



НЕВАФИЛЬМ  
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия  
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая  
лаборатория



CINEMAS

Технологии  
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования  
кинорынка



EMOTION

Креативный  
контент

## КИНОРЫНОК БЕЛОРУССИИ В 2016 ГОДУ ВНОВЬ ВЫРОС

текст: Татьяна Горская,  
Александр Стоев, Ксения Леонтьева

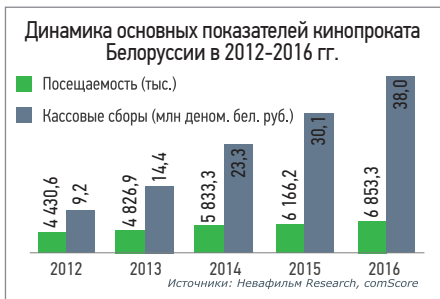
Компания «Невафильм» продолжает исследование кинорынка Республики Беларусь: в прошлом году мы выпустили первый отчет за 2012–2015 годы. В нем раскрывались законодательные основы функционирования кинематографии в республике, история становления белорусского кинорынка, развитие кинопоказа и роль государственного сектора в нем, а также описаны основные черты белорусского кинопроизводства последних лет. Новый отчет отражает изменения, произошедшие на рынке Белоруссии в 2016 году на фоне деноминации национальной валюты в 10 000 раз, падения ее курса относительно рубля и общих сложностей в экономической сфере (снижения ВВП и уровня жизни населения).

### КИНОПРОКАТ

Несмотря на экономические проблемы страны, в 2016 году кинорынок Белоруссии продолжил расти, установив очередной рекорд: по оценке Невафильм Research, в кинотеатры пришли 6,9 млн зрителей, потратив 38 млн белорусских рублей (с учетом деноминации 2016 года)<sup>1</sup>. Как и в России, прошлый год продемонстрировал существенный рост: 11% по числу проданных билетов и 26% по кассовым сборам. Напомним, что самый быстрый рост рынка в Белоруссии отмечался в 2014 году (+21% посещений и +62% сборов) и был вызван открытием первых многозальных частных кинотеатров в Минске. Этот рост замедлился в 2015-м (+6% и +29% соответственно). Новые частные кинозалы

<sup>1</sup> По курсу на 01.11.2017 100 руб. = 3,39 бел. руб.

продолжили открываться, однако при этом в стране закрылось максимальное за время наблюдения число современных площадок, не успевших оцифроваться. В 2016 году рост объемов кинорынка Белоруссии был обусловлен и новыми открытиями, и успехом ряда фильмов.



продолжение на стр. 2

## В РОССИИ ПРОШЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ «ФОРСАЙТ-КИНО»

текст: Олег Березин, Ольга Исакова,  
Павел Кузьмичев

Осенью 2017 года в двух городах – Санкт-Петербурге и Москве – прошла серия стратегических сессий «Форсайт-Кино», целью которых было определение стратегии развития киноиндустрии и всей аудиовизуальной сферы России на период до 2025 года.

Содержанием сессий стало не просто определение трендов, характерных на данный момент для отрасли, но и построение образа желаемого будущего индустрии, к которому всем игрокам хотелось бы прийти, а также определение действий для его достижения.

### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ: НАДВИГАЮЩИЕСЯ ТРЕНДЫ

Первый этап инициативы «Форсайт-Кино» состоялся 18 сентября в Санкт-Петербурге в преддверии «Кино Экспо» при участии свыше 80 человек – представителей частных и государственных киностудий, технологических фирм, крупных международных компаний, продюсеров, режиссеров, сценаристов и прочих экспертов.

На начальном этапе работы была поставлена задача оценить реальное положение дел в индустрии, что необходимо в том числе для выстраивания взаимопонимания и нахождения общего языка между участниками. Следующими задачами стали фиксирование трендов и определение стратегических приоритетов, поскольку только после ясного понимания направления, по которому движется киноиндустрия, должно стать понятнее, как на это реагировать и «что делать?».

Для детального рассмотрения основных тенденций в сфере аудиовизуального контента участники были разделены на три основные группы, дискутируя на темы творчества, технологий и дистрибуции соответственно. После каждого этапа обсуждения участники всех групп собирались в общей аудитории, чтобы поделиться наработками.

Все выявленные тренды впоследствии были сгруппированы по кластерам: генерация контента, потребление контента, пользовательские тренды, продвижение контента, государственное регулирование, глобализация и централизация, внутрикорпоративные тренды.

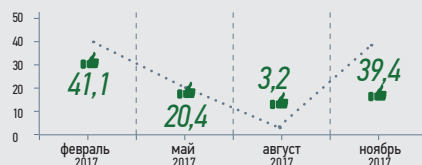
продолжение на стр. 4

### ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



продолжение на стр. 6

### ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



продолжение на стр. 6

### РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 01.11.17



# КИНОРЫНОК БЕЛОРУССИИ В 2016 ГОДУ ВНОВЬ ВЫРОС

Продолжение. Начало на стр. 1

Интересно, что в топ-10 фильмов 2016 года в Белоруссии вошли проекты исключительно голливудских студий, а самый популярный российский фильм-событие «Экипаж» оказался лишь на 13-м месте.

Средняя цена кинобилета в республике в 2016 году достигла уровня 5,55 белорусских рублей. Ее номинальное значение выросло на 14%, однако с учетом инфляции этот рост оказался практически незаметным – всего 2%. На фоне снижения реальных доходов населения на 7% в прошлом году рост цен на билеты пока остается рычагом увеличения объемов рынка, однако прибегать к нему становится все опаснее: белорусский зритель может начать сокращать траты на поход в кино, и уровень кинопотребления в стране может снизиться.



Что касается игроков рынка проката в Белоруссии, то в 2016 году существенных перераспределений пакетов мейджеров не произошло. «Нью Арт Синема» прокатывает фильмы WDSSPR. «Каро Премьер»/«Каропрокат» и «Двадцатый Век Фокс СНГ» работают с кинотеатрами Минска напрямую, а с региональными продолжают сотрудничать

## Топ-10 фильмов в кинопрокате Белоруссии в 2016 году

| №  | Название фильма                           | Дата релиза | Дистрибьютор           | Посещения (тыс.) | Кассовые сборы (тыс. бел. руб.) |
|----|---|-------------|------------------------|------------------|---------------------------------|
| 1  | Тайная жизнь домашних животных            | 18.08.2016  | Интерфильм Дистрибьюшн | 356,2            | 1805,1                          |
| 2  | Зверополис                                | 03.03.2016  | Нью Арт Синема         | 325              | 1682,9                          |
| 3  | Варкрафт                                  | 26.05.2016  | Интерфильм Дистрибьюшн | 282,6            | 1588,4                          |
| 4  | Дэдпул                                    | 11.02.2016  | Двадцатый Век Фокс СНГ | 234,6            | 1224,7                          |
| 5  | Доктор Стрэндж                            | 28.10.2016  | Нью Арт Синема         | 209,1            | 1159,5                          |
| 6  | Отряд самоубийц                           | 04.08.2016  | Каро Премьер           | 200,6            | 1316                            |
| 7  | Фантастические твари и где они обитают    | 17.11.2016  | Каро Премьер           | 187,7            | 1168,2                          |
| 8  | Первый мститель: Противостояние           | 05.05.2016  | Нью Арт Синема         | 172,7            | 992,1                           |
| 9  | Ледниковый период: Столкновение неизбежно | 14.07.2016  | Двадцатый Век Фокс СНГ | 151,7            | 790,6                           |
| 10 | Кунг-фу Панда-3                           | 28.01.2016  | Двадцатый Век Фокс СНГ | 141,5            | 749                             |

Источники: Невафильм Research, comScore

## Топ-5 дистрибьюторов Белоруссии в 2016 году

| № | Дистрибьютор                    | Кол-во фильмов | Кол-во релизов | Посещения (тыс.) | Кассовые сборы (млн бел. руб.) | Доля рынка по числу посещений |
|---|---------------------------------|----------------|----------------|------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1 | Нью Арт Синема                  | 32             | 30             | 2008,0           | 10,4                           | 29%                           |
| 2 | Каро Премьер/Каропрокат         | 29             | 29             | 1403,5           | 9,2                            | 20%                           |
| 3 | Двадцатый Век Фокс СНГ          | 27             | 24             | 1194,1           | 6,4                            | 17%                           |
| 4 | Интерфильм Дистрибьюшн Беларусь | 40             | 38             | 1099,6           | 5,7                            | 16%                           |
| 5 | БелИнФильм                      | 23             | 23             | 585,6            | 3,2                            | 9%                            |

Источники: Невафильм Research, comScore

через посредников. С начала 2016 года пакетом фильмов «Централ Партнершип» занимается «БелИнФильм». А в активе «Интерфильм Дистрибьюшн Беларусь» остался пакет UPI.

## КИНОПОКАЗ

На данный момент лидирующую позицию в качестве оператора сетей

традиционно занимает УП «Киноvideопрокат» Мингорисполкома. Управляющее предприятие владеет всеми государственными залами Минска. Среди пяти крупнейших сетей есть и один частный оператор – «Silver Screen Cinemas»: у этого кинопоказчика три современных миниплекса в торгово-развлекательных центрах столицы Белоруссии.

### Концерт Ханса Циммера выйдет в кинотеатрах России и СНГ

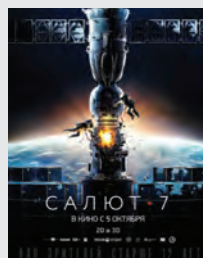


НЕВАФИЛЬМ EMOTION в конце декабря 2017 года выпустит на большие экраны зрелищное шоу Ханса Циммера «Live in Prague». Концерт был снят в рамках европейского тура композитора на стадионе «O2 Arena» в столице Чехии. Слаженный коллектив профессиональных музыкантов во главе с маэстро сыграли перед многотысячной публикой

знаменитые мелодии из фильмов «Гладиатор», «Темный рыцарь», «Король Лев», «Начало», «Интерстеллар», «Пираты Карибского моря», «Код Да Винчи». Световое решение и визуальные спецэффекты концерта не уступают в зрелищности упомянутым голливудским блокбастерам. Шоу «Live in Prague» выйдет в формате Dolby Atmos и с разрешением 4K.

### НЕВАФИЛЬМ STUDIOS развивает доступную среду

Компания «Невафильм» подготовила тифлокомментарии для двух российских фильмов – «Хармс» и «Салют-7». В последнее время тифлокомментирование



и доступность кинотеатров для инвалидов вышла на новый уровень. Особенно это стало актуально с принятием нового законопроекта, который обязывает кинопоказчиков обеспечить доступную среду для инвалидов с 1 января 2018 года.

### Новые залы НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

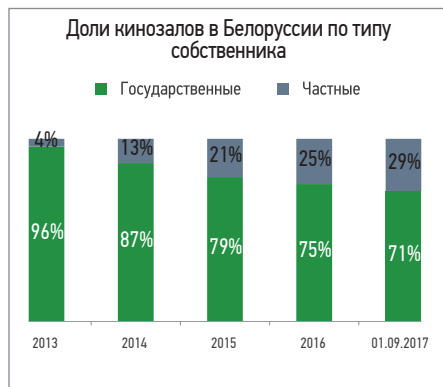
Осенью текущего года специалисты НЕВАФИЛЬМ CINEMAS продолжили сотрудничество с кинотеатрами, профинансированными Фондом кино, а также с крупными киносетями. В Москве начал работу «КАРО 13 Кунцево», в Самаре – «Мягкий кинотеатр» (сеть «Мегаполис»), а в уже действующем тюменском «Киномаксе» был оборудован зал Dolby Atmos.

Всего в стране на 01.11.2017 отделом НЕВАФИЛЬМ CINEMAS было оснащено 1075 кинозалов в России, или 23,3% всех коммерческих экранов страны.

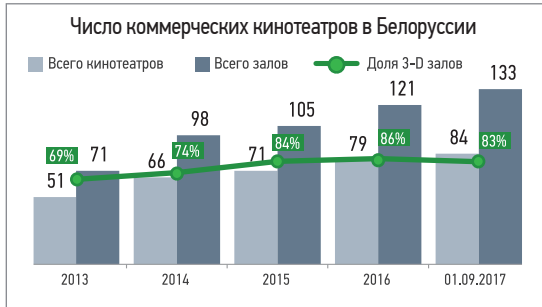
Крупнейшие операторы сетей Белоруссии

| Оператор                             | 01.09.2017        |             |                           | 01.01.2017        |             |                           |
|--------------------------------------|-------------------|-------------|---------------------------|-------------------|-------------|---------------------------|
|                                      | Число кинотеатров | Число залов | Доля рынка по числу залов | Число кинотеатров | Число залов | Доля рынка по числу залов |
| УП «Киноvideопрокат» Мингорисполкома | 13                | 22          | 17%                       | 13                | 22          | 18%                       |
| КУП «Миноблкиновидеопрокат»          | 17                | 20          | 15%                       | 15                | 18          | 15%                       |
| Silver Screen Cinemas                | 3                 | 20          | 15%                       | 2                 | 13          | 11%                       |
| КУП «Гомелькиновидеопрокат»          | 11                | 11          | 8%                        | 10                | 10          | 8%                        |
| КУП «Брестоблкиновидеопрокат»        | 7                 | 9           | 7%                        | 6                 | 8           | 7%                        |
| Итого у этих операторов              | 51                | 82          | 62%                       | 46                | 71          | 59%                       |
| Всего в РБ                           | 84                | 133         | 100%                      | 79                | 121         | 100%                      |

Несмотря на то что на кинорынке высоко развит государственный сектор, частные кинотеатры ежегодно наращивают свой сегмент. Так, если в 2013 году их доля занимала всего 4% по числу залов, то к началу осени 2017-го она выросла до 29%. Большая часть (67%) коммерческих площадок расположена в Минске. Помимо столицы подобные кинопоказчики есть в Могилеве, Орше и Барановичах.

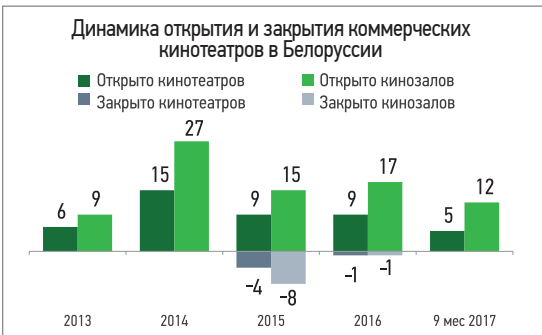


В целом в Белоруссии насчитывается 133 зала в 84 кинотеатрах на начало осени 2017-го; 83% залов оснащены 3D-оборудованием. За 2016 год на рынке отмечен рост в 15,3% по числу залов. Можно сказать, что кризисное замедление 2015-го (тогда рост составил всего 7%), особенно заметное на фоне активного роста за 2014 год (58%), осталось позади.



На 2015 год пришлось и наибольшее число закрытий за пятилетний период, тогда как в 2016-м прекратил работу всего один однозальный; а за девятимесячный период текущего года ни один кинотеатр или зал не закрылись.

К началу осени 2017 года плотность экранов в белорусских городах с кинотеатрами составила всего 2,1 на 100 тысяч человек. Для сравнения: в Казахстане этот показатель 3,8; в России – 4,8.



С развитием частного сектора повышается качество и разнообразие киноуслуг. Так, если в 2014–2015 годах было всего 2 VIP-зала, то сейчас их уже 11. Увеличивается число и киноаттракционных форматов: в 2016 году впервые появился зал с креслами D-Box, а в августе 2017-го начал работу первый (и пока единственный) зал в PLF-формате – VOKA в «Velcom cinema». Его отличительными особенностями являются большой экран, звук Dolby Atmos и сдвоенный проектор с разрешением 4K. Напомним, что самым популярным форматом PLF в мире является IMAX, которого в Белоруссии все еще нет.

В целом кинотеатральный рынок Белоруссии еще достаточно слабо развит. Пока что обеспеченность населения кинозалами крайне мала, особенно в регионах, однако в столице ситуация немного лучше. В республике появляются современные кинотеатры, которые стараются привнести новые форматы кинопоказа и VIP-сервис, а также растет число экранов на кинотеатр. И если раньше частные

площадки в силу разных причин не могли ужиться на рынке и им приходилось закрываться, то сейчас они смело развивают свою деятельность, заходя в новые торговые центры. С точки зрения кинопоказа в Белоруссии точками роста в ближайшем будущем должны стать регионы и в особенности крупные областные центры, которые последуют примеру Минска и начнут развивать киноаттракционный, современный, комфортабельный кинопоказ.

Подробнее о развитии белорусского кинорынка в 2016 году читайте в новом отчете Невафильм Research, доступном как в рамках подписки Premium Research, так и в качестве отдельной покупки; подробности по имейлу [research@nevafilm.ru](mailto:research@nevafilm.ru) или по телефону (812) 449-70-70, доб. 240.

© 2017, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Группа «Мумий Тролля» устроит в кино «Vladivostok Vacation»



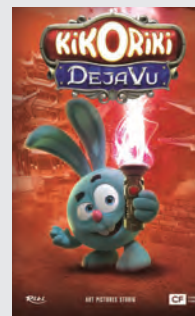
В феврале 2018 года НЕВАФИЛЬМ EMOTION покажет в кинотеатрах музыкальный фильм «Vladivostok Vacation». Идея документальной ленты принадлежит российской рок-группе «Мумий Тролля». По сюжету музыканты отправляются в морское путешествие

из порта Владивостока на парусном корабле в поисках мировой славы. «Vladivostok Vacation» — это хулиганский проект лидеров российской эстрады начала 2000-х, который привлечет не только поклонников «Мумий Тролля», но и многих любителей отечественной песни вообще.

«Смешарики. Дежавю» – англоязычная копия для AFM

В Санкт-Петербургской студии «Невафильм» была создана англоязычная версия новой части франшизы «Смешарики.

Дежавю» – специально для демонстрации на American Film Market-2017, проходившем в Санта-Монике в начале ноября. Трейлер данной версии анимационного проекта, получившей название «Kikoriki: Deja Vu», уже доступен на официальном YouTube-канале международного дистрибьютора «Odin's Eye Entertainment».



## В РОССИИ ПРОШЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ «ФОРСАЙТ-КИНО»

Продолжение. Начало на стр. 1

### «БУРНЫЙ РОСТ КОЛИЧЕСТВА КОНТЕНТА И УДЕШЕВЛЕНИЕ ЕГО ПРОИЗВОДСТВА – ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ СЕГОДНЯ.»

В сфере генерации контента было отмечено увеличение его объема, снижение стоимости входа на рынок, исчезновение грани между профессиональным и любительским контентом, его фрагментация под влиянием растущего числа целевых аудиторий и др.

В сфере потребления была обозначена сегментация публики, снижение аудитории линейного ТВ, увеличение онлайн-запросов и просмотра с мобильных устройств, тяга к сериалам и франшизам. Также выявлен рост количества аудиовизуального контента на человека, уникальных профилей потребления и увеличение реалистичного, жизненного, взрослого содержания фильмов.

Ключевые тренды в прочих сферах – рост скорости распространения контента, развитие альтернативного проката, увеличение государственного протекционизма и количества регуляторных инициатив профильных министерств, укрупнение игроков кинорынка и рост монополизации, снижение влияния международных границ и обострение дефицита кадров.

Исходя из основных тенденций и угроз, определенных участниками, были предложены стратегические направления развития: технологическое партнерство и интеграция, самоорганизация сообщества и платформенные решения.

Участники обозначили первые проекты, которые могут быть реализованы уже сейчас. Одной из интересных инициатив в области кинотеатрального проката стало предложение создать кинотеатр нового типа. Такой кинотеатр выступит в роли генератора человеческого трафика и станет работать по модели «лоукост» – по аналогии с низкобюджетными авиакомпаниями. Кинотеатр нового типа мог бы установить низкие цены на билет или вообще работать бесплатно (доход поступает за счет нативной рекламы – с ориентацией на местного производителя). Дополнительное удешевление услуг кинотеатра может происходить за счет работы с локальными сообществами по интересам (фан-базой), которые будут гораздо лояльнее обычных зрителей и смогут сами генерировать любительский контент, подстраивая кинотеатр под себя.

Второй, тесно связанный с кинотеатром нового типа шаг, – создание открытой виртуальной киностудии, под которой подразумевается некая онлайн-платформа для реализации медиапроектов, где можно набрать команду специалистов, привлечь ресурсы (в том числе через краудфандинг), найти партнеров (нетворкинг) и получить обратную связь (посредством предпоказов и за счет фокус-групп). Такая платформа



обеспечит скорость и качество производства контента, а также будет способствовать саморегуляции.

Были перечислены и другие, не менее интересные форматы работы. Для их реализации планируется создание рабочих групп. Дополнительно требуется активное взаимодействие с высокотехнологичными компаниями для создания нового типа контента. Также необходима связь с генераторами альтернативного и любительского аудиовизуального контента.

### ОНЛАЙН-ОПРОС: ЖЕЛАТЕЛЬНОСТЬ И ВЕРОЯТНОСТЬ СЦЕНАРИЕВ

Со 2-го по 9 ноября аналитики компании «Невафильм» в рамках онлайн-этапа проекта «Форсайт-Кино» провели опрос среди экспертов и работников киноиндустрии. В нем также приняли участие студенты ВГИКа и СПбГИКиТа. В анкету вошли 24 тезиса, которые смогли оценить 104 человека; из них 56% – работники аудиовизуальной сферы, 18% – эксперты в вопросах аудиовизуальной сферы, и еще 15% – студенты перечисленных выше вузов.

### «ПОЛНОЦЕННО РАБОТАЮЩИЕ ГИЛЬДИИ И ПРОФСОЮЗЫ ДЛЯ ВСЕХ ИГРОКОВ РЫНКА – ВОТ ГЛАВНАЯ ПОТРЕБНОСТЬ ИНДУСТРИИ СЕГОДНЯ.»

Участников просили обозначить желательность и вероятность сценариев развития отрасли, сформулированных по итогам первой сессии и последовавшего за этим онлайн-обсуждения. Главной потребностью стало появление ассоциаций, гильдий и профсоюзов, поскольку эти организации помогали бы улаживать разногласия среди всех игроков в процессе цивилизованного диалога. Несмотря на то что желательность этого оценивается на 4,4 балла по шкале от 1 до 5, подобная вероятность выражена значительно пессимистичней – всего на 3 балла.

Второй самой желательной ситуацией была признана «прозрачность» границ в глобальном мире: возможность для российских фильмов полноценно присутствовать на мировом рынке, а для зарубежных – беспрепятственно выходить в российский прокат. Однако участники не слишком высоко оценили вероятность возникновения подобной ситуации в России – всего на 2,6 балла.

Третьей самой желательной ситуацией стал бы приезд кинопроизводителей со всего мира в нашу страну. Их привлекала

бы развитая инфраструктура для съемок, всевозможные фискальные (налоговые) стимулы и т. д. Но вероятность этого оценивается респондентами как самая низкая среди всех предложенных – всего на 1,9 балла, то есть фактически на «двойку». Среди прочих желательных ситуаций опрошенные называли налаживание эффективной коммуникации между столицами и регионами, а также развитие системы льготных займов. Однако все эти проекты оцениваются как маловероятные.

### «МНОГИМ САМЫМ ЖЕЛАТЕЛЬНЫМ ЧАЯНЬЯМ НЕ СУЖДЕНО СБЫТЬСЯ В СКОРОМ ВРЕМЕНИ, СЧИТАЮТ УЧАСТНИКИ ОПРОСА.»

Среди самых нежелательных ситуаций – рост объема производимого контента, его сегментация и потребление через онлайн с мобильных устройств. Впрочем, респонденты адекватно оценивают реальность и называют этот сценарий самым вероятным среди всех предложенных. Помимо этого заполнившие анкету скептически относятся к идее создания единого межотраслевого госоргана, что говорит об определенной степени недоверия к власти, осуществляющей сегодня свою деятельность в аудиовизуальной сфере.



Интересно проанализировать ответы различных типов респондентов. Так, студенты настроены гораздо оптимистичнее других, верят в новые технологии и способны наладить эффективную коммуникацию для самоорганизации. Они больше всех жаждут реформы образования (но меньше верят в ее осуществление) и чаще других отмечают желательность справедливого назначения возрастных рейтингов. В то же время работники аудиовизуальной сферы – самая пессимистично настроенная группа.

### МОСКВА: НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

11 ноября в московском коворкинг-центре «Точка кипения» Агентства стратегических инициатив завершилась вторая сессия, целью которой также стало формулирование единой стратегии развития аудиовизуальной сферы России до 2025 года. Основная задача нового этапа – более полное раскрытие практической составляющей «дорожной карты» развития индустрии, направление векторов роста отрасли, поиск новых проектов и решений.

Прежде всего эксперты проанализировали типы зрителей, для того чтобы оценить их запросы в аудиовизуальной сфере и описать влияние каждой конкретной аудитории на способы генерации и потребления контента. Помимо этого была определена возможность отдельных групп серьезно влиять на существующие тренды. Потребитель нового типа активно генерирует полупрофессиональный (любительский) контент и непрерывно транслирует свои идеи и ценности.



**«ВАЖНОСТЬ РЕФОРМ  
В ОБРАЗОВАНИИ ОБСУЖДАЛИ  
НА ВСЕХ ФОРСАЙТ-СЕССИЯХ.»**

После этого эксперты предложили конкретные шаги, реализация которых позволит российской киноиндустрии эффективно отвечать на вызовы современности. Проекты по реформе образования заняли львиную долю времени в ходе обсуждений. Именно обновление учебных программ в профильных учреждениях откроет дорогу для подготовки профессионалов киноиндустрии высшего класса. Сегодняшний процесс создания аудиовизуального контента становится все сложнее и технологичнее. Закостенелые методы обучения в этой сфере должны уступить дорогу гибким и часто обновляемым программам, основанным на постоянной коммуникации между образовательными учреждениями и заказчиком (бизнесом). Именно человеческий капитал является ключом ко многим индустриям

XI века, и кино – не исключение, в связи с чем эксперты выразили мнение, что важным стимулом для развития компетентности в аудиовизуальной сфере может стать включение ряда творческих профессий (монтажеров, звукорежиссеров и т. д.) в программы соревнований «WorldSkills».

Другой важный вектор развития напрямую следует из предыдущего: помимо поощрения человека нужно инвестировать в новые научные разработки и постоянно обновлять технопарк. Тут надо отметить растущую цифровизацию создания контента. Очень скоро возникнут фильмы-медиашаблоны, подстраивающиеся под каждого конкретного зрителя. Полным ходом идет создание крупных платформ, собирающих контент от любых правообладателей для онлайн-распространения по сети дистрибьюторов. Технологии виртуальной реальности и автоматизация лицензирования и защиты контента на основе новейших разработок (например, блокчейн) уже входят в нашу жизнь. Возникает потребность в стимулировании всех новшеств, которые упрощают, автоматизируют, агрегируют, анализируют растущий поток данных: кто, как и где создал контент плюс кем и как именно он был востребован. Растет запрос и на обновление материально-технической базы, на создание условий для того, чтобы люди могли объединяться, договариваться и создавать контент: пространства для коворкинга, всевозможные стартап-инкубаторы и акселераторы, центры коллективного пользования и т. п., которые значительно улучшат связь между участниками индустрии и повысят качество создаваемого контента.

Наконец, эксперты отметили важность еще некоторых аспектов. В частности, необходимо отойти от традиционной модели господдержки, так как бизнес-потери не без труда, но самоорганизуются, и в будущем киноиндустрия будет получать финансирование от большего числа участников: инвесторы, краудфайдинг и т. д.

Также была отмечена необходимость развития существующих преимуществ России на глобальном рынке. Мультикультурность нашего общества и широкая география с ростом независимого регионального кинопроизводства помогут раскрыть многообразие отечественных традиций, показать всю полноту и плюралистичность взглядов.

**ИТОГ**

16 ноября 2017 года в рамках VI Санкт-Петербургского международного культурного форума прошла презентация результатов двух стратегических сессий «Форсайт-Кино». Их итоги были подведены генеральным директором компании «Невафильм» Олегом Березиным: «Какое будущее мы смоделируем, в таком и будем жить». Он призвал выстраивать индустрию самим, самоорганизовываться, действовать и шагать вперед.

**«ПРЕДЛОЖИТЕ СВОЙ ПРОЕКТ НА  
[HTTP://WWW.KINO2025.RU/»](http://www.kino2025.ru/)**

Важно понимать, что новая эпоха киноиндустрии – это не просто производство традиционной продукции новыми способами. Это новая экосистема, где контент создается не только для различных групп потребителей, но зачастую и вместе с ними, с учетом их интересов и предпочтений. Организация экосистемы происходит по горизонтальному принципу: важнейшие взаимодействия зависят не от управленческих процессов, а от широты и глубины саморегулирования, которое осуществляется на принципах открытости и партнерства. Мгновенная и эффективная коммуникация – главный ключ к успеху нашей индустрии, и ключ этот доступен уже сейчас. Налаживать данную коммуникацию и выстраивать единую «дорожную карту» совместных действий можно и нужно как можно скорее. Процесс ее формирования уже начался. Вы можете помочь построить наше общее будущее, предложив свой проект на <http://www.kino2025.ru/>.

© 2017, «НЕВАФИЛЬМ»

**Премьера «Матильды»  
прошла в театре**

23 октября 2017 года в Мариинском театре Санкт-Петербурга состоялась премьера фильма Алексея Учителя «Матильда» – об отношениях Николая II и балерины Матильды Кшесинской. Техническая возможность показа картины была обеспечена сотрудниками НЕВАФИЛЬМ CINEMAS. Компания постоянно сотрудничает с Мариинским театром и другими площадками, поставляя оборудование (в сопровождении специалистов) и обеспечивая высокое качество показа в неспециализированных кинозалах.

**Олег Березин на МИФ  
«Almaty Invest 2017»**

Генеральный директор компании «Невафильм» Олег Березин принял участие в Международном инвестиционном форуме «Almaty Invest 2017», проходившем 5 октября в столице Казахстана и собравшем на своей площадке авторитетных политиков, бизнес-лидеров, руководителей инвестиционных корпораций и финансовых экспертов из 28 стран мира.

В рамках работы Форума вопрос кинематографии был поднят впервые. Олег Станиславович представил статистику по кинорынку Казахстана, изучением которого занимается исследовательский



отдел компании «Невафильм», рассказал о потенциале роста в данном сегменте. Также были рассмотрены инвестиционные возможности и перспективы развития Алма-Аты как центра киноиндустрии Казахстана в условиях наступления четвертой промышленной революции.

## НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ОСЕНЬ 2017-ГО

текст: *Ксения Леонтьева,  
Татьяна Горская,  
при участии Артема Седова*

Осенью 2017 года в измерении индекса настроений приняли участие 49 респондентов: 9 крупнейших киносетей, 23 малых кинопоказчика (имеющих менее 30 залов) и 17 компаний, чьи залы были открыты при поддержке Фонда кино. С точки зрения однородности 24 респондента, не получавших субсидии, управляют собственными площадками и 8 имеют кинотеатры на репертуарном планировании, то есть являются неоднородными.

### ИНДЕКСЫ НАСТРОЕНИЯ И ПОСЕЩАЕМОСТИ НА ЗАЛ

Относительно осенней посещаемости мнения респондентов разделились практически поровну. 45% отметили, что ее уровень был удовлетворительным, а 41% – хорошим. Только 14% пожаловались на малый поток зрителей. В итоге показатель бизнес-ситуации составил 26,5% – последний раз так высоко он поднимался в 2011 году. Вероятнее всего, на столь позитивные оценки в этом году повлиял мощный октябрь, когда вышел «Последний богатырь» (его неожиданный успех кинопоказчики сравнивают с новогодней неделей).

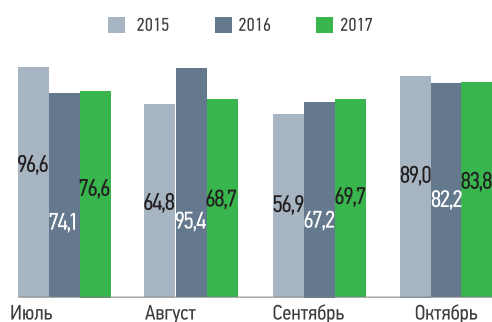
В ожидании зимы респонденты настроены позитивно: 63% из них уверены, что посещаемость вырастет, 27% не ждут каких-либо изменений – и только 10% утверждают, что число зрителей уменьшится.

Таким образом, индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа осенью 2017-го оказался наилучшим с 2014 года:

**Business Climate Index = 39,4**

Высокая оценка текущей ситуации коррелирует с индексом ежедневной посещаемости на зал в лучших киносетях (RBEI): в целом октябрь и сентябрь оказались по показателям чуть выше уровня 2015 года, и только август не смог достичь прошлогодних значений.

Динамика осеннего индекса кинопосещаемости на один зал в день в лучших киносетях России



### ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

По нашему мнению, суммарные кассовые сборы на российском рынке растут не из-за количественного расширения киносети, а благодаря рекордам конкретных фильмов, как правило, четко нацеленных на определенную аудиторию (пример семейного «Последнего богатыря» один из самых ярких в этом году). Поэтому мы решили узнать у кинопоказчиков мнение об их целевой аудитории и о взаимодействии с ней.

### ЗРИТЕЛЬ ОБЗАВЕЛСЯ СЕМЬЕЙ

Согласно опросу кинозрителей, который мы провели в конце 2016 года, за последние 6 лет российская кинопублика стала взрослее, в кино приходит все больше семей с детьми и все меньше подростков (средний возраст зрителя составил 29 лет). С этим согласились и наши респонденты: 59% из них отметили, что к ним стало больше приходить семейной публики с детьми. Треть не наблюдает никаких изменений. В то же время по 14% кинопоказчиков отметили увеличение как числа подростков/молодежи без детей, так и возрастной аудитории в своих залах. Среди прочего респонденты отмечали зависимость публики от местоположения кинотеатра и выходящих в прокат фильмов.

### МОЛОДЕЖЬ ОСТАЕТСЯ ГЛАВНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИЕЙ

Мы разбили кинотеатры на группы – в зависимости от того, какая у них основная аудитория. В своих ответах респонденты проранжировали разные типы посетителей в том порядке, который они считают для себя принципиально важным. Получилось 6 малых групп, объединенных по первым двум приоритетным типам аудитории. Впоследствии эти группы составили два кластера по возрастному признаку: *молодежные* кинотеатры и кинотеатры, привлекающие *взрослую аудиторию*, а также пересекающийся с возрастными группами *семейный* кластер.



Таким образом, в залах 78% респондентов преобладает молодежь, и лишь 22% привлекают в первую очередь взрослую публику. Причем среди субсидированных кинотеатров доля интересных взрослой аудитории площадок заметно выше: 27% респондентов против 19% у остальных показчиков. С точки зрения работы с семьями ей отдают предпочтение 74% принявших участие в осеннем опросе.

### УСЛУГИ ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Мы предложили респондентам выбрать из нескольких видов услуг, нацеленных на ту или иную аудиторию, чтобы понять, что сегодня чаще всего показчики предлагают своим зрителям и насколько это предложение соотносится с основной публикой, посещающей кинозалы.

Наименьший набор услуг сегодня призван привлечь взрослую аудиторию: мы предложили всего два варианта – залы повышенной комфортности и меню здоровой пищи. Оба они оказались популярны среди трети респондентов.

Семейная публика может быть заинтересована набором из пяти предложенных нами вариантов обслуживания. Самыми популярными из них стали комбонаборы для детей в кинобаре и детские конкурсы. Детская комната имеется у 18% кинопоказчиков, а специальные детские кинозалы – только у 14%.

Распространенность услуг для различной целевой аудитории в кинотеатрах респондентов



Наконец, наиболее широкий спектр услуг может быть предложен в кинотеатрах для молодой публики. Среди них самыми распространенными сегодня являются «кинооткрытки» и тематические молодежные вечеринки; на третьем месте – места для влюбленных.



Примечательно, что 10% респондентов не оказывают зрителям ни одной из перечисленных услуг; почти все они – работники киноплощадок, субсидированных Фондом кино. В целом же наиболее широкий спектр услуг предоставляют крупные киносети.

Что касается соответствия ассортимента предлагаемых кинотеатром услуг и целевой аудитории, то пока они не слишком совпадают. Ближе всего усилия кинопоказчиков и их представления о целевой аудитории в случае кинотеатров, ориентированных на молодежь. В отношении кинотеатров, ориентированных на семьи с детьми, наблюдается незначительный перевес среднего числа услуг для семейной публики – по сравнению с другими кинопоказчиками. Это свидетельствует о том, что российские кинотеатры сегодня слабо диверсифицированы: большинство из них ориентируется на широкую публику, отдавая предпочтение молодежи и семьям с детьми.

**РЕПЕРТУАР ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

Исследуя репертуар наших респондентов, мы отобрали 27 фильмов этой осени (вышедших в прокат с 3 августа по 26 октября) и спросили о том, какие из них демонстрировали показчики. Картины были отобраны таким образом, чтобы покрыть три типа целевой аудитории (молодежь, взрослых и семьи с детьми), а также иметь различный диапазон релиза (от самого широкого до ограниченного).

Прежде всего, мы обратили внимание на то, как распределяются фильмы с различной шириной выпуска по кинотеатрам различных типов сетей. Как и следовало ожидать, крупнейшие киносети показывали большинство картин из предложенного нами списка. С уменьшением размера компании сокращается и диапазон ее афиши, вплоть до субсидированных кинотеатров, которые этой осенью показывали в среднем 65% фильмов широкого проката. При этом нам не удалось выявить площадок, которые бы специализировались на альтернативном репертуаре.

Что касается целевой аудитории кинопоказчиков и формируемого ими репертуара, то здесь мы обнаружили дисбаланс между предложением фильмов со стороны кинотеатров и целевой аудиторией этих площадок. Так, в молодежных кинотеатрах этой осенью было представлено в среднем 66% картин для юношества и 50% фильмов для взрослых из нашего списка, тогда как на площадках, где в число доминирующей аудитории входит зрелая публика, молодежных лент было в среднем 68%, а взрослых – 47%. Аналогичным образом в кинотеатрах, куда предпочитают ходить с детьми, семейный репертуар нашего списка представлен на 59%, а в остальных – на 63%. Но в целом существенной разницы в предложении фильмов в зависимости от целевой аудитории тех или иных кинотеатров мы не обнаружили.

Таким образом, репертуарное планирование в российских кинотеатрах сегодня является стандартизованным и мало соотносится с основной целевой аудиторией площадок, которую отмечают сами кинопоказчики.

В целом настроение осеннего киносезона 2017 года оказалось лучшим с 2014-го, чему способствовали необычайно удачные осенние каникулы и высокие ожидания относительно грядущей зимы. Хотя объективные показатели посещаемости на один зал свидетельствуют о том, что сентябрь и октябрь оказались сходными с 2016 годом, а август – значительно хуже прошлогоднего.

Кинопоказчики отмечают, что в кинозалах в последнее время приходит все больше семейной публики, на которую они в основном и ориентируются (это костяк аудитории у 74% опрошенных), наряду с молодежью (она остается зрительским ядром у 78% респондентов). Реже всего главным зрителем кинотеатров являются взрослые посетители, чаще всего это относится к площадкам, субсидированным Фондом кино.

Понимание своей целевой аудитории – залог успешной работы кинотеатра. Однако пока мы не отмечаем четко выраженного позиционирования площадок на рынке: оно слабо заметно в отношении предлагаемых кинотеатром услуг, тогда как репертуарное планирование ведется преимущественно по стандартному образцу и зачастую не зная на свою публику.

© 2017, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH  
Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте [nevafilm.ru](http://nevafilm.ru)

Ежемесячные данные о динамике RBEI доступны при подписке на «Cinema Market»

**Сеть европейских исследовательских киноагентств EFARN в 15-й раз провела свое заседание**



Для компании «Невафильм» это уже восьмое участие подряд. На сей раз встреча прошла в Берлине в здании немецкой «Kinematek»; принимающая сторона – FFA (Федеральный немецкий фонд поддержки кино).

Ведущий аналитик НЕВАФИЛЬМ RESEARCH Ксения Леонтьева рассказала

коллегам о новом российском законопроекте (пока еще не вступившем в силу), предполагающем введение обязательного неналогового платежа за выпуск фильмов в российский кинопрокат (так называемый «закон о 5 миллионах»), а также анализ вероятных последствий, проведенный специалистами компании.

Статья об этом опубликована на сайте [nevafilm.ru](http://nevafilm.ru).

**«Киноиндустрия 4.0» не за горами**

20 сентября 2017 года в рамках работы университета «Кино Экспо-2017» в Санкт-Петербурге генеральный директор компании «Невафильм», директор «Высшей школы киноинженеров» и председатель российской секции SMPTE Олег Березин представил специальный доклад «Киноиндустрия 4.0. Цифровые кинофабрики, или Прогнозирование за гранью



понимания», посвященный развитию киноиндустрии и всей аудиовизуальной сферы в парадигме наступающей (четвертой) промышленной революции.

29 сентября этот доклад (в формате короткого метра) был обнародован на IV Международной научно-практической конференции «Инновационные технологии в кинематографе и образовании», проходившей во Всероссийском государственном институте кинематографии имени С. А. Герасимова.

Видеозапись доклада можно посмотреть на официальном канале компании - <https://www.youtube.com/nevafilm>.

# ОТКРЫТА ПОДПИСКА НА 2018 ГОД

Пакет Premium Research включает в себя:

## 6 ТЕМАТИЧЕСКИХ ОТЧЕТОВ

### CINEMA MARKET

ежемесячная  
статистика  
кинорынка  
России

◦ кинорынок России  
в 2017 году

◦ прогнозы его развития до 2022-го  
(составление весной  
и обновление осенью)

◦ кинорынок Казахстана в 2017 году  
(с прогнозами до 2020-го)

◦ кинорынок Белоруссии в 2017 году  
(с прогнозами до 2020-го)

◦ рейтинг городов России: оценка  
перспектив для новых кинотеатров

◦ залог успеха фильмов  
в российском кинопрокате

### АНАЛИТИЧЕСКИЕ СПРАВКИ

на основе базы  
данных кинотеатров  
Невафильм  
Research

Стоимость подписки  
на пакет Premium Research  
210 000 РУБ. + НДС  
[research@nevafilm.ru](mailto:research@nevafilm.ru)  
(812) 449 70 70 доб. 240



#### STUDIOS

- тундрии в Санкт-Петербурге и в Москве
- дублирование на русский язык
- сведение и кодирование фонограмм Dolby Atmos и Auro 3D



#### 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 киноакций в цифровых кинотеатрах

Генеральный директор  
Олег Березин

Главный редактор  
Ксения Леонтьева

Подготовка материалов  
Татьяна Горская, Павел Кузьмичев,  
Ксения Леонтьева, Александр Стоев,  
Эллина Саттарова, Артем Седов

Редактура и корректура текстов  
Александр Леонтьев  
Верстка  
Ирина Буланова