



НЕВАФИЛЬМ
NEVAFILM



STUDIOS

Тонстудия
Post-production



DIGITAL

Киноцифровая
лаборатория



CINEMAS

Технологии
для кинотеатров



RESEARCH

Исследования
кинорынка



EMOTION

Креативный
контент



КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ НА ОБОЧИНЕ

Текст: **Ксения Леонтьева, Олег Березин**
(при участии **Алексея Киселева, Марии Петровой, Анны Пеуновой**)

3 августа 2018 года президент подписал Федеральный закон № 335-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации»», который законодательно вводит понятие «кинофестиваля» и фактически перечеркивает возможности проката так называемого креативного контента в России. В последнее время он бурно развивался, в том числе и благодаря возможности показа фильмов без прокатного удостоверения в рамках фестивалей, условия проведения которых не требовали

обязательного наличия конкурсной программы, жюри, призов, а главное – внесения в список фестивалей, утверждаемый Министерством культуры.

О губительном воздействии нового закона на сегмент рынка, пусть и небольшой (кассовые сборы креативного контента во всем мире, по данным Event Cinema Association, составляют около 1%), но очень важный с культурной точки зрения, существует немало статей, мнений – и есть даже коллективное письмо президенту РФ. Тем не менее мы бы хотели продемонстрировать масштаб того, что мы можем потерять уже в грядущем ноябре, – цифры нагляднее экспрессивных высказываний и субъективных суждений.

МАШТАБЫ СОБЫТИЙНОГО ПОКАЗА

Итак, определим для начала, что является креативным контентом. Это трансляции в кино театральных постановок и концертов, документальные фильмы, научно-популярные и образовательные картины, короткометражные фильмы, показы премьерных эпизодов телесериалов, ретроспективы, тематические фестивали. Количество подобных показов с каждым годом растет: по итогам 2017-го мы насчитали 327 программ в прокате, включая 217 впервые вышедших на экраны. В кинопрограммы были объединены, к примеру, короткометражные мультфильмы для детей, выходящие под марками «Мульт в кино», «Кинодетство»; репертуары российских театров в трансляции «Театральной России»;

продолжение на стр. 2



ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОТЕАТРОВ. ИТОГИ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2018-ГО

Текст: **Ксения Леонтьева, Павел Кузьмичев**

РЫНОК КИНОПОКАЗА

По данным на 1 июля 2018 года, в России насчитывается 4774 коммерческих кинозала в 1595 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 3). Впервые мы наблюдаем снижение числа залов и кинотеатров в стране с начала года.

За первое полугодие 2018-го в стране было открыто 60 кинотеатров и 120 залов; закрыто – 61 и 142 соответственно.



продолжение на стр. 4



КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РОССИЙСКОГО КИНО: НОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ EAO

Текст: **Ксения Леонтьева**



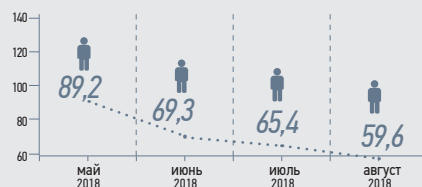
В 2018 году Невафильм Research провела очередное исследование российского кинорынка по заказу Европейской аудиовизуальной обсерватории. На этот раз в фокусе нашего внимания оказались

комплексное развитие отечественной киноиндустрии в 2013–2017 годах. В ходе исследования были проанализированы данные о состоянии кинопроизводства, проката и показа, а также рассмотрены происходившие и планирующиеся изменения в законодательстве. По итогам анализа были составлены SWOT-матрицы подотраслей кинематографии и PEST-матрица условий внешней среды, на основе которых были выявлены ключевые тренды российского кино.

продолжение на стр. 6



ИНДЕКС ПОСЕЩАЕМОСТИ В ЛУЧШИХ КИНОСЕТЯХ РОССИИ



продолжение на стр. 8

ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА



продолжение на стр. 8

РОССИЙСКИЕ КИНОТЕАТРЫ на 01.09.18



КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ НА ОБОЧИНЕ

Продолжение. Начало на стр. 1

тематические и национальные фестивали, такие как «RIFF», «Бритфест», «Амфест», «360 фестиваль», «Артдокфест»; фестивали немецкого, японского, датского, австрийского, венгерского, финского, французского, австралийского кино; «Creative Visions: Кино Гонконга 1997–2017», «День Норвегии», «British Film Spring», «West Wind», «Дни Франкофонии. Анимация», «Наша анимация»; Фестиваль документального кино США «Show US!», «Искусство кино. Молодая критика о французском кино»; объединялись и ретроспективы Тарковского, Балабанова, Тарантино, Линча, Бёртона, Скорсезе, Джармуша, Кесьлёвского и др. Не исключено, что специалистами Невафильм Research не были учтены и другие программы, ведь все подсчеты приходится вести изучая новости, афиши кинотеатров и публикации на сайтах организаторов событий.

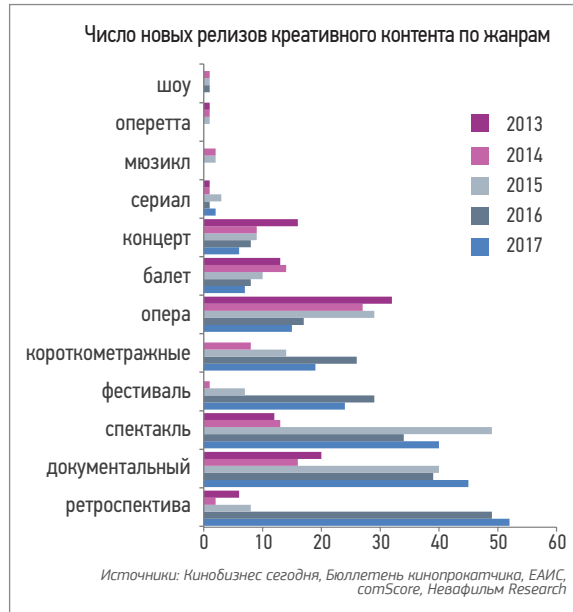


Если «развернуть» состав известных нам программ, то число наименований проектов, относящихся к креативному контенту, будет еще более масштабным: в последние два года оно намного превысило 500 названий, тогда как в широкий прокат, для сравнения, выходит порядка 400 фильмов. Фактически эти программы увеличивают разнообразие российской киноафиши более чем вдвое!



ЖАНРЫ ПОД УГРОЗОЙ

Жанровое разнообразие креативного контента также достаточно широко. Причем если 5 лет назад на экранах лидировали оперы, то сейчас им на смену пришли



документальные фильмы и спектакли. В 2016–2017 годах заметно больше стало проходить различных ретроспективных показов, как посвященных творчеству какого-либо режиссера, так и отдельных демонстраций архивных фильмов. Заметно сократилось число короткометражных программ.

Таким образом, после вступления закона в силу из российских кинотеатров прежде всего исчезнет классика, по всему миру возвращающаяся на большие экраны благодаря цифровым технологиям, а также представляющие культурную ценность театральные постановки.

ПРОКАТНОЕ УДОСТОВЕРЕНИЕ – РЕДКОСТЬ

Нововведение лишит российского зрителя большей части креативного контента, поскольку сейчас такие показы зачастую действительно обходятся без прокатного удостоверения. Так, аналитики Невафильм Research подсчитали, что в 2016 году лишь 18% проектов из числа креативного контента имели прокатное удостоверение, а в 2017-м – 21%. Чуть больше эта доля среди документальных фильмов и короткометражных сборников (25–30% релизов).



Больше половины из 53 дистрибьюторов, которые выпускали в 2016–2017 годах в прокат программы креативного контента, работают в этом сегменте преимущественно без прокатных удостоверений (50% и более наименований в их пакете за рассмотренный период не имели ПУ). Среди них лидеры рынка – «CoolConnections», «Невафильм Emotion», «Инокино», «Сеанс», «Искусство кино», «Театральная Россия», «ПилотКино» и другие. Продолжение их деятельности в новых условиях оказывается под серьезным вопросом.



ТАК ЛИ ОНО НЕОБХОДИМО

Как исследователи, которые не первый год пытаются собирать адекватную информацию по рынку креативного контента в России, мы приветствуем стремление Министерства культуры к упорядочиванию этого сегмента. Проблема фрагментарности известных результатов креативного контента в российском прокате стоит остро: без номера ПУ нельзя получить статистику по кассовым сборам и посещаемости фильма в ЕАИС; в систему «comScore» данные попадают только из крупных киносетей, отчитывающихся автоматически; а отраслевым изданиям информацию по сборам сдают далеко не все дистрибьюторы (по-прежнему не раскрывает своей статистики лидер рынка «CoolConnections»). К примеру, в 2017 году доля проектов с известными нам посещаемостью и кассовыми сборами составила 84%, однако у нас нет уверенности в полноте данных относительно тех фильмов, статистика по которым имеется.

Сложившаяся сегодня практика уклонения дистрибьюторов от получения прокатных удостоверений стала результатом не злых намерений игроков рынка по сокрытию своих доходов, а из-за сложности процедуры оформления ПУ в России. Кроме

того, в последнее время укрепляется участие федеральных органов исполнительной власти в вопросах регулирования действий игроков рынка: Минкультуры не только устанавливает возрастные рекомендации для аудиовизуальных произведений (тогда как в других отраслях – СМИ, книгоиздании и др. – это делают сами создатели или правообладатели), но и контролирует даты выхода фильмов в прокат, а порой и вовсе отказывает в выдаче ПУ или же отзывает его.

К ЧЕМУ СТРЕМИТЬСЯ

В начале 2018 года компания «Невафильм» разработала и направила в Госфильмофонд России предложения по разрешению ситуации, связанной со сложностями сдачи обязательного экземпляра аудиовизуального произведения (сейчас предоставление справки из ГФФ об этом является обязательным условием для выдачи прокатного удостоверения). С этой процедурой связано несколько терминологических и юридических проблем, которые предлагалось разрешить в рамках правового поля.

Во-первых, отсутствуют требования к процедуре сдачи обязательного экземпляра аудиовизуального произведения (в случае иностранных фильмов или отечественных, созданных без господдержки) и исходных материалов картин, получивших субсидии из федерального бюджета. На практике Министерство культуры и Госфильмофонд трактуют оба этих определения идентичным образом в случае цифрового кинофильма, требуя исходные файлы фильма в формате DPX, вместо тиражной цифровой копии (DCP). В случае же пленочного проката принималась позитивная копия фильма (чем до сих пор пользуются дистрибьюторы-мейджоры, предпочитая специально печатать пленочную копию иностранного фильма, а не сдавать его «исходные материалы»). Во то же время обязательный экземпляр отпечатанного

литературного произведения – это тиражный экземпляр, а не макет книги, допустим, в формате InDesign.

Во-вторых, в отношении других видов интеллектуальной собственности закон № 77-ФЗ от 29.12.1994 «Об обязательном экземпляре» предусматривает отсрочку его сдачи на хранение: так, в случае телевизионных передач – это месяц после выхода в эфир, а в случае научных диссертаций – 30 дней с момента защиты и присвоения ученой степени. И только в отношении кинопроката справка из Госфильмофонда требуется до выпуска фильма на экраны. Проблему мог бы разрешить законопроект за номером 02/04/04-17/00064514 «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»¹, однако это пресловутый «закон о 5 миллионах», который помимо отодвигания сроков сдачи обязательного экземпляра в ГФФ на период до 1 месяца после релиза предусматривает повышение платы за получение прокатного удостоверения в 1,5 тысячи раз, и никто на рынке не хочет его принятия.

В-третьих, тот же закон № 77-ФЗ распространяется и на производителей – физических или юридических лиц, которые впервые изготовили аудиовизуальное произведение. То есть субъектом закона является не прокатчик или демонстратор фильма, но его продюсер. Из этого следует, что закон не распространяется на фильмы иностранного производства. Для сохранения мирового культурного наследия используется государственно-территориальный признак, и архивы каждой страны хранят обязательные экземпляры произведений, которые созданы на ее территории. При этом важно соблюдение основ авторского права, закрепленных Бернской конвенцией: современная деловая практика не предусматривает предоставление дистрибьютору права на передачу фильмов для архивного

¹ Проект размещен на федеральном портале проектов нормативных правовых актов 27 апреля 2017 года. – <https://regulation.gov.ru>.

хранения на территории страны проката, поскольку срок территориальных прав обычно ограничен. Кстати, Фонд кино (вероятно, также из соображений защиты авторских прав) закрывает прокатчику доступ к подробным сведениям в системе ЕАИС по принадлежавшим ему когда-либо картинам после истечения срока действия договора с правообладателем – согласно прокатному удостоверению. А Госфильмофонд почему-то должен сохранять право использования открытого цифрового пакета или позитивной копии фильма.

Таким образом, на наш взгляд, в российское законодательство необходимо внести следующие изменения, которые упростят процедуру обращения за прокатным удостоверением и помогут повысить прозрачность рынка событийного проката в России:

- разработать требования и регламент к обязательным экземплярам аудиовизуальных произведений, подлежащих сдаче в ГФФ, распространив их только на российские фильмы;
- убрать из перечня документов для получения ПУ справку из Госфильмофонда и перенести срок сдачи обязательного экземпляра российского фильма в ГФФ как минимум на месяц после начала проката;
- изъять из закона «Об обязательном экземпляре» упоминание о позитивной копии как о единственном виде обязательного экземпляра аудиовизуального произведения;
- поддержать инициативу о создании электронного реестра правообладателей аудиовизуальных произведений.

Это, однако, не спасет российский прокат от усиления государственного вмешательства в рыночные процессы. Но разрешение этой проблемы – тема отдельного разговора.

© 2018, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Нужны ли друг другу кинотеатры и художественные фильмы



5 июня 2018 года в Сочи в рамках 29-го открытого российского кинофестиваля «Кинотавр» состоялся

деловой фреш-завтрак компании «Невафильм». Заменяют ли онлайн-сервисы кинотеатральный прокат художественных фильмов и будут ли традиционные кинотеатры и художественные фильмы нужны друг другу – эти вопросы стали центральной темой обсуждения.

В дискуссии приняли участие представители: секторов независимого кинотеатрального кинопоказа – Станислав Ершов («Angleterre Cinema Lounge»), независимой кинодистрибуции – Елена Верниковская («Экспонента»), онлайн-кинопоказа – Михаил Клочков («Start») и кинопроизводства – Арсен Готлиб («МетрономФильм»). Модератором выступил Олег Березин.

Посмотреть видеозапись дискуссии можно на канале www.youtube.com/nevafilm.

«Невафильм» на кинофестивале «Окно в Европу»

Компания «Невафильм» приняла участие в XXVI фестивале российского кино

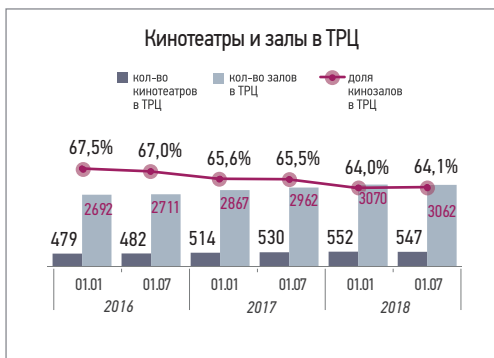
«Окно в Европу», который проходил в Выборге с 10 по 16 августа. Каждый вечер в городском Доме культуры проводился киноантракт «Окно в искусство» с показом проектов НЕВАФИЛЬМ EMOTION: ценители прекрасного



смогли увидеть такие документальные фильмы, как «Боттичелли. Инферно», «Выставка Hokusai Британского музея», «Караваджо: душа и кровь», «Рафаэль» и «Собор Святого Петра и Патриаршие Базилики Рима». А кинопоказы в рамках кинофестиваля по традиции проходили при технической поддержке НЕВАФИЛЬМ CINEMAS.

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОТЕАТРОВ. ИТОГИ ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2018-ГО

Продолжение. Начало на стр. 1



которых продолжают находиться нарушения (зачастую не в самих кинотеатрах, а на территории ТРЦ в целом). Большинство торговых центров и, следовательно, кинотеатров в них закрываются не навсегда, а до устранения выявленных нарушений. Поэтому мы надеемся, что негативный тренд до конца года будет преодолен, тем более что из 810 профинансированных Фондом кино залов к середине года открылось лишь 413.

Программа Фонда кино в сочетании с проблемами торгово-развлекательных центров ведут к тому, что доля однозальных кинотеатров будет увеличиваться, а значит, сложности с росписью независимых картин станут актуальнее.

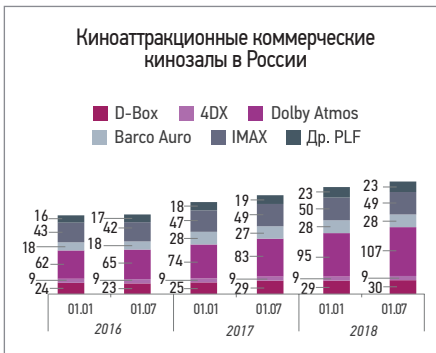
В этом полугодии закрытий залов было почти в 3 раза больше, чем за аналогичный период в 2017 году.

Поскольку число кинозалов в стране сократилось, постольку и темпы прироста отрицательные, причем ситуацию не исправляют даже открытия площадок, субсидированных Фондом кино.



ТИПЫ КИНОТЕАТРОВ И ЗАЛОВ

Число залов с эффектами движения к середине 2018 года достигло 39 (30 D-Box и 9 4DX); с премиальными форматами звука – 135 (107 Dolby Atmos и 28 Barco Auro). Среди залов Premium Large Format доминирует компания IMAX (49), причем количество залов в первом полугодии в России сократилось. У других брендов (Luxe:RealD и собственные сети) насчитывается 23 зала.



Общая доля кинозалов в торговых центрах после снижения всё же стабилизировалась и на 1 июля 2018 года составила 64,1% (3062 экрана в 547 ТРЦ). Однако стоит отметить, что в целом тенденция к снижению числа

Распределение коммерческих кинотеатров России по количеству залов на 01.07.2018

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву кинотеатров	Доля рынка по кол-ву залов
ОДНОЗАЛЬНИКИ	746	746	46,8%	15,6%
2 зала	244	488	15,3%	10,2%
3 зала	112	336	7%	7%
4 зала	115	460	7,2%	9,6%
5 залов	86	430	5,4%	9%
6 залов	80	480	5%	10,1%
7 залов	66	462	4,1%	9,7%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	703	2656	44,1%	55,6%
8 залов	67	536	4,2%	11,2%
9 залов	36	324	2,3%	6,8%
10 залов	19	190	1,2%	4%
11 залов	8	88	0,5%	1,8%
12 залов	4	48	0,3%	1%
13 залов	6	78	0,4%	1,6%
14 залов	1	14	0,1%	0,3%
15 залов	1	15	0,1%	0,3%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	142	1293	8,9%	27,1%
17 залов	2	34	0,1%	0,7%
22 залов	1	22	0,1%	0,5%
23 залов	1	23	0,1%	0,5%
Итого МЕГАПЛЕКСЫ	4	79	0,3%	1,7%
Всего	1595	4774	100%	100%

Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Главной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Москва
2	Премьер-зал	239	339	7,1%	Екатеринбург
3	Киномакс	32	234	4,9%	Москва
4	КАРО	29	223	4,7%	Москва
5	Мираж سینема	22	151	3,2%	Санкт-Петербург
6	Люксор	17	129	2,7%	Москва
7	Синема стар	25	128	2,7%	Москва
8	Оптимакіно	38	125	2,6%	Москва
9	Синема 5	21	115	2,4%	Йошкар-Ола
10	Монитор	28	104	2,2%	Краснодар
	Всего у этих операторов	525	2174	45,5%	
	Всего в России	1595	4774	100%	

ИГРОКИ РЫНКА КИНОПОКАЗА

Крупнейшая «Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» сохранила лидирующие позиции. «Киномакс» удерживает третью строчку как с учетом франшиз, так и без них. А вот «Премьер-зал» занимает второе место лишь с учетом многочисленных кинотеатров на репертуарном управлении; без них она уступает второе место «КАРО».

КИНОЗАЛЫ В РЕГИОНАХ СТРАНЫ

На 1 июля 2018 года число населенных пунктов, оснащенных коммерческими кинотеатрами, составило 890; из них 740 – города с населением более 10 тыс. жителей.

В целом по России средний уровень обеспеченности коммерческими кинозалами в городах с количеством жителей 10 тыс. и больше к 1 июля 2018 года упал до 4,34 на 100 тыс. человек (на начало 2018 года – 4,43), а в пересчете на число жителей населенных пунктов, где есть современные кинотеатры, – до 4,8 (на начало года – 4,87).

Самое большое число кинозалов по-прежнему насчитывается в При-

волжском федеральном округе; за ним идет столичный мегаполис; на третьем месте – Центральный округ (без учета Московского региона).

Самое большое число кинозалов по-прежнему насчитывается в При-

Обеспеченность городского населения РФ коммерческими кинозалами на 01.07.2018

Типы городов	Число населенных пунктов, всего	Кол-во городов с кинотеатрами	Жителей во всех городах такого типа (тыс.)	Суммарное число жителей в городах с кинотеатрами (тыс.)	Доля городов с кинотеатрами	Доля населения, обеспеченного кинозалом	Всего кинотеатров	Всего залов	Число 3D-залов	Число залов IMAX	Плотность экранов на 100 тыс. жит. в городах с кинотеатрами	Плотность экранов на 100 тыс. жит., всего
Московский регион	1	1	13 716	13 716	100%	100%	135	800	581	12	5,83	5,83
Санкт-Петербург	1	1	5282	5282	100%	100%	64	372	276	4	7,04	7,04
Другие миллионники	13	13	15 526	15 526	100%	100%	138	769	496	10	4,95	4,95
500–1000 тыс. чел.	22	22	13 516	13 516	100%	100%	147	644	470	13	4,76	4,76
250–500 тыс. чел.	41	41	14 481	14 481	100%	100%	174	691	536	7	4,77	4,77
100–250 тыс. чел.	92	90	14 173	12 859	98%	90,7%	158	439	360	1	3,41	3,1
10–100 тыс. чел.	1032	572	29 696	20 757	55%	69,9%	621	900	802	2	4,34	3,03
Всего в городах с населением свыше 10 тыс. жит.	1202	740	106 880	96 136	62%	90,4%	1437	4615	3521	49	4,8	4,34
Всего	н/д	890	146 804	97 247	-	66,2%	1595	4774	3673	49	4,91	3,25

*В таблице не учтены кинотеатры и кинозалы, расположенные в населенных пунктах с населением менее 10 тыс. жителей: 159 залов в 158 кинотеатрах 150 населенных пунктов.

Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Москва
2	КАРО	29	223	4,7%	Москва
3	Киномакс	29	214	4,5%	Москва
4	Мираж سینема	22	151	3,2%	Санкт-Петербург
5	Люксор	17	129	2,7%	Москва
6	Синема стар	25	128	2,7%	Москва
7	Синема 5	12	74	1,6%	Йошкар-Ола
8	Пять звезд	11	64	1,3%	Москва
9	Mori سینета	9	62	1,3%	Москва
10	Монитор	11	55	1,2%	Краснодар
	Всего у этих операторов	239	1726	36,2%	
	Всего в России	1595	4774	100%	

Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России на 01.07.2018

Округа	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов
Приволжский ФО	278	818	17,1%
Московский регион	135	800	16,8%
Центральный ФО (без учета МР)	267	694	14,5%
Сибирский ФО	230	577	12,1%
Уральский ФО	154	456	9,6%
Южный ФО	167	431	9%
Санкт-Петербург	64	372	7,8%
Северо-Западный ФО (без учета СПб.)	124	289	6,1%
Дальневосточный ФО	109	199	4,2%
Северо-Кавказский ФО	67	138	2,9%

© 2018 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

НЕВАФИЛЬМ EMOTION открывает новый сезон итальянских музейных шоу



В 2018 году кинопрокатное подразделение компании «Невафильм» продолжает знакомить российских зрителей с лучшими музейными шоу.

6 сентября (к 73-й годовщине окончания Второй мировой войны) на территории России и СНГ вышла итальянская картина режиссера Клаудио Поли «Похищенные сокровища Европы». Увлекательное музейное шоу рассказывает о шедеврах классического и авангардного искусства, изъятых из частных коллекций на рубеже 1930–1940-х годов в Германии и других странах Европы. С редкими архивными материалами зрителей знакомит знаменитый итальянский актер Тони Сервилло («Великая красота», «Последствия любви»).

25 октября в прокат выйдет красочное музейное шоу «Климт и Шиле: Эрос и Психея». Режиссер Микелле Малли представит зрителям ценные коллекции знаменитых австрийских художников Густава Климта и Эгона Шиле. Съемки фильма проводились в пространстве главных музеев Вены – Альбертины, Бельведера, Музея истории искусств и Музея Леопольда. Рассказчиком выступил известный итальянский актер Лоренцо Рикельми («Марко Поло», «Борджиа»).



Шоу продолжают музейную серию, которая в 2018 году включала в себя также фильм «Ван Гог: Золото и лазурь» (преьера ленты прошла 20 июня в кинозале Третьяковской галереи; показ предварялся лекцией киноведа Всеволода Коршунова). За лето картину посмотрели 2,6 тыс.

зрителей, а ее сборы превысили 790 тыс. руб. Среди других релизов серии в этом году – «Выставка Nokusai Британского музея» (преьера 25 января) и «Караваджо: Душа и кровь» (15 мая). Число зрителей этих лент составило 3,5 и 5,7 тыс., а кассовые сборы – 981 тыс. и 1,7 млн руб. соответственно.

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS на передовой кинотехнологий

3 августа 2018 года в Москве распахнул двери 11-зальный мультиплекс «Киномакс Титан» – с самым большим в России и одним из самых больших в мире экраном IMAX и лазерной проекцией: его размер составляет 15,7 на 28 метров (стандартная ширина экрана в подобных залах – 22 метра). Комплекс работ по проектированию и установке оборудования выполнен специалистами компании «Невафильм», которая является официальным сервис-провайдером корпораций IMAX и D-Box в России и СНГ.

Всего к 1 сентября в стране действуют 4832 цифровых кинозала, 23% из которых оснащены НЕВАФИЛЬМ CINEMAS.

КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РОССИЙСКОГО КИНО: НОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЕАО

Продолжение. Начало на стр. 1

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В последние годы объемы кинопроизводства в России идут по возрастающему тренду (несмотря на сокращение числа фильмов на экранах в 2017-м) и составляют порядка 140–150 картин в год. В то же время государственную поддержку во все большем объеме получает все меньшее число лент, вышедших в прокат за последние три года. С другой стороны, в 2017 году вдвое больше картин, чем обычно (20 против 10), было снято при участии телеканалов – это весьма заметный источник инвестиций для продюсеров. Существенный вклад вносят в объемы производства регионы: до четверти всех выходящих в прокат отечественных картин снимаются за пределами Москвы или Санкт-Петербурга; половина из них – в Якутии. Постепенно начинают формироваться творческие и производственные региональные кластеры, что оказывает положительное влияние на децентрализацию индустрии и рост ее разнообразия.



