

Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа: осень–2010

Элеонора Кольенен-Иванова, Антон Макаров, компания «Невафильм»

Подводя итоги осеннего киносезона в нашем традиционном опросе кинопоказчиков, мы поинтересовались их мнением по поводу процессов, происходящих на российском кинорынке, в частности в сфере цифрового кинопоказа и внедрения единой автоматизированной информационной системы учета продажи кинобилетов.

Показатели охвата территорий РФ и объема рынка кинопоказа респондентами, принявшими участие в измерении предпринимательского настроения

Количество	Охвачено киносетями, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 01.11.2010 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	291	853	34,1%
кинзалов	1219	2343	52,0%
городов	109	1095	10,0%
регионов	51	82	62,2%
федеральных округов	8	8	100,0%

В нашем осеннем опросе приняли участие 50 респондентов: представители 15 федеральных, 4 региональных, 17 местных киносетей и 14 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 34% кинотеатров, или 52% залов, действующих в стране к началу ноября 2010 года. При этом у 46 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (92% опрошенных).

Результаты опроса

Большинство кинопоказчиков (62%) охарактеризовали посещаемость своих кинзалов осенью как удовлетворительную, и еще 24% – как хорошую. Неудовлетворенными посещением кинотеатров оказались 14% респондентов. В итоге показатель бизнес-ситуации составил **10%**. Подобный результат типичен для ноября, исключение составили только 2008-й и 2009 годы: осенью 2008-го бизнес-ситуация достигла 60% в связи с выходом в прокат мультфильма «Мадагаскар-2», пользовавшимся большой популярностью у зрителей. В кризисном 2009 году большинство кинопрокатчиков оказалось недовольны осенней кинопосещаемостью, из-за чего показатель бизнес-ситуации принял отрицательное значение (-15%).

Уровень посещаемости осенью 2010-го

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	7	14,0%
удовлетворительный	31	62,0%
хороший	12	24,0%
всего	50	100,0%

Ожидания большей половины игроков кинорынка относительно осени 2010-го оправдались (62%); 30% респондентов были неприятно удивлены неблагоприятным киносезоном; 8% затруднились с ответом.

После традиционного осеннего спада подавляющее большинство кинопоказчиков (96%) надеется на увеличение уровня посещаемости грядущей зимой; 4% полагают, что ситуация останется без изменений; падения уровня посещаемости не ожидает никто. В результате показатель бизнес-ожиданий оказался очень высоким – **96%**. Это один из самых высоких результатов за всю историю измерений (лишь в 2007-м показатель бизнес-ожиданий достиг 100%, когда кинотеатры надеялись на релиз «Ирония судьбы. Продолжение»).

Ожидания изменения уровня посещаемости зимой 2010-2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	48	96,0%
останется без изменений	2	4,0%
в сторону уменьшения	0	0,0%
всего	50	100,0%

Причиной увеличения посещаемости этой зимой большинство кинопоказчиков (37), как обычно, считает «сильные» и ожидаемые релизы. Многие отметили особенности зимнего сезона: новогодние каникулы – