развития рынка в городе, месторасположения кинотеатра, его размера и целевой аудитории можно создать привлекательный концепт для кинокомплекса. Ниже приведена типология кинотеатров крупных городов, разработанная специалистами компании «Невафильм».

Данная схема иерархии городских кинозалов актуальна в условиях крупных городских агломераций и может быть адаптирована специалистами для условий малых населенных пунктов. Так, единственный кинотеатр, расположенный в небольшом городе, способен объединять в себе функции и характеристики нескольких типов: быть как культурным, так и развлекательным центром районного масштаба.

Таким образом, маркетинговые исследования имеют большое значение для развития кинопоказа в современной России на всех этапах работы над проектом нового кинотеатра, так же как и в случае модернизации, реновации и смены концепции действующего кинокомплекса.

© 2011 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Информацию о маркетинговых исследованиях, выполняемых компанией «Невафильм», можно получить в аналитическом отделе: research@nevafilm.ru, +7-812-449-70-740, доб. 240

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

НЕВАФИЛЬМ EMOTION ПРЕДСТАВЛЯЕТ



Осенью 2011 года дистрибьюторский отдел компании «Невафильм» порадует любителей оперного пения новым проектом «Музыкальная одиссея в Петербурге». Американская королева оперы Рене Флеминг и всемирно признанный российский баритон Дмитрий Хворостовский исполнят оперные дуэты, арии и романсы знаменитых композиторов в интерьерах дворцов Санкт-Петербурга. Сопровождает выступление оперных звезд Оркестр Государственного Эрмитажа под управлением Константина Орбеляна. Премьера фильма в кинотеатрах состоится 11 октября.

Еще одним ярким событием октября станет фильм-концерт «Властелин танца», который будет представлен публике в формате 3D. Новое шоу звезды риверданса Майкла Флэтли представляет собой пропитанное духом ирландского фольклора сказание о борьбе Властелина танца с темными силами за владычество на «Планете Ирландия».

В планах НЕВАФИЛЬМ EMOTION новые оперные сезоны 2011–2012 и 3D-проекты: «Пещера забытых снов» Вернера Херцога, концерт Питера Гэбриэля, опера Гаэтано Доницетти «Лукреция Борджиа».

КОНЦЕРТ «RED HOT CHILLI PEPPERS LIVE» В РОССИИ

30 августа 2011 года впервые в России состоялась прямая кинотрансляция концерта «Red Hot Chili Peppers LIVE: I'm With You», приуроченного к выпуску нового альбома группы. Шоу транслировалось по спутнику из Германии в кинотеатры разных стран мира, включая Россию (6 городов). Дистрибьютором прямой трансляции выступил НЕВАФИЛЬМ EMOTION.

Иерархия городских экранов и их характеристики

Тип кинотеатра	Квартальный кинозал	Развлекательный центр районного масштаба	Центральный кинотеатр	Многофункциональный развлекательный комплекс регионального масштаба
Репутация кинотеатра и его основные характеристики	Место отдыха после рабочего дня; место встречи с ближайшим окружением – атмосфера, направленная на создание постоянной аудитории кинотеатра путем привлечения публики, проживающей в районе	Кинозалы в РЦ (ТРЦ), удобные для отдыха, развлечения и проведения свободного времени, просмотра интересного фильма недалеко от дома, импульсной покупки киновилета в свободное время	Место культурного времяпрепровождения – специализированность предложения, наличие культурного отдыха, светскость; высокая степень проходимости благодаря расположению, удобному для жителей всех районов	Масштабное развлекательное мероприятие – большой выбор фильмов, широкий спектр развлечений, направленных на привлечение новой аудитории и задержание публики на территории комплекса в течение как можно более длительного времени
Расположение на городской территории	В районах места жительства большинства населения города (спальные районы), вдали от крупных транспортных узлов	В спальных районах, на узлах крупных транспортных потоков с хорошей доступностью (у метро)	В центральном районе города, в зоне «культурного пространства», в местах прогулок и отдыха жителей	На окраинах мегаполисов (удобный подъезд, парковка, бесплатные маршруты)
Пиковое время посещения	Стабильный уровень посещаемости: утром и днем – пенсионеры, дети; вечером – семейная публика, влюбленные	Вечерние сеансы; возможна круглосуточная работа комплексов	Выходные дни, вечерние сеансы	Выходные и праздничные дни – как правило, на весь день
Размер кинотеатра	Небольшой кинотеатр местного уровня (1–3 зала)	От 4 до 9 кинозалов (что позволяет установить перерывы между сеансами на оптимальном уровне – в 15 мин)	Размер от 1 до 8 залов, отличается оригинальным стилем (в репертуаре, оформлении, обслуживании)	Крупные торговые или развлекательные центры: от 8 залов и больше
Радиус зоны обслуживания	Несколько прилегающих кварталов (5–20 минут пешком от дома)	Близлежащие районы (до 20–30 минут пешком или на транспорте)	Вся территория города (20–40 минут на транспорте от дома; 5–20 минут от места работы, учебы)	Весь город и близлежащие областные территории (40–60 минут на транспорте)
Ценовая политика и дополнительные источники дохода	Невысокие цены, скидки для льготных категорий граждан, абонементы, бонусы для постоянных клиентов; дополнительные доходы от социально ориентированной деятельности	Дифференцированные цены в зависимости от времени дня и недели; системы накопительных скидок; дополнительные доходы от ночных non-stop показов; развлекательных программ (дискотеки, концерты и т. п.)	Дифференцированный уровень цен утром и вечером, в будни и выходные; дополнительные доходы от социокультурных программ (концерты, выставки и т. п.)	Высокий уровень цен, недифференцированная ценовая политика; дополнительные доходы от широкого спектра развлекательных услуг в комплексе (не всегда принадлежащих кинотеатру); посещаемость может обеспечиваться и уникальностью предложения
Целевая аудитория	Местные жители близлежащих кварталов – преимущественно младшего и старшего возрастов	Жители соседних районов: молодежь, старшкласники, служащие и рабочие	Молодежь, студенты, туристы, интеллигенция	Семейная публика, молодежная аудитория

ПЕРВОЕ ВСЕРОССИЙСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ КИНОТЕАТРОВ ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

НЕВАФИЛЬМ RESEARCH ОБЪЯВЛЯЕТ О ПРОВЕДЕНИИ ПЕРВОГО ВСЕРОССИЙСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ АУДИТОРИИ КИНОТЕАТРОВ СТРАНЫ

Цели

- выявить потенциал расширения аудитории кинотеатров;
- изыскать возможность повышения кинопотребления;
- определить соотношение числа людей, посещающих и не посещающих кинотеатры, и уточнить характеристики обеих групп.

Методы

- опрос аудитории на местах продаж (в кинотеатрах);
- интернет-опрос посетителей популярных киносайтов;
- телефонный опрос жителей российских городов.

ИТОГИ ИССЛЕДОВАНИЯ БУДУТ ПОДВЕДены в ФЕВРАЛЕ 2012 ГОДА. ОТКРЫТОЙ ПУБЛИКАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ НЕ БУДЕТ, НО КАЖДЫЙ УЧАСТНИК ПРОЕКТА БЕСПЛАТНО ПОЛУЧИТ ПОЛНУЮ ВЕРСИЮ ОТЧЕТА

**МЫ ПРИГЛАШАЕМ РУКОВОДИТЕЛЕЙ РОССИЙСКИХ КИНОТЕАТРОВ И КИНОСЕТЕЙ
К УЧАСТИЮ В ИССЛЕДОВАНИИ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АНКЕТИРОВАНИЯ ЗРИТЕЛЕЙ В КИНОТЕАТРАХ**

Заявки на участие принимаются до **15 октября 2011 года** по адресу research@nevafilm.ru
Руководитель проекта – ведущий аналитик НЕВАФИЛЬМ RESEARCH Ксения Леонтьева

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

КОМПАНИЯ «НЕВАФИЛЬМ»
НАГРАЖДАЕТ СТУДЕНТОВ



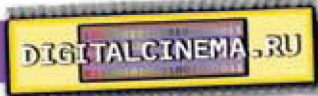
30 июня и 1 июля 2011 года в Научно-исследовательском институте цифрового кинематографа Санкт-Петербургского государственного уни-

верситета кино и телевидения состоялись 9-я Международная научно-техническая конференция и курс «Цифровые и информационные технологии в электронной медиainдустрии-2011».