Пока самые активные кинокомпании – из числа лидеров отечественного кинопроизводства: они выпускают больше фильмов, собирают большую кассу и в их руках концентрируется основная часть государственной поддержки. При этом многие из них достигают своего положения благодаря малому числу картин: десять из пятнадцати компаний, хотя бы раз входивших в число лидеров отечественного производства, собирают более 50% своей совокупной зрительской аудитории на одном фильме. Таким образом, государственная поддержка оказывается недиверсифицированной, и доля посещения отечественного кино в прокате, достигшая 24% в 2017 году, является неустойчивым показателем; сам же механизм отбора лидеров (на основе коммерческого успеха прошлых фильмов) препятствует их ротации.

Информационные технологии во всем мире усиливают свое влияние на сферу

кинопроизводства в части спецэффектов и мультипликации. Отечественная полнометражная анимация очень сильно зависит от студий-лидеров и поддержки со стороны государства. Однако предоставленные в 2018 году льготы по налогам для аниматоров должны стать подспорьем в развитии этой сферы. Тем более что в широком прокате анимация популярнее игровых фильмов: 10–15% наименований этого жанра от числа всех релизов собирают 20–25% российской кассы.

Диверсификация государственной поддержки находит свое отражение в развитии неденежных форм протекционизма: регулирование дат релиза, смягчение возрастного рейтинга для отечественных картин в сочетании с его ужесточением для зарубежных; заключение новых международных соглашений, развитие кинокомиссий и фискальных стимулов; расширение сети кинотеатров, обязанных демонстрировать не менее 50% сеансов отечественного кино; ужесточение методов борьбы с пиратством в Сети. Большинство этих мер должны положительно сказаться на деятельности российских продюсеров.

Свершившаяся цифровая революция открыла дорогу на широкий экран новым фильмам (число их выросло с 280–350 до 400–450) и спецпоказам, система проката которых к 2016 году сложилась и преуспела (на экраны выходят 550–600 наименований в составе более 200 программ). Однако в 2018 году был принят «закон о фестивалях», который всерьез угрожает развитию данной сферы, сужая круг фильмов, которые могут демонстрироваться без прокатного удостоверения (а условия его получения далеко не всегда позволяют это сделать в случае событийных или ретроспективных релизов). Чаще всего с прокатным удостоверением демонстрируются документальные ленты и сборники короткометражных фильмов, однако они до сих пор не получали и 0,5% кассовых сборов страны. Тем не менее интерес к документальным картинам растет как со стороны зрителей, так и дистрибьюторов, тогда как прокатчики короткого метра уходят с рынка.

В широком прокате доминируют фильмы производства США: они получают около 60% кинопосещений в России. Концентрация рынка в руках представителей голливудских мейджоров превышает 80%, однако в последнее время идет на спад: пик был достигнут в 2016 году, когда большую часть зрителей привлекли в кинотеатры

немногочисленные хиты. Мейджоры интересуются российским контентом: они видят здесь возможности как с точки зрения бизнеса (эти фильмы популярны), так и политики (им оказывает всестороннюю поддержку Фонд кино). Прокат крупных российских проектов мейджорами влечет за собой снижение доступности этих картин для небольших кинотеатров, у которых просят минимальную гарантию. Эту проблему сейчас предлагает решать Фонд кино, выступая посредником между прокатчиком и кинотеатром и гарантом выплаты прокатной платы первому без предоплаты МГ.

С переходом на цифру прежние тиражные бюджеты хлынули на телевидение – теперь это рекламные расходы прокатчиков и продюсеров. Самые рекламируемые фильмы в 2017 году получили в пять раз больше телероликов, чем в 2013-м, хотя их количество сократилось в полтора раза (только самые крупные релизы и самые сильные дистрибьюторы покупают эфирное время). В 2016–2017 годах заметно нарастали рекламные объемы отечественные фильмы, чем может и объясняться рост их популярности – наряду с растущими объемами господдержки (включая невозвратные субсидии для всех в Год российского кино (2016-й) и реинвестируемые возвратные средства Фонда кино), а также повышением внимания телеканалов к участию в отечественном кинопроизводстве. Очевидно, что многие прокатчики (в первую очередь работающие с зарубежными фильмами) уходят в Интернет (пока данных об их расходах в данной сфере нет). Обилие телевизионной рекламы ставит фильмы в неравные конкурентные условия и способствует укреплению неравенства в доходах кинопродюсеров, а также усугублению кризиса независимой дистрибуции как российских, так и зарубежных фильмов. Последний к тому же провоцируется расширением сети малозальных кинотеатров, протекционистскими законодательными инициативами и правоприменительной практикой.

Быстро развивается сегмент видео по запросу: растет число сервисов, их собственное производство, показ серий перед эфиром и т. п. Сокращается и «окно» до цифрового релиза фильмов (особенно это заметно в 2017–2018 годах). Интересно, что российские продюсеры его увеличивают (с 4 до 7,5 недели за последние 3 года), а производители из США и Европы, напротив, сокращают (с 10–12 до 8,9–9,6 недели). Развитию легальных сервисов, как и кинотеатральному прокату, способствует продолжающаяся борьба с видеопиратством (в частности, закон о блокировке сайтов-зеркал). При этом закон о создании реестра



онлайн-кинотеатров и регулировании иностранного владения сервисами, принятый в 2017 году и могущий ограничить конкуренцию с зарубежными компаниями на российском рынке, до сих пор так и не заработал.



С точки зрения посещений и кассовых сборов в 2013–2015 годах на рынке была стагнация (около 175 млн посещений), после которой наступили два «тучных» года (193 и 213 млн зрителей), хотя падение курса рубля почти в два раза за 5 лет снизило интерес к российскому рынку со стороны зарубежных продюсеров. В то же время снижение цены кинобилета (как реальное, так и номинальное) свидетельствует о понижающейся платежеспособности населения, что угрожает сокращением доходов всей киноиндустрии.

В России сложилась полностью цифровая сеть кинопоказа, где все города с населением 250 тыс. жит. и более им обеспечены (и достаточно давно), однако интерес для прокатчиков представляют прежде всего столичные города и миллионники, поскольку на них приходится 47% продаваемых кинобилетов. В больших городах растет конкуренция между кинотеатрами, а в малых уровень кинопотребления (и, соответственно, рентабельности рынка кинопоказа) невысок. Здесь развитию киносети способствует Фонд кино, который выдал средства на открытие 810 залов в малых городах – все они должны заработать до конца 2018 года. Благодаря этому рост числа экранов в стране пока продолжается.

Ожидается появление на рынке первых кинотеатров крупной южнокорейской

киносети «СJ CGV». Владелец медиахолдинга «Рамблер» и сегодняшнего лидера российского рынка кинопоказа объединенной сети «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» (с 13% экранов страны) начал создание общей платформы для продажи фильмов в кинотеатре и в принадлежащем ему сервисе видео по запросу «Okko». Это делается с целью приспособления под меняющиеся привычки зрителей: молодые поколения всё реже ходят в кинотеатры и всё больше смотрят видео в Интернете на мобильных устройствах. Киноаудитория взрослеет, а в России усугубляется и так называемая демографическая «яма», что способствует потере самой активной части публики быстрее, чем за рубежом.

КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ

Обобщая все вышеописанное, мы выделили 10 ключевых трендов, оказывающих влияние на российскую кинематографию и формирующих ее облик в среднесрочной перспективе:

- текущая неблагоприятная ситуация в экономике страны сокращает доходы всех ветвей кинематографии и повышает расходные статьи, связанные с зависимостью отрасли от зарубежных технологий и оборудования;
- в России усиливается роль федеральных органов исполнительной власти в части регулирования кинорынка и действий его игроков, что оказывает воздействие (как положительное, так и отрицательное) на все подотрасли кинематографии;
- расширение киносети России продолжается за счет финансовой поддержки из средств федерального бюджета, что положительно влияет на прокат и отечественное кинопроизводство, а также – весьма неоднозначно – на кинопоказ (растут конкуренция и неопределенность дальнейшей судьбы субсидированных залов – при общем позитиве от роста числа кинотеатров);
- государственная финансовая поддержка кинопроизводства концентрируется на сокращающемся числе крупнобюджетных фильмов, которые производятся лидирующими студиями, что ведет к повышению зависимости доли рынка отечественного кино в прокате от малого числа игроков и проектов;
- множатся источники доходов и инвестиций для продюсеров: сотрудничество с телеканалами, краудфандинг, зарубежные продажи (особенно важные при ослаблении рубля), развитие сервисов видео по запросу, тематических телеканалов и пр.;

- творческое разнообразие отечественного кинопроизводства расширяется за счет формирования региональных кинокластеров; столичные же продюсеры получают возможность диверсифицировать риск, вовлекаясь в деятельность своих региональных коллег и пользуясь их системами поддержки (кинокомиссии и рибейты);
- растет значение анимации и информационных технологий для кинематографистов: полнометражные мультфильмы пользуются спросом аудитории, а спецэффекты и цифровые образы всё чаще становятся незаменимыми в игровых картинах, где форма превалирует над содержанием;
- ожидается снижение доминирования телевидения как рекламного канала кинофильмов и усиление роли Интернета и других форм цифрового интерактивного взаимодействия со зрителем, что будет способствовать развитию конкуренции между прокатчиками и производителями, а также снизит власть голливудских мейджоров и продюсеров-лидеров;
- сохранится заметным влияние неблагоприятной демографической ситуации в стране на развитие российской киноиндустрии из-за сегментации аудитории, спрос которой удовлетворяется сегодня благодаря развитию событийного проката;
- усиливается стремление потребителей контента к многоплатформенности (кинотеатр, телевидение, видео по запросу, мобильные устройства, игры, дополненная реальность и пр.), что ведет к перестраиванию традиционной системы производства и продажи кинопродукции.

Главным выводом из исследования в отношении отечественных кинопродюсеров является то, что особого внимания с их стороны сегодня требуют изменения, происходящие в социальном плане. Прокатчикам следует сосредоточиться на минимизации экономического и законодательного риска. Больше всего проблем – у российских кинотеатров, для которых помимо экономико-законодательных сложностей есть серьезные угрозы и технологическо-социального характера.

© 2018, Европейская аудиовизуальная обсерватория

Подробнее читайте в публикации (под редакцией Невафильм Research для Европейской аудиовизуальной обсерватории) «Ключевые тренды российского кино», представленной на конференции «Проблемы и перспективы российского кино» в рамках Кино Экспо 19.09.2018.

НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ЛЕТО 2018 ГОДА

Текст: Павел Кузьмичев,
Ксения Леонтьева

В нашем летнем опросе приняли участие почти 40 кинопоказчиков.

ИНДЕКСЫ НАСТРОЕНИЯ И ПОСЕЩАЕМОСТИ НА ЗАЛ

Большинство опрошенных (62%) остались недовольны летней посещаемостью, а треть (30%) посчитали ее удовлетворительной. 8% – довольны летним сезоном. Показатель бизнес-ситуации составил **-54%**.

43% опрошенных считают, что осенний сезон будет таким же плохим, как и летний, а пятая часть полагает, что он может стать еще хуже. Однако 38% все же надеются на улучшение ситуации. Уровень бизнес-ожиданий достиг **-5%**.

Индекс предпринимательских настроений российского кинопоказа летом 2018 года, таким образом, равен:

Business Climate Index = -31,5

Это самый низкий показатель за всю историю наблюдений, которая начинается в ноябре 2006 года. До этого отрицательные значения индекса фиксировались дважды: в феврале 2009 года (-5,8) и в августе 2014-го (-6,2). Оба эти случая можно связать с экономическим кризисом.

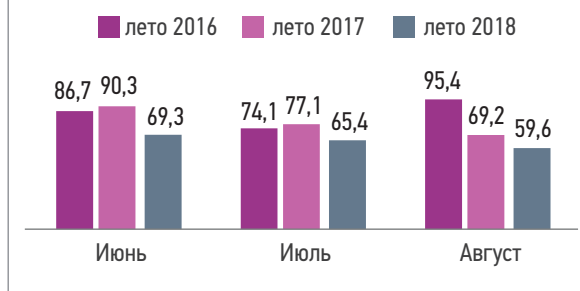
Индекс посещаемости в лучших кинотеатрах тоже оказался низким: значение в августе достигло минимума среди летних месяцев за последние три года и составило 59,6 пункта.

ОПРОС НА АКТУАЛЬНУЮ ТЕМУ

НЕУДАЧНОЕ ЛЕТО

В связи с тем, что лето 2018 года по посещаемости оказалось хуже прошлого на 15% (данные ЕАИС), мы заинтересовались причинами такого падения. Подавляющее большинство респондентов (78%) отметили,

Динамика летнего индекса посещаемости на один зал в день в лучших кинотеатрах России



что самый большой вклад в слабый летний сезон внесло отсутствие сильных релизов.

Примечательно, что все опрошенные большие сети «обвинили» в низкой посещаемости чемпионат мира, в то время как всего четверть владельцев субсидированных кинотеатров выразили подобное мнение. Малые операторы больше других (95%) считают, что виной всему – отсутствие сильных релизов, тогда как держатели иных типов кинотеатров думают так в меньшей степени (60%). Для субсидированных кинотеатров виной всему – снижение доходов населения (75%); вероятно, в малых городах больше всего ощущают экономический кризис.

УЖЕСТОЧЕНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К ПОКАЗУ ФЕСТИВАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ

В связи с принятием «закона о фестивалях», мы спросили, насколько распространена практика показа альтернативного контента, чтобы представить себе вероятные последствия закона для кинорепертуара. Кинотеатры чаще всего проводят у себя тематические фестивали (41%), а также демонстрируют рок-концерты (30%), театральные спектакли и детские программы (по 24%). Фестивальные показы в большей степени характерны для крупных игроков рынка (90% опрошенных имеют подобный опыт)

и субсидированных кинотеатров (38%). Малые операторы предпочитают рок-концерты (32%).

КОМБО-БИЛЕТ

В августе 2018 года «Рамблер/касса» стала выпускать комбо-билет: это билет в кинотеатр с последующим доступом к цифровой копии фильма (или к другой серии франшизы). 32% респондентов хотели бы внедрить подобную систему и таким образом извлечь синергию из сотрудничества с сервисами

видео по запросу. В целом интерес к комбо-билетам снизился по сравнению с 2016 годом (тогда это интересовало 52%). Возможно, кинопоказчики начали всерьез опасаться конкуренции со стороны цифровых платформ и не поверили в синергетический эффект.

ЦИФРОВОЕ «ОКНО»

По данным «Бюллетеня кинопрокатчика», в России постепенно уменьшается цифровое «окно». Большинство респондентов (73%) придерживаются того, что кинотеатрам должно принадлежать эксклюзивное право показывать фильм как минимум 3 месяца. Всего 22% считают, что картина может выходить на цифровой рынок примерно через два месяца.

Два года назад настрой кинопоказчиков относительно размера цифрового «окна» был не столь радикальным: тогда четверть опрошенных допускали возможность появления фильмов в сервисах видео по запросу через месяц или менее после кинотеатральной премьеры.

© 2018, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте nevafilm.ru. Ежемесячные данные о динамике RBEI доступны при подписке на «Cinema Market».



STUDIOS

- тондстудии 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
Олег Березин, Артем Гайдовский, Алексей Киселев,

Павел Кузьмичев, Ксения Леонтьева,
Мария Петрова, Анна Пеунова

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
АО «НЕВАФИЛЬМ» WWW.NEVAFILM.RU

Распространяется бесплатно.

Перепечатка и распространение материалов, опубликованных в печатной и электронной версиях без письменного разрешения АО «Невафильм» не допускается.

© 2018, «Синемаскоп», издатель АО «Невафильм». Все права на публикуемые материалы принадлежат АО «Невафильм».

Отпечатано в типографии ООО «Типографский комплекс «Девиз»

195 027, г. Санкт-Петербург, ул. Якорная, д.10, корпус 2, литер А, помещение 44
Тираж 1000 экз., № ТД-00004960