

НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2011 ГОДА

текст *Ксения Леонтьева, Светлана Мудрова, Элеонора Кольенен-Иванова*

РЫНОК КИНОПРОКАТА

В 2011 году на экраны России вышло 356 новых фильмов, в том числе 34 отечественные картины. Кассовые сборы с 1 января по

31 декабря составили \$ 1,16 млрд (34 млрд руб.); общее число проданных кинобилетов превысило 159 млн.¹ Стоимость киноподачи возросла до 214 руб. (\$7,3), что на 12 % выше уровня 2010 года (195 руб. или \$ 6,5); темпы роста цены билета сокращаются (в 2010-м удорожание составило 22 %). 3D-наценка в кинотеатрах становится все меньше, в результате чего и кассовые сборы растут уже не такими темпами, как пре-

жде, – в 2011 году российский бокс-офис увеличился на 9 %, тогда как в 2010-м на 44 %. А посещаемость и вовсе упала на 2 % (в 2010-м выросла на 18 %).

¹ Начиная с 2011 года наш постоянный партнер по предоставлению статистики российского кинопроката журнал «Кинобизнес сегодня» переходит на подсчет данных по итогам календарного года. В данном обзоре мы приводим также данные по кинопрокату 2011 году, которые сравниваем с данными предыдущих кинопрокатных лет. В 2011 году российские кассовые сборы рассчитаны как 94,7 % от СНГ, посещаемость – 92,4 % (на основании данных компаний WDS&SPR, «20 век Фокс – СНГ», «Наро», UPI, «Вест», «Каснад» и «Вальда»).

продолжение на стр. 2

АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2011 ГОДУ

текст *Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова (при участии Светланы Мудровой, Дарьи Бусовой, Рифата Фазлыева, Виктории Андреевой, Натальи Ивановой, Флоретты Феррера)*

С 20 по 30 декабря 2011 года аналитический отдел компании «Невафильм» провел традиционное измерение цен предложения на

кинобилеты в кинотеатрах Москвы и Санкт-Петербурга. Как обычно, в цене предложения мы выделяем общие средневзвешенные цены, а также цены на 3D- и 2D-сеансы.

В целом в прошедшем году цена кинобилета выросла на 5–6 % в обеих столицах, причем произошло это за счет увеличения стоимости 2D-сеансов (на 10–15 %), тогда как средневзвешенная цена на 3D-показы и в Санкт-Петербурге и в Московском мегаполисе изменилась незначительно (+/-2 % – в пределах статистической погрешности).

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

В Московском регионе было исследовано 115 кинотеатров. Средневзвешенная цена предложения на кинобилеты составила 332 руб., или \$ 11,3 (при среднегодовом курсе 29,4 руб. за доллар).

Стабильное экономическое положение в России и невысокий уровень инфляции в целом (6,1 % за 2011 год) сказались и на кинорынке столицы. За прошедший год средневзвешенная цена кинобилета в Московском регионе увеличилась незначительно – на 5 % в рублях (7 % в долларовом эквиваленте).

продолжение на стр. 4

ЦИФРОВОЙ КИНОПОКАЗ 2011, 2012, ДАЛЕЕ ВЕЗДЕ... ЧАСТЬ ПЕРВАЯ: 2011 ГОД

текст *Олег Березин*

2011 год стал переломным для развития цифрового кинопоказа как в мире, так и в России. За 12 лет, прошедших со времени первых коммерческих киносеансов в цифровом формате, мотивы, двигавшие владельцев кинотеатров и профессиональное киносообщество к цифровому кинопоказу, изменились. На заре цифрового кинопоказа цели перехода на новую технологию казались очевидными:

- снижение затрат на дистрибьюцию;
- улучшение качества изображения (постоянство, долговременность и стабильность, повышенная яркость и четкость изображения, точная цветопередача, широкий динамический диапазон);
- улучшение качества звука (как минимум 16 каналов некомпрессированного звука с глубиной квантования не менее 24 бит);

- возможность электронного наложения субтитров и многоязычность;
- гибкость репертуарного планирования;
- широкие возможности для расширения репертуара кинотеатров при помощи альтернативного контента.

Сейчас все это уже реальность. Но вот парадокс: все удовлетворены качеством цифрового кино, но зрители не видят в этом ценности и не желают платить за это больше чем обычно.

Поиск «ощутимой кинозрителем ценности» привел к развитию таких технологий кинопоказа, как: 3D, 4K, высокоскоростная съемка и проекция (HFR), более точные системы многоканального звука, расширение динамического диапазона и цветовой палитры изображения, а также интерактивный кинопоказ.

РЫНОК

В 2011 году цифровая кинопроекция стала доминирующей технологией демонстрации фильмов в кинотеатрах. По данным «IHS Screen Digest», доля цифро-

вых экранов превысила психологический рубеж в 50 % (60 000 кинозалов) А по прогнозам, к 2015 году их доля достигнет 90 %.

продолжение на стр. 6

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



подробности на стр. 8

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 1 марта 2012 года

Всего современных кинотеатров — 934
В том числе цифровых кинотеатров — 707
Всего современных кинозалов — 2 744
В том числе цифровых кинозалов — 1 493

РОССИЙСКИЙ КИНОРЫНОК. ИТОГИ 2011 ГОДА

Продолжение. Начало на стр. 1

Главной тенденцией на рынке российского кинопроката 2011 года остается переход на цифровые технологии. И если прошлый год был переломным для отечественных дистрибьюторов, поскольку все они от мейджоров до независимых архаусных компаний адаптировались к новой реальности и начали выпускать фильмы в «цифре», то в 2011-м цифровая дистрибуция стала приносить реальные плоды. Это выразилось прежде всего в резком увеличении числа копий в российском прокате – с 84 тыс. в 2010 году до 104 тыс. в 2011-м (рост составил 24 %), которое происходит преимущественно за счет расширения числа «цифровых копий» (с 20,4 до 52,4 тыс. – на 156 %). Сейчас половина копий в российском прокате – цифровые (в 2010 году цифровыми были 24 % копий). Из 356 новых релизов календарного 2011-го более 150 вышли в гибридном формате (на пленке и в «цифре»), а около 100 – только в «цифре».

Любопытным следствием этих процессов стало снижение средних кассовых сборов в рублях и посещаемости не только на один кинозал, но и на одну копию. В 2011 году сбор на копию упал на 14 %, а посещаемость на 21 %. Подобное явление впервые наблюдается на российском кинорынке. Иначе говоря, снизившиеся расходы прокатчиков на печать копий позволяют им безболезненно идти на увеличение тиражей фильмов, несмотря на снижающуюся отдачу от каждого экрана.

В то же время складывающаяся ситуация сложно расценивать как однозначно положительную, поскольку ускоряется ротация репертуара российских кинотеатров. Так, если в 2009 году один фильм находился в прокате в среднем 53 дня, а в 2010-м – 57 дней, то в 2011-м – 42 дня. При этом в минувшем году сравнивалось среднее число копий на один экран как в целом по всем экранам и копиям, так и по цифровым: 38 и 36 соответственно. А из этого следует, что цифровым релизам (в том числе 3D) уже не гарантирован долгий прокат.



РЫНОК КИНОПОКАЗА

По данным на 1 января 2012, в России насчитывается 2726 современных кинозалов в 925 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,9). Более половины современных российских кинозалов (54 %) уже располагают цифровым оборудованием – 1472 экрана (в 698 кинотеатрах), из них 1434 имеют возможность 3D-показа.

Рост рынка современных киноплощадок в абсолютных цифрах явно стабилизируется: в течение 2011 года в стране было открыто 97 кинотеатров (352 зала) – практически столько же, сколько и в 2010 году (96 кинотеатров, 351 зал). Число закрывающихся площадок снизилось по сравнению с предыдущим годом незначительно: были закрыты 27 кинотеатров (34 в 2010-м) с 50 залами (в 2010-м – 51).



Динамика оборудования цифровых кинозалов в 2011 году впервые пошла на спад: за прошедший год было оборудовано на 9 % меньше залов, чем в 2010-м (547 залов в

178 кинотеатрах по сравнению с 601 залом в 261 кинотеатре). Во многом это связано с тем, что в 2010 году основным мотивом перехода на цифровые технологии был успех фильма «Аватар». Таким образом, в 2011 году российский рынок кинопоказа, как современного в целом, так и цифрового в частности, вошел в стадию насыщения, и можно с высокой долей вероятности полагать, что его дальнейший рост будет обеспечиваться не за счет внутренних факторов развития самого рынка, а благодаря внешнему воздействию: изменению технологий, увеличению доходов населения или принятию федеральными властями тех или иных решений, влияющих на развитие рынка кинопоказа в России.

По-прежнему среди новых кинотеатров преобладают кинозалы в торгово-развлекательных центрах (43 % кинотеатров и около 70 % новых залов как в 2010-м, так и в 2011-м годах открылись в ТРЦ). Сектор торгово-развлекательных комплексов сейчас переживает процесс бурного восстановления после кризиса. Общая доля кинозалов в торговых центрах также продолжает расти и составляет по итогам года 59 % (1600 экранов в 287 торговых центрах).

Обеспеченность населения страны современными кинозалами увеличивается – средний по России уровень достиг 1,9 экрана на 100 тыс. жителей (в 2010 году – 1,7), а в пересчете на число жителей городов, где

есть современные кинотеатры, средний показатель плотности киноэкранов в 2011-м составил 3,3 (по итогам 2009-го – 3,2).

За минувший год среди десятки крупнейших киносетей произошли изменения: благодаря объединению залов «Синема парк» и «KinoStar» на рынке российского кинопоказа сменился лидер. Напомним также, что в конце 2010 года за счет кинотеатров «КиноЭксперт», ранее принадлежавших концерну «Тракторные заводы» и перешедших к Внешэкономбанку, была расширена сеть «Киносити». Еще об одной крупной сделке было объявлено в начале 2012 года: инвестиционное подразделение «Альфа-груп», владеющая киносетью «Кронверк синема», приобрела 55,66 % сети «Формула кино»; в будущем планируется объединение киносетей, пока продолжающих действовать на рынке как две самостоятельные компании. И на этом процессы смены владельцев на российском кинорынке не закончатся – в 2012 году ожидается как минимум еще одна значительная сделка на рынке кинопоказа, связанная с изменением структуры собственности одного из крупнейших игроков рынка.

ТОП 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2012 (по кол-ву залов, включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля кинотеатров с цифр. залами в сети	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол-ву залов
1	Синема парк	26	243	26	169	100 %	70 %	8,9 %
2	Каро фильм	34	182	31	98	91 %	54 %	6,7 %
3	Киномакс	26	134	24	48	92 %	36 %	4,9 %
4	Кронверк синема	16	108	16	46	100 %	43 %	4,0 %
5	Люксор	17	97	17	66	100 %	68 %	3,6 %
6	Формула кино	14	88	14	51	100 %	58 %	3,2 %
7	Премьер-зал	46	60	31	35	67 %	58 %	2,2 %
8	Монитор	17	57	15	29	88 %	51 %	2,1 %
9	Синема стар	11	54	11	15	100 %	28 %	2,0 %
10	Парадиз	9	50	9	25	100 %	50 %	1,8 %
Итого у этих операторов		216	1073	194	582	90 %	54 %	39,4 %
Всего в России		925	2726	698	1472	75 %	54 %	100 %

МОСКОВСКИЙ РЕГИОН

01.01.2011 – 116 кт/527 экранов
 55 кт/375 экранов в ТЦ
 81 кт/212 цифровых залов
 01.01.2012 – 119 кт/556 экранов
 60 кт/409 экранов в ТЦ
 100 кт/303 цифровых зала

В течение 2011 года в Московском регионе было открыто восемь кинотеатров (23 кинозала), а также 15 кинозалов в уже существующих кинокомплексах. Закрылись пять кинотеатров (девять залов). За год число кинозалов в Московском регионе выросло на 5,5 %, а число киноэкранов в торговых центрах увеличилось на 9,1 %. При этом сейчас доля кинозалов в ТРЦ в столице составляет 73,6 %, что на 2,4 % выше, чем в конце 2010-го.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2011 года 303 (в 100 кинотеатрах). Практически все они имеют возможность 3D-показа. За год в Москве было установлено 96 цифровых кинопроекторов (в том числе в 21 кинотеатре – впервые). Рост этого сегмента рынка составил 43 %. В целом уже

55 % современных кинозалов Москвы имеют цифровые проекторы, установленные в 84 % городских кинотеатров.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

01.01.2011 – 46 кт/219 экранов
26 кт/174 экрана в ТЦ
38 кт/96 цифровых залов
01.01.2012 – 46 кт/227 экранов
27 кт/184 экрана в ТЦ
40 кт/123 цифровых зала

В Санкт-Петербурге в прошедшем году было открыто 11 кинозалов (в том числе в одном новом кинотеатре). Закрытый сетью «Каро фильм» двухзальный кинотеатр «Колизей» был выставлен на продажу.

В 2011 году рост рынка кинопоказа в Санкт-Петербурге замедлился по сравнению с предыдущим периодом, однако продолжился процесс ввода в эксплуатацию новых торговых центров. Особо отметим открытие в декабре после реконструкции пятизальника «Кронверк синема – Академ парк» – оно стало началом важного тренда на рынке кинопоказа не только Санкт-Петербурга, но и всей России. Этот тренд связан с началом реконструкции многих ТРЦ, открытых несколько лет назад; и изменение концепции каждого обновленного торгового центра, скорее всего, повлечет за собой и реконструкцию кинотеатра, расположенного в нем.

За прошедший год в Северной столице увеличилось также число залов IMAX: сейчас в городе их насчитывается уже три; все они находятся под управлением крупных федеральных операторов.

Общий рост числа современных кинозалов в Санкт-Петербурге в 2011 году составил 3,7 %, при этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах выросло на 5,7 %, и их доля в общем количестве кинозалов города составила 81,1 %.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2011 года 123 в 40 кинотеатрах. Оборудования для 3D-показов нет в четырех залах. В течение года в Северной столице было установлено 23 цифровых кинопроектора (в трех кинотеатрах – впервые). Общий рост этого сегмента составил 28 %. Сегодня доля цифровых залов составляет уже 54 % от общего числа петербургских экранов, при этом «цифра» есть в 87 % кинотеатров города.

РЕГИОНЫ

01.01.2011 – 693 кт/1678 экранов
162 кт/805 экранов в ТЦ
413 кт/636 цифровых залов
01.01.2012 – 760 кт/1943 экрана
192 кт/986 экранов в ТЦ
558 кт/1046 цифровых залов

В течение 2011 года в регионах России было открыто 303 кинозала (в том числе в

88 новых кинотеатрах). При этом закрылись 38 залов в 21 кинотеатре. Рост регионального рынка кинопоказа в 2011 году составил 15,8 %, немногим превысив аналогичный показатель предыдущего периода; при этом рост числа кинозалов в ТРЦ составил 22,5 %. В результате доля киноэкранов в региональных ТРК достигла 50,7 %.

В то же время в течение года 423 региональных экрана были оснащены цифровой кинопроекцией (154 кинотеатра установили свое первое цифровое оборудование). Таким образом, общий рост данного сегмента рынка составил 64,5 %.

При этом по итогам 2011 года оборудованием для 3D-показов не оснащены уже 33 региональных кинотеатра – это в 11 раз больше, нежели в 2010 году (тогда лишь три цифровых зала не имели систем 3D). И хотя некоторые из них планируют в будущем закупить дополнительное оборудование, мы можем говорить о начале изменения концепции цифрового кинопоказа в России – от тотальной ориентации на трехмерные показы к использованию других возможностей «цифры». ■

© 2012 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

По вопросу приобретения полной версии исследования обращайтесь в аналитический отдел компании «Невафильм»: (812) 449-70-70
research@nevafilm.ru

МЫ ИХ ПОСЧИТАЛИ!

Аналитический отдел компании «Невафильм» подвел итоги первого всероссийского исследования потенциальной аудитории кинотеатров страны, которое проходило с октября 2011-го по февраль 2012 года. Было собрано более 18 тысяч анкет в 335 городах – это первое российское исследование подобного масштаба.

Нашей целью было изучить особенности кинопотребления российской аудитории и выявить возможности привлечения новых зрителей в кинотеатры.

Главными методами сбора данных были опрос в кинотеатрах России, телефонный и интернет-опрос.

Была составлена репрезентативная выборка, в основу которой было положено распределение кинотеатров России по федеральным округам в городах с различной численностью населения. Всего в выборку попало 77 кинотеатров, находящихся в 63 городах России и в двух городах Казахстана. В общей сложности в кинотеатрах было обработано более 13,5 тысяч анкет.

В ходе телефонного опроса было собрано 2,8 тысяч анкет (1,9 тысяч по стационарным номерам и 0,9 тысяч – по мобильным).

С помощью данной акции мы выявляли, сколько жителей страны не ходят в кино, а также оценивали потенциал привлечения их в кинотеатры.

Опрос в Интернете проводился для того, чтобы выяснить, являются ли интересующиеся кинематографом пользователи Интернета активными кинозрителями или же они предпочитают смотреть фильмы дома в Сети. Всего было собрано 1,8 тысяч анкет. Реклама интернет-опроса размещалась на страницах киногорупп «ВКонтакте», на самом популярном сайте о кино в России «Кинопоиск» и на его дочерней странице в социальной сети «Facebook».

Дополнительные цели состояли в том, чтобы дать оценку узнаваемости легальных ресурсов для просмотра фильмов в Сети, а также определить, какое отношение к отечественному кино сложилось в российском обществе к концу 2011 года.

В результате впервые в современной российской практике было выявлено число жителей страны, которые не ходят в кинотеатры, хотя и имеют такую возможность (так как живут в городах, в которых есть кинозалы) – их доля составила 79,6 %!

Другие полученные данные оказались не менее уникальными: нам удалось не просто

собрать количественную информацию об аудитории кинотеатров, но и сравнить зрителей по интенсивности кинопотребления, выделить качественные характеристики каждой категории.

Мы также провели сравнение потенциального и реального поведения зрителей, что помогло избежать основной проблемы социологических исследований, заключающейся в том, что респонденты часто не могут дать адекватной оценки собственному поведению.

Мы выяснили, что аудитория кинотеатров в большей степени положительно оценивает российские фильмы, нежели респонденты, опрошенные по телефону или через Интернет. Основная же тенденция состоит в том, что чем старше аудитория, тем негативнее ее оценка российских фильмов.

Подробные результаты опроса, а также наши выводы и рекомендации читайте в отчете по итогам этого уникального исследования. По вопросам приобретения обращайтесь в исследовательский отдел компании «Невафильм»: research@nevafilm.ru. **Наши партнеры-кинотеатры, участвовавшие в полевом этапе исследования, получают полную версию отчета бесплатно. Всем большое спасибо за помощь!**

АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2011 ГОДУ

Продолжение. Начало на стр. 1

Несмотря на увеличение числа цифровых кинозалов и залов IMAX (с 212 до 303 – на 43 %), которое должно было бы способствовать росту доли более дорогих 3D-сеансов в московских кинотеатрах, средневзвешенная цена предложения на трехмерных показах снизилась на 2 % (с 386 до 377 руб.). Таким образом, главным фактором роста цены кинобилета в Москве стало удорожание обычных сеансов: на 9 % (с 273 руб. в декабре 2010-го до 298 руб.). Это произошло по двум причинам:

- была существенно расширена 2D-афиша столичных цифровых кинозалов и дорогих кинозалов IMAX. Если в 2010 году мы измеряли 3D-цену на основе расписания 197 кинозалов, то в 2011-м таких залов стало 199, то есть при 43-процентном росте числа цифровых залов роста 3D-афиши в столице не произошло;
- как следствие этого, большинство игроков рынка (74 кинотеатра – 61 %) повысили 2D-цены, в том числе и из-за того, что более дорогие вечерние сеансы в 2011-м были заняты не 3D-, а 2D-показами.

Помимо этого в 2011 году возникло «неравенство» и среди столичных кинозалов IMAX: если ранее цены здесь были более или менее однородны (от 500 до 700 руб.), то в октябре 2011-го был открыт первый в России зал IMAX Sapphire (в кинотеатре «Формула кино-Сити»), средняя цена в котором достигла 1 529 руб. При этом в остальных пяти залах IMAX цены в 2011 году колебались уже от 300 до 500 руб., что на 200 руб. ниже, чем в 2010-м. Все они демонстрировали и 2D-фильмы, чего почти не наблюдалось годом ранее и что свидетельствует о сложившемся дефиците репертуара для таких кинозалов.

Средняя стоимость билета в остальных исследованных 98 кинотеатрах столицы распределяется от самой высокой (400 руб. – в кинотеатре «Kinostar Maimi») до самой низкой (87 руб. – в кинотеатре Госфильмофонда «Иллюзион») довольно плавно, без резких разрывов.

це три. В связи с усилением конкуренции, а также по причине дефицита фильмов для показа в формате 3D-IMAX уровень цен в этих залах снизился: в 2010 году средняя цена билета в обоих действовавших на тот момент залах была выше 600 руб.

Среди обычных кинотеатров наиболее дорогостоящим является кинотеатр премиум-класса «Формула Кино» в ТРЦ «Галерея» (с ценой билета выше 330 руб.) – VIP-кинокомплексов в московском понимании в Санкт-Петербурге нет. Самыми дешевыми являются детские кинотеатры (с ценой 75 руб.).

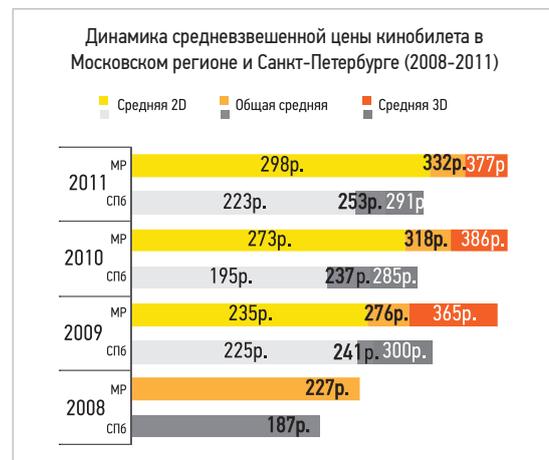


Мы наблюдаем, что цена билета в кинотеатре зависит не только от его целевой аудитории, но и от размера комплекса. И если для VIP-кинотеатров, а также детских и районных кино клубов при формировании ценовой политики первоочередным оказывается именно фактор аудитории, то для остальных кинотеатров более значимым аргументом становится количество кинозалов, поскольку оно позволяет кинопоказчикам устанавливать высокие цены, используя свое положение крупного игрока рынка с широкой киноафишей.

Кроме того, мы можем констатировать, что, несмотря на рост числа 3D-релизов в России (в кинопрокатном 2011 году на экраны вышло 50 3D-фильмов, тогда как в 2010-м – 30), в кинотеатрах двух столиц наблюдается сокращение 3D-афиши цифровых и IMAX-залов. Это ведет к снижению доходов кинопоказчиков за счет трехмерных сеансов. В качестве ответной реакции владельцы кинотеатров увеличивают стоимость обычных сеансов, что позволяет компенсировать потери и повышает общую цену кинопосещения.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА СТОЛИЧНЫХ СЕТЕЙ

Практически все кино сети двух столиц в 2011 году проводили одинаковую ценовую политику в Москве и в Петербурге: «Формула кино», «Синема парк» и «Каро фильм» установили в обоих городах цены выше средней, а цены билетов в кинотеатрах «Кронверк синема» и «Киносити» оказались ниже среднегородских.



На кинорынке Москвы продолжается ценовое расслоение: в декабре 2011-го разница между кинотеатрами с самым дорогим и самым дешевым билетом составила 31 раз (в 2010-м – 29), а среднее отклонение по общим ценам всех кинотеатров выросло до 342 руб., что составляет 104 % от средней по городу цены (в декабре 2010-го отклонение составляло 329 руб. – 102 % от средней цены). При этом наибольший ценовой разрыв наблюдается между 23 наиболее дорогими кино площадками (включая кинотеатры категорий VIP и «Премиум-класс», а также кинозалы IMAX) и остальными 98 кинотеатрами.

Именно наличие тонкой «верхней прослойки» из четырех VIP-кинотеатров (с ценой билета выше 700 руб.), самым дорогим из которых является «Романов синема», – главная особенность московского рынка кинопоказа.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

В Санкт-Петербурге было исследовано 45 кинотеатров, а средневзвешенная цена кинобилета составила 253 руб. или \$ 8,6.

Как и в столице, уровень цены кинобилета в Петербурге вырос незначительно – всего лишь на 6 % в рублевом эквиваленте (на 9 % в долларах). И так же главным катализатором этого роста стало удорожание 2D-сеансов – на 14 % (со 195 до 223 руб.), тогда как колебание цены на 3D произошло в пределах уровня статистической погрешности (+2 %). Причины этого аналогичны тем, что мы отметили в Московском регионе: сокращение 3D-репертуара и заполнение дорогих вечерних сеансов 2D-показами. За год число 3D-залов в городе увеличилось с 95 до 119 – на 25 %, а число участвовавших в исследовании кинозалов с 3D-афишей уменьшилось с 81 до 77 (на 5 %).

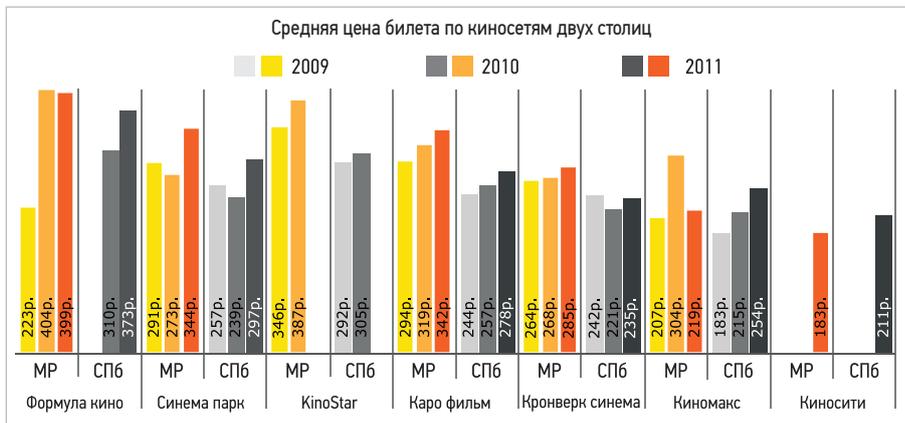
Главным же отличием рынка Санкт-Петербурга от столичного остается большая однородность: среднеквадратичное отклонение, характеризующее разброс цен между кинотеатрами, в Санкт-Петербурге ниже московского уровня, причем по сравнению с 2010 годом оно сократилось до 81 руб., что составило 34 % от средней по городу цены (в 2010-м – 106 руб., 44 % от средней цены).

Самыми дорогими кино площадками в городе остаются залы IMAX (цена билета 300–470 руб.). Сейчас их в Северной столи-

Различается ситуация в московских и петербургских кинотеатрах «Киномакс»: в Москве цена кинобилета в них ниже средней более чем на 30 %, в то время как в Северной столице это среднеценовая площадка. Данная ситуация определена тем, что петербургский «Киномакс» работает с сетью по договору франшизы, определяя свою ценовую политику самостоятельно. При этом в 2011 году московский «Киномакс» снизил цены в своих кинотеатрах на 28 %, а петербургский повысил на 18 %.

Аналогично выросли (на 20 %) цены в кинотеатре «Формула кино» в Петербурге, в то время как в Москве цена билета в киносети не изменилась. А вот компании «Кронверк синема» и «Каро фильм» меняли свою ценовую политику в двух столицах симметрично, повысив стоимость кинобилетов (на 6 и 8% соответственно).

В сети «Синема парк» цены выросли сразу на 25 % – как в Москве, так и в Санкт-Петербурге.



Основная причина такого повышения кроется в объединении с сетью «KinoStar», кинотеатры которой работают в ценовом сегменте выше среднего, а также имеют кинозалы IMAX. Отметим, что в связи с данной сделкой во всех кинотеатрах «KinoStar» в целом цена кинопосещения не изменилась (без учета залов IMAX, где наблюдалось падение цен (на

40–50 %), связанное с сокращением числа 3D-показов), тогда как в кинотеатрах «Синема парк» цены выросли: в Москве – в среднем на 16 %, в Санкт-Петербурге – на 11 %.

© 2012 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную версию результатов исследования читайте на нашем сайте Невафильм.рф

НОВОСТИ НЕВАФИЛЬМ

«НЕВАФИЛЬМУ» – 20 лет!



9 апреля 2012 года компания «Невафильм» отмечает свой 20-летний юбилей. За эти годы:

- дублировано более 500 фильмов для кинотеатрального проката (шесть из них удостоено премии «Блокбастер» за лучший дубляж, два – за лучший перевод), более 70 полнометражных телефильмов, более 1300 эпизодов сериалов;
- озвучено более 100 российских фильмов (20 из них получили различные награды, в том числе за звукорежиссуру);
- открыта первая в России лаборатория цифрового мастеринга фильмов;
- спроектировано свыше 300 кинотеатров, более 500 кинозалов оснащено оборудованием кинопоказа;
- открыта служба технической поддержки кинотеатров, в том числе сертифицированное сервисное обслуживание залов IMAX;
- начались постоянные трансляции альтернативного контента в цифровых кинотеатрах России и СНГ;
- создано крупнейшее исследовательское агентство в сфере современного кинопоказа в России, ставшее постоянным партнером и авторитетным источником для Европейской аудиовизуальной обсерватории, «IHS Screen Digest», «Dodona Research» и других.

60 новых цифровых залов от НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

Зимой 2012 года специалисты НЕВАФИЛЬМ CINEMAS установили оборудование для цифрового кинопоказа в 60 кинозалах 26 городов России. Среди них кинотеатры

сетей «Формула кино», «Киномакс», «Парадиз», «Кронверк синема», «Профит синема», «Чарли», «Баргузин», «Мегаполис», «Иллюзион», «Ленобл кино», «Кубанькино», Ростова-на-Дону, Оренбурга, Хабаровска и Вуктыла.

К началу марта 2012 года компания «Невафильм» остается лидером по числу инсталляций цифровой кинопроекции в России (около 400 залов, 26,3 % рынка).

Блокбастер-2011



6 февраля 2012 года состоялась торжественная XV церемония вручения профессиональной премии по итогам года в кинобизнесе «Блокбастер». Генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин стал лауреатом премии в номинации «Человек года».

Компания «Невафильм» в девятый раз становится обладательницей премии «Блокбастер». Шесть раз она была удостоена награды за лучший дубляж кинофильма («Мулан», «Пираты Карибского моря: Проклятие «Черной жемчужины»», «Мадагаскар», «Мадагаскар-2», «Рождественская история», «Алиса в стране чудес») и дважды – за лучший перевод («Астерикс и Обеликс: Миссия «Клеопатра»», «Сезон охоты»).

По традиции компания «Невафильм» выступила партнером церемонии награждения.

Новые проекты НЕВАФИЛЬМ EMOTION

Зимой 2011–2012 дистрибьютское подразделение НЕВАФИЛЬМ EMOTION организовало прямые трансляции в кинотеатрах оперы «Дон Жуан» в постановке миланского театра «Ла Скала» и балета «Щелкунчик и Мышиный король» в постановке Национального балета Нидерландов. На больших экранах также продолжают показываться классические постановки Королевского оперного театра, Сиднейской оперы, Нью-Йоркского балета.



В прокат вышли и два фильма-концерта в формате 3D («Питер Гэбриэл и New Blood Orchestra в 3D» и «Kylie 3D – Aphrodite Les Folies»), а также концерты «The Chemical Brothers – Don't Think» (первый фильм-концерт в формате Dolby Surround 7.1DC для кинотеатров) и «Три тенора: Лучано Паваротти, Пласидо Доминго и Хосе Каррерас». Фильм легендарного Вернера Херцога «Пещера забытых снов 3D» порадовал любителей документального кино.

В ближайших планах – опера «Лукреция Борджиа» (3D) в исполнении Английской национальной оперы (3 апреля) и новая постановка «Волшебной флейты» в «Ла Скала» (20 марта).



ЦИФРОВОЙ КИНОПОКАЗ 2011, 2012, ДАЛЕЕ ВЕЗДЕ...

Продолжение. Начало на стр. 1

Первой страной, полностью перешедшей на цифровой формат кинопоказа, в июле 2011 года стала Норвегия. С января 2012-го кинокомпания «20th Century Fox» объявила о прекращении выпуска 35-мм копий в Гонконге и Макао. К концу 2012 года сто-процентная цифровизация будет достигнута в Китае.

По данным Невафильм Research, к 1 марта 2011 года в России действует 2744 кинозала; из них 54 % цифровых (1493 зала; 26 % из них оборудованы Невафильм Cinemas). И если в 2010 году был оборудован 601 новый цифровой зал, то в 2011-м – 547 (на 9 % меньше). Важно то, что доля цифровых кинозалов, в которых нет пленочного оборудования, уже достигла 40 %. Основными драйверами российского рынка цифрового кинопоказа по-прежнему остаются крупные сети и независимые кинотеатры.

Отмечу также, что за 2011 год в российский кинопрокат было выпущено 356 фильмов, и из них 44 % вышли в гибридном формате (цифровые и пленочные копии), а еще 28 % – только (!) на «цифре».

ТРЕНДЫ 2011 ГОДА

4K. Несмотря на то что технологии цифровой проекции с разрешением 4K (4096 x 2160 пикселей) известны на рынке давно, доминирующим форматом цифрового изображения уже долгие годы остается формат 2K (2048 x 1080 пикселей). До недавних пор корпорация «Sony» была единственной из всех производителей цифрового оборудования, продвигающей формат 4K на основе собственной технологии проекции SXRD. Именно высокое разрешение изображения оставалось практически единственным преимуществом технологии «Sony» перед технологией DLP Cinema® от «Texas Instruments». И все же, несмотря на всю мощь корпорации «Sony» и преимущество в разрешении картинке, технология 4K смогла занять всего 1/6 часть рынка. Но в 2011 году ситуация начала меняться: компания «Texas Instruments», разработчик проекционных чипов DLP Cinema®, используемых во всех цифровых кинопроекторах Christie, Varco и NEC, объявила о выпуске нового чипа 4K DLP.

Как ни удивительно, формат 4K-изображения сегодня уже воспринимается не в качестве «эксклюзива» для кинотеатров, а как тенденция в развитии технологий Интернета, домашнего видео, телевидения и бытовых видеокамер. И в этом контексте новый виток «гонки вооружений» неизбежен для кинотеатров.

Так, в 2011 году на конференции «VidCon» было объявлено о том, что интернет-сер-

вис «YouTube» начинает поддерживать видео, записанное в формате 4K. То есть теперь сайтом поддерживаются оригинальные разрешения видео от 360 до 4096 пикселей. Также в 2011 году крупнейшие мировые компании пришли к согласию унифицировать формат 4K-видео и начать использовать его при выпуске дисков Blu-ray. Уже в начале 2012 года на «CES 2012» в Лас-Вегасе компания «Sony» продемонстрировала новые модели 3D-телевизоров с разрешением 4K, позволяющие видеть трехмерную картинку без использования специальных очков. А компания «JVC» представила первую в мире бытовую 4K-видеокамеру.

Для владельцев кинотеатров самым болезненным в психологическом плане станет тот факт, что новый iPad третьего поколения, выходящий в марте 2012 года, будет иметь матрицу с разрешением 2K (2048 x 1536 пикселей).

В настоящее время проекция 4K остается VIP-предложением кинотеатров, хотя и рекомендуется для кинозалов с экраном шириной более 20 метров. Сейчас в России насчитывается уже пять цифровых залов, оснащенных 4K DLP-проекцией.

Основной проблемой развития технологической 4K остаются вопросы высокой стоимости производства, хранения и обработки исходных файлов высокого разрешения. Все эти задачи требуют кратного увеличения мощностей обработки информации в кинопроизводстве.

IMB – встроенный медиаблок. Медиаблок можно назвать сердцем (точнее, мозгом) всей системы цифрового кинопоказа. Именно медиаблок отвечает за дешифрование, депакетирование и декомпрессию файлов цифровой кинокопии. До настоящего времени основной архитектурой цифрового кинопоказа являлось размещение медиаблока в сервере цифровой системы. Именно сервер представлял собой умную, сложную, защищенную систему, в которой осуществлялись все операции с файлами цифрового изображения, а для защиты информации при передаче от сервера к проектору использовалось дополнительное шифрование линии сервер-проектор, известное как технология CineLink. Появление цифровых проекторов второй серии, имеющих более современную компоновку элементов обработки изображения, позволило перенести медиаблок из сервера в сам проектор. Казалось бы, простое, очевидное решение, которое мало что может изменить на рынке производства оборудования цифрового кинопоказа. Но именно это «маленькое» путешествие медиаблока из сер-

вера в проектор приводит к тому, что вместо двух специализированных устройств (сервера и проектора), мы получаем одно «очень специализированное» – цифровой кинопроектор со встроенным медиаблоком и достаточно простой накопитель данных для хранения и управления файлами цифровых копий. Тем самым бизнес производителей серверов (Doremi, Dolby, GDC, Qube и других), связанный именно с производством серверов, ставится под большой вопрос. Дело в том, что не каждый производитель серверов является производителем собственного медиаблока; таких компаний всего три: «Doremi», «Mirkom» и «AJA» – именно их медиаблоки на условиях OEM-продуктов встраиваются в сервера известных производителей.

Показательно, что производители цифровых проекторов начали активно либо стремиться к созданию собственных медиаблоков, либо выстраивать альянсы с другими производителями. В 2011 году о выпуске медиаблока объявила компания «Christie», а бельгийская «Varco» выкупила весь бизнес, связанный с созданием серверов, у бельгийской же компании «XDC». И это только начало.

High Frame Rate: высокоскоростная съемка-проекция. Весной 2011 года кинообщество было взбудоражено демонстрацией новых возможностей цифровой кинопроекции, проведенной Джеймсом Кэмероном на ежегодном съезде владельцев кинотеатров в Лас-Вегасе. Эти возможности основаны на применении методов высокоскоростной съемки и проекции киноизображения. Примечательно (и очень примечательно), что вторая такая демонстрация в мире была проведена в России, на Форуме «Кино Экспо» при непосредственном участии компании «Невафильм». Основная цель высокоскоростной съемки-проекции – сглаживание дрожаний, возникающих при движении камеры относительно объекта съемки, либо, наоборот, при движении объекта относительно кинокамеры. Как подметил один из зрителей во время демонстрации технологии на «Кино Экспо»: «Теперь колеса автомобиля на изображении всегда будут вращаться в правильную сторону».

Основные форматы высокоскоростной съемки и проекции (48 и 60 кадров в секунду для 3D-изображений) были разработаны задолго до презентации в Лас-Вегасе – в 1980-х годах, одновременно в США и в СССР. В нашей стране эти работы велись в Ленинградском институте киноинженеров под руководством профессора О. Ф. Гребенникова. Конечно, в прошлом веке речь шла об использовании 35-мм

киноплёнки (а в технологии IMAX HD – 70-мм киноплёнки), и ни о каком цифровом кинопоказе тогда еще не думали. Но именно экономическая составляющая, неприемлемая для плёночных технологий, стала препятствием для развития КВК (кинематографа высокого качества). Цифровые технологии сделали возможным реализацию этих идей даже с помощью стандартных цифровых кинопроекторов и серверов.

Подчеркну, что именно встроенные в проектор медиаблоки позволили реализовать концепцию воспроизведения фильмов, снятых с высокой частотой кадров. В настоящее время спецификациями DCI и техническими стандартами скорость потока данных между сервером и проектором ограничена 250 Мбит/сек. Воспроизведение же с высокой частотой кадров (48 кадров/сек в 3D – это 96 кадров/сек или 60 кадров/сек в 3D – 120 кадров/сек) требует намного больших скоростей передачи данных. Как минимум для проекции 4K-изображения со скоростью 60 кадров/сек потребуется 625 Мбит/сек, а для «золотых» глаз, то есть для квалифицированных зрителей, способных увидеть артефакты изображения, потребуется поток данных не менее 800 Мбит/сек. Такие скорости можно обеспечить только с применением встроенных в проектор медиаблоков.

Несмотря на техническую реализуемость и очевидное повышение качества восприятия изображения (особенно в 3D, где дрожание действует на глаза кинозрителей утомляюще) и невзирая на серьезных адвокатов этой концепции, возглавляемых самим Джеймсом Кэмероном, на пути технологии высокоскоростной съемки и проекции немало препятствий. Это и вопросы «обратной совместимости»: никто не хочет делать отдельный DCP для каждой версии фильма, соответственно DCP с фильмом, снятым по технологии высокоскоростной съемки-проекции должен воспроизводиться и на стандартных скоростях, в тех кинотеатрах, где нет соответствующего оборудования. Это также вопросы технической и законодательной бюрократии: изменения как в спецификациях DCI, так и в технических отраслевых стандартах, требующих времени (сейчас только создана рабочая группа по анализу изменений, которые необходимо внести в соответствующие стандарты). Тем не менее сегодня уже объявлено, что Питер Джексон снимает «Хоббита» со скоростью 48 кадров/сек (релиз в конце 2012 года), а «Аватар-2» будет сниматься со скоростью 60 кадров/сек (релиз в конце 2013 года).

«Очень многоканальный» звук. Цифровые технологии кинопоказа открыли неограниченные возможности для постоянного

улучшения качества не только изображения, но и звука. С момента появления первых звуковых кинотеатров киноплёнка была физическим ограничителем для совершенствования звуковых систем: сначала скорость ее движения и оптическая фонограмма, затем физическое место на киноплёнке для размещения нескольких звуковых дорожек, а после и для трех как минимум цифровых технологий кодированного звука (DTS, Dolby и SDDS). В цифре все стало проще. И процесс совершенствования звуковых систем превратился в практически безостановочный. Основными ограничителями сегодня выступают совместимость с существующими форматами звука в кинотеатрах и унифицированность файла цифровой копии (напомним, что никто не заинтересован в создании множества версий цифровой копии).

В 2011 году были представлены три новые системы многоканального звука для цифровых кинотеатров: Dolby 7.1DC, Imm и Auro 3D. Некоторые из них обеспечивают воспроизведение до 24 каналов звука (хотя стандартный пакет цифровой копии содержит только 16 каналов некомпьютеризованного звука, из которых два заняты под дорожки для слабослышащих – Hi, и слабовидящих – Vi). Системы используют разные принципы кодирования каналов и воспроизведения: от достаточно простых решений дискретного распределения звуковых каналов, как в системе Dolby 7.1DC (код «DC» означает «цифровое кино», чтобы отличать систему от разработки Sony 7.1. – SDDS для киноплёночных систем), до более сложных, связанных с патентованными алгоритмами кодирования двух каналов в один, чтобы «поместиться» в стандартном DCP и обеспечить требуемую совместимость.

Пожалуй, основным мотивом развития звуковых систем помимо создания более эффектного звукового сопровождения кинофильма стал потрясающий и не имеющий аналогов в истории кинематографа успех компании «Dolby Laboratories» в создании собственной звуковой «экосистемы» для плёночного кинотеатра в конце прошлого века. Вся цепочка – от создания фонограммы до ее воспроизведения в кинотеатре – была пронизана технологиями Dolby, каждая звуковая студия использовала кодер Dolby, каждая кинолаборатория использовала аппарат записи оптической фонограммы Dolby на киноплёнку, ну и, конечно, каждый кинотеатр имел звуковой процессор Dolby. Желание повторить этот успех еще долгие годы будет стимулировать разработчиков звуковых решений для кинотеатров.

Стандарты SMPTE/ISO. В июне в Москве прошла сессия ISO – Международной организации стандартизации. В области

цифрового кинопоказа были приняты стандарты, позволяющие использовать в пакете цифрового фильма «альтернативные скорости» (25, 30, 50 и 60 кадров/сек). Это важное решение, особенно для программ альтернативного контента, так как подавляющее большинство таких фильмов снимается телевизионными компаниями со скоростями, отличными от принятой в кинематографе (24 кадра/сек). Благодаря принятому в июне решению о поправках в стандарты цифрового кинопоказа к концу года все серверы второй генерации уже получили обновление программного обеспечения, что позволило Невафильм *Emotion* выпустить в прокат фильм «Рене Флеминг и Дмитрий Хворостовский. Музыкальная одиссея в Петербурге» со скоростью 25 кадров/сек, без перекодирования материала в ранее стандартные 24 кадра/сек. А запись прямой трансляции балета «Щелкунчик» из Нью-Йорка шла со скоростью 30 кадров/сек и именно в таком формате была затем показана в кинозалах. К сожалению, такие возможности недоступны для серверов первого поколения, установленных в некоторых российских кинотеатрах.

Развитие стандартов ISO для России теперь обретает особое значение. В связи с принятием решения о вступлении России в ВТО, на территориях стран-участников которой действуют международные стандарты ISO, можно, к счастью, забыть о необходимости разработки национальных стандартов цифрового кинопоказа и начать процесс перевода на русский язык уже принятых международных. Это значительно упростит интеграцию не только российского рынка кинотеатров, но и российского кинопроизводства в мировой кинопроцесс.

Важность единых подходов к системам цифрового кинопоказа в 2011 году была поддержана и Европейской ассоциацией кинотеатров UNIC, которая направила обращение к руководству Европейского Союза с предложением отказаться от разработки альтернативных систем кинопоказа (электронных кинотеатров) и руководствоваться едиными и признанными во всем мире стандартами цифрового кинопоказа. Этот вопрос актуален и для российского рынка. ■

© 2012 Олег Березин,
компания «Невафильм»

Во второй части читайте: технологии 2012 года (лазерная проекция, «облако» ключей кинотеатра, 3D-субтитры, революция в базовых принципах архитектурной акустики кинотеатров, цифровой показ и стандарты информационной безопасности), что будет после «плёнки» и какие технологии в ближайшие годы будут посягать на спокойствие владельцев кинотеатров.

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЗИМА 2011–2012

текст *Ксения Леонтьева,
Элеонора Кольенен-Иванова*

В нашем зимнем опросе приняли участие 54 респондента: представители 13 федеральных, шести региональных, 20 местных киносетей и 15 независимых кинотеатров.

Большинство кинопоказчиков (61 %) остались довольны уровнем посещаемости своих кинозалов минувшей зимой, еще 28 % сочли ее удовлетворительной. Неудовлетворенными посещением кинотеатров оказались шесть респондентов (11%). В итоге показатель бизнес-ситуации составил 50 % – это довольно низкий результат для февраля, хотя и на 9 % выше, чем в 2011-м. Кинорынку определенно не хватает нового «Аватара».

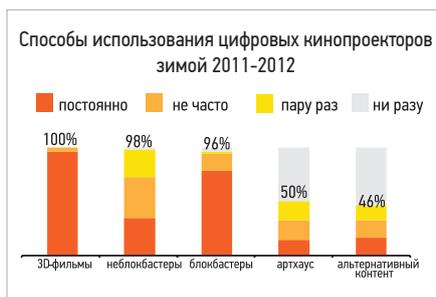
Ожидания кинопоказчиков относительно изменения посещаемости весной 2012-го неоднозначны. Большинство респондентов (54 %) надеются на дополнительный приток зрителей в кинозалы; 22 % считают, что посещаемость останется на прежнем уровне, а 24 % опрошенных предполагают ее возможное уменьшение. В результате показатель бизнес-ожиданий составил 29,6 %, что выше уровня прошлых лет (+21 % в феврале 2011-го, -35 % в 2010-м и -48 % в 2009-м).

Основной причиной оптимизма половины респондентов, как обычно, является репертуар. Любопытно при этом, что в прошлом году кинопоказчики отмечали обилие «оскаровских» картин в прокате как фактор, положительно влияющий на посещаемость вследствие повышенного интереса аудитории к таким фильмам, а сейчас некоторые респонденты сетуют на то, что зрители неохотно идут на такое кино. Четверть опрошенных отметили, что посещаемость кинотеатров весной подвергнется воздействию фактора сезонности. Переживания отдельных кинопоказчиков связаны и с ростом конкуренции.

В итоге индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа зимой 2011–2012 составил:

Business Climate Index = 39,6

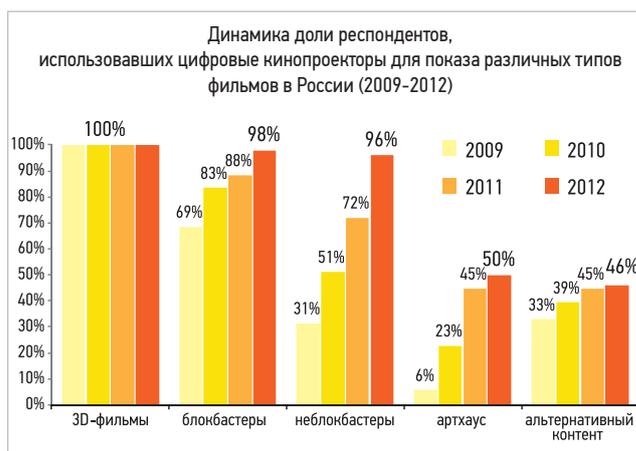
Значение февральского индекса достаточно высоко уже второй год: российские кинопоказчики отмечают, что разница между уровнем посещаемости зимой и весной сглаживается. После достаточно спокойного новогоднего сезона они не ожидают резкого падения посещаемости весной.



Традиционный мониторинг способов использования кинопоказчиками цифрового оборудования зимой 2011–2012 свидетельствует об укреплении позиций цифровой дистрибуции в России. В связи с существенным увеличением доли цифровых копий в прокате впервые число кинотеатров, демонстрирующих в цифровых кинозалах репертуарные фильмы («неблокбастеры»), превысило число показывающих блокбастеры (98 % респондентов против 96 %; в ноябре 2011 года соотношение было 94 % против 100 %). Хотя интенсивность показа блокбастеров, ко-

нечно, выше: постоянно это делают 78 % респондентов (неблокбастеры – лишь 34 %).

Если сравнить средние показатели использования цифровых проекторов за 2009–2012 годы, можно увидеть, что репертуарные фильмы и артхаус сильнее всего укрепили свои позиции на рынке цифрового кинопроката за три года, поскольку доля респондентов, отдающих под такие показы свои цифровые залы, возросла соответственно в три и в девять раз. Тогда как процент тех, кто показывает блокбастеры и альтернативный контент, довольно стабилен (за три года он вырос в 1,4 раза). И если в случае блокбастеров такой низкий рост объясняется тем, что число показывающих их кинотеатров изначально было велико, то медленное распространение альтернативного контента свидетельствует о том, что российские кинопоказчики все еще не готовы рисковать, обращаясь к нетрадиционным форматам репертуарного планирования.



© 2012 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
Полную информацию о динамике индекса
настроения кинопоказчиков читайте на
сайте nevaфильм.рф



STUDIOS

- тонстудии в Санкт-Петербурге и в Москве
- дублирование на русский язык
- сведение и кодирование фонограмм Dolby™



DIGITAL

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



CINEMAS

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



RESEARCH

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



EMOTION

- рок, джаз, классика, оперы в цифровых кинотеатрах
- дистрибуция музыкальных и концертных программ
- организация киноаппаратов в цифровых кинотеатрах

Генеральный директор
Олег Березин

Главный редактор
Ксения Леонтьева

Подготовка материалов
Ксения Леонтьева,
Светлана Мудрова,
Элеонора Кольенен-Иванова

Редактура и корректура текстов
Александр Леонтьев

Верстка
Ирина Буланова

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.nevaфильм.ru www.digitalcinema.ru
«Синемаскоп» зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации ПИ № 2-6782 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.
© 2012, «Синемаскоп», издатель ЗАО «Компания «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат ЗАО «Компания «Невафильм».