Компания «Невафильм» по традиции выступила учредителем одной из наград конкурса. Обладательницей специального приза «Невафильм» стала студентка группы 713 ФАВТ СПбГУИТ Дарья Гребенюк за исследование форматов сохранения изображений с расширенным динамическим диапазоном.

В состав жюри наряду с представителями авторитетных международных и российских организаций и представителями Университета вошел старший инженер по информационной безопасности компании «Невафильм» Андрей Мельник.

НОВОСТИ DIGITALCINEMA.RU



ПЕРВЫЙ НЕЗАВИСИМЫЙ КИНОТЕАТР С СИСТЕМОЙ REALD 3D В РОССИИ

21 июня 2011 года в двух кинозалах краснодарского кинотеатра «Аврора» было установлено оборудование для трехмерного цифрового показа от RealD – мирового лидера 3D-систем для цифровых кинотеатров. Это первый случай сотрудничества американской компании с независимым оператором кинотеатров в России. До сих пор подобные системы были установлены лишь в кинозалах сети «KinoStar» (54 цифровых экрана, включая один с технологией RealD XL).

НОРВЕГИЯ СТАЛА ПЕРВОЙ «ЦИФРОВОЙ» СТРАНОЙ



По данным киноассоциации «Film&Kino», все 420 кинозалов Норвегии теперь оснащены цифровым оборудованием. Таким образом, эта страна стала первой среди отказавшихся от пленочной дистрибуции, причем произошло это на год раньше, чем планировалось. В кинотеатрах установлены главным образом серверы Doremi, кинопроекторы Christie, а также Sony формата 4K (в 65 кинозалах). Около 80% норвежских кинотеатров оснащены 3D-технологией.

По прогнозам «Film&Kino», выплаты по VPF-соглашениям закончатся в конце 2017 года; договоры были заключены со студиями «Disney», «20th century Fox», «Paramount», «Universal», «Sony» и «Warner Bros.», местными дистрибьюторами «SF-Norway» и «Nordisk Film», а также с интеграторами «Unique Cinema Systems», «Nordic Digital Alliance» и крупнейшим норвежским банком «DNB-NOR Finance».

Несмотря на то что ряд европейских дистрибьюторов отказывается нести расходы по VPF и некоторым странам требуется больше времени на модернизацию кинотеатров, Норвегия – благодаря небольшому количеству кинозалов и хорошим государственным субсидиям – всегда была одним из главных претендентов на первенство по полному переходу на цифровой формат кинопоказа.

РОССИЙСКИЕ КИНОПРОКАТЧИКИ ПЕРЕХОДЯТ НА ЦИФРОВУЮ ДОСТАВКУ ФИЛЬМОВ



Кинокомпания «Централ Партнершип» первой из российских дистрибьюторов начала передавать цифровые фильмокопии в кинотеатры через Интернет. 26 июля данным способом в два кинотеатра сети «Люксор» в Москве был доставлен фильм «Первый мститель», а в августе в кинотеатры Москвы, Подмосковья и Ессентуков были переданы цифровые пакеты картин «Ковбой против пришельцев», «Дети шпионов 4D», «Челюсти 3D». Доставку контента обеспечивала компания «DPC24».

Комплект принимающего оборудования состоит из сервера (где могут храниться до десяти фильмов) с предустановленным программным обеспечением. Пакеты фильмов и ключи к ним, а также трейлеры доставляются непосредственно в киноаппаратную цифрового зала. Процесс доставки одной картины занимает около трех суток (при скорости 4 Мбит/с).

В РОССИИ УСТАНОВЛЕН ПЕРВЫЙ КОМПЛЕКТ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ПОКАЗА В 4K

В кинотеатре «Киномир» города Череповца в начале июля 2011 года был установлен первый в России комплект для цифрового кинопоказа в разрешении 4K DLP Cinema, состоящий из проектора Christie Solaria и сервера DoReMi ShowVault. Интегратором оборудования стала компания «Asia Cinema». Первым фильмом, показанным в формате 4K, стал «Гарри Поттер и Дары смерти: Часть II», изначально созданный в этом разрешении.

«TECHNICOLOR» ПРОДОЛЖАЕТ ДВИЖЕНИЕ К «ЦИФРЕ»

technicolor



Корпорация «Cinedigm Digital Cinema», мировой лидер в сфере оказания услуг интеграции цифрового оборудования (33% цифровых кинозалов Северной Америки оснащено по VPF-программе «Cinedigm») и организации показов альтернативного контента в кинотеатрах, а также компания «Technicolor» подписали соглашение о намерениях, согласно которому последняя приобретет бизнес-активы физической и электронной доставки «Cinedigm». Кроме того, компании договорились о стратегическом партнерстве в области разработки программного обеспечения.

Таким образом, «Technicolor» продолжает изменение своей стратегии, отходя от пленочных технологий и становясь партнером «Cinedigm» по доставке альтернативного контента, независимых фильмов и трейлеров в кинотеатры растущей цифровой киносетей.

ОТМЕНЕНА ТАМОЖЕННАЯ ПОШЛИНА НА ЦИФРОВЫЕ КИНОПРОЕКТОРЫ

16 августа 2011 года Комиссия Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации утвердила нулевую ставку импортной таможенной пошлины на цифровые кинопроекторы для кинотеатров (с разрешением 2K и выше). Решение вступило в силу 2 сентября – с момента опубликования на официальном сайте Таможенного союза.

Данное решение явилось результатом более чем полугодовой совместной работы заинтересованных специалистов киноиндустрии: Некоммерческого партнерства «Киноальянс», Консультативного совета Фонда кино, Министерства культуры, Ассоциации теле- и кинопродюсеров, компании «Невафильм», а также Министерства экономического развития и аппарата Правительства РФ.

Снижение таможенной пошлины с 15% до 0% – действенная мера государства, направленная на снижение издержек кинотеатров при переходе на цифровой показ. Теперь цифровые кинопроекторы в России станут существенно дешевле, что способствует ускорению «цифровой революции» в стране.

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЛЕТО-2011

Элеонора Кольянен-Иванова, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Летний индекс настроений кинопоказчиков в 2011 году продемонстрировал наихудший результат этого сезона за все пять лет мониторинга; обычно столь низкий уровень был характерен для февральского опроса. Отрадно, однако, что нынешний показатель остался в зоне положительных значений (в отличие от февраля-2009, когда единственный раз мы наблюдали значение отрицательное).

В опросе приняли участие 50 респондентов: представители 15 федеральных, 6 региональных, 14 местных киносетей и 15 независимых кинотеатров. Охват выборки составил 32% кинотеатров, или 47% залов, действующих в стране к началу августа 2011 года. У 46 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы.

54% кинопоказчиков оказались довольны наполняемостью своих залов. Удовлетворительной летнюю кинопосещаемость сочли 38% респондентов, в то время как недовольными остались всего 8% опрошенных.

В итоге показатель бизнес-ситуации составил 46%. При этом ожидания относительно летнего киносеzona оправдались у 68% респондентов, а для оставшихся 32% опрошенных его результаты оказались неожиданными.

Большинство кинопоказчиков ждут традиционного сентябрьского спада посещаемости. Не видят оснований для изменений в ситуации 20% опрошенных, в то время как 28% респондентов надеются на приток зрителей в кинозалы. Показатель бизнес-ожиданий, таким образом, составляет -24%.

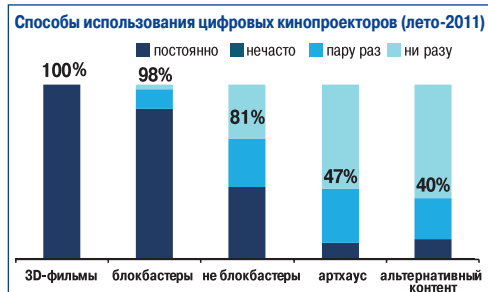
Основные причины столь пессимистичных прогнозов кинопоказчиков кроются в слабом репертуаре. Многие ссылаются на статистику предыдущих лет, согласно которой сентябрь считается одним из самых нерезультативных прокатных месяцев. Однако по мнению некоторых респондентов, дополнительный приток зрителей будет обеспечен отсутствовавшими летом дачниками, отпускниками и учащимися. Некоторые делают ставку на репертуар в надежде на «спящие хиты». Как конкурентное преимущество расценивается кинопоказчиками открытие новых залов: в то время как одни проводят модернизацию в надежде на приток зрителей, другие сетуют на появление новых экранов у конкурентов, опасаясь снижения посещаемости собственных кинотеатров.

Индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа летом 2011-го значительно снизился и составил:

BUSINESS CLIMATE INDEX = 8,1

Летний киносезон оказался для кинопоказчиков довольно успешным, хоть и не настолько, насколько в 2010 году, когда на экраны вышла четвертая часть «Шрэка». Особых надежд на удачное продолжение киногода у наших респондентов нет, поэтому сейчас мы наблюдаем самый низкий из августовских показателей бизнес-ожиданий за последние пять лет.

Мы продолжили мониторинг способов использования кинопоказчиками цифрового оборудования. По итогам нынешнего лета цифровые проекторы продолжали использоваться для показа 3D-фильмов всеми владельцами кинотеатров. Все большее число кинопоказчиков демонстрируют в «цифре» также двухмерные блокбастеры и артхаусное кино. Показатель уровня показа репертуарных фильмов за последние три месяца снизился (поскольку лето это сезон блокбастеров). Реже стал демонстрироваться нашими респондентами и альтернативный контент (что неудивительно в период традиционного театрального «межсезонья»).



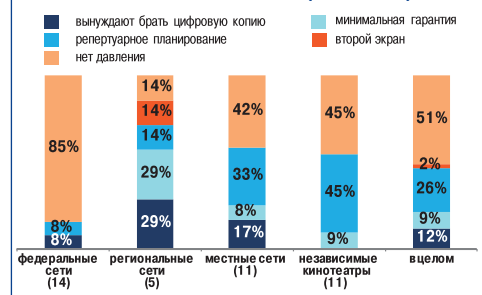
Также нашим респондентам был задан вопрос об использовании пленочных проекторов, установленных в цифровых залах. Выяснилось, что у 8% кинопоказчиков залы полностью цифровые. Наименее расположенными к демонстрации фильмов на пленке оказались независимые кинотеатры (треть не показывает фильмокопии в цифровом зале, а половина выделяет под пленку менее 30% сеансов в неделю). Выделять под пленку более 60% сеансов цифрового зала в неделю могут позволить себе только некоторые федеральные киносети.

Мы продолжаем отслеживать наблюдения кинопоказчиков за отношением потребителей к 3D-фильмам. Результаты опроса демонстрируют неутешительную тенденцию: все большее число респондентов отмечают, что зрители продолжают разочаровываться в 3D. При этом не только уменьшается число посетителей кинотеатров, идущих исключительно на качественные трехмерные релизы, но и растет процент зрителей, отдающих предпочтение 2D-версиям фильмов. Большинство кинопоказчиков отмечают, что в основе выбора этих зрителей лежит даже не повышенная цена билета, а качество изображения, доставляющее зрителям неудобство (это отметили 75% опрошенных).

Мы также решили выяснить, насколько за лето изменилась ситуация с росписью фильмов в пленочных и цифровых кинозалах наших респондентов.

О проблемах получения 35-мм копий заявили 49% опрошенных. За лето уменьшился процент игроков, не ощущающих давления дистрибьюторов во всех типах киносетей, кроме федеральных, среди которых, наоборот, 85% не испытывают трудностей. Отдельные респонденты указали на сложность получения пленочных фильмокопий из-за наличия у них цифровых залов.

Давление дистрибьюторов при росписи фильмов в пленочных кинозалах (лето-2011)



Неутешительная тенденция выявилась и при анализе ответов о росписи фильмов в цифровых кинозалах: если среди федеральных киносетей давление дистрибьюторов по-прежнему испытывают всего 8%, то среди остальных игроков это число существенно возросло. При этом чаще всего дистрибьюторы предъявляют к кинотеатрам жесткие репертуарные требования. Один из кинопоказчиков признался в возможности получать с дистрибьюторов плату за показ их фильмов в цифровом формате.

Давление дистрибьюторов при росписи фильмов в цифровых кинозалах (лето-2011)



Таким образом, разногласия, возникающие между дистрибьюторами и кинопоказчиками при росписи фильмов, продолжают обостряться. Несмотря на широкие возможности демонстрации 35-мм копий, кинотеатрам становится все сложнее

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS НА XIX ФЕСТИВАЛЕ «ОКНО В ЕВРОПУ»



с 7 по 14 августа 2011 года в Выборге прошел XIX фестиваль «Окно в Европу». Компания «Невафильм» традиционно выступила техническим партнером фестиваля. Впервые на торговой площади города проходили ночные показы. Специально для этого НЕВАФИЛЬМ CINEMAS установил там цифровое кинооборудование.

КРУГЛЫЙ СТОЛ В ВЫБОРГЕ



В рамках XIX фестиваля «Окно в Европу» 12 августа 2011 года состоялся круглый стол «Отечественное кино – новые пути продвижения контента», организованный при поддержке НЕВАФИЛЬМ RESEARCH и посвященный обсуждению возможностей новых рынков сбыта – видео по запросу в кабельных, спутниковых и IPTV сетях и в Интернете с участием операторов, а также дистрибьюторов и продюсеров, сотрудничающих с ними.

Материалы круглого стола – на сайте www.nevafilm.ru

СЕРВИС-ЦЕНТР НЕВАФИЛЬМ CINEMAS В МОСКВЕ

1 сентября 2011 года открылся сервисный центр компании «Невафильм» в Москве. Теперь весь комплекс услуг по обслуживанию кинотеатров, а также склад запасных частей для обслуживания цифрового кинопоказа и кинозалов IMAX доступны не только в Северной столице, но и в Москве, что позволяет сократить сроки обслуживания клиентов по всей стране.

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS является лидером среди поставщиков цифрового оборудования кинопоказа в России – 26% цифровых залов оснащено специалистами отдела компании. Кроме того, «Невафильм» – официальная сервисная компания по техническому гарантийному и постгарантийному обслуживанию кинотеатров IMAX в СНГ.

получить их из-за дополнительных требований дистрибьюторов. При этом получение кинопоказчиками цифровых копий также затрудняется – все большее число игроков различного уровня ощущают давление со стороны дистрибьюторов (прежде всего страдают из-за этого не федеральные сети).

С другой стороны, неактивное использование кинотеатрами пленочных проекторов в цифровых залах (даже при наличии такой возможности) и все более интенсивное использование цифровых проекторов для демонстрации различных типов контента лишний раз подтверждает тезис об активной интеграции цифровых технологий показа на современном кинорынке, а также об укреплении их позиций.

В то же время 3D-формат вызывает все большее отторжение зрителей, причем не столько из-за наценки, сколько из-за неудобства и опасений за здоровье. Это заставляет кинопоказчиков всерьез задумываться о качестве демонстрируемых картин и огорчаться из-за отсутствия в ближайшем будущем сильных релизов. Пессимистичные настроения на рынке кинопоказа вызваны также началом осени, традиционно не приносящим выдающихся прокатных результатов. Однако общее снижение индекса настораживает.

- 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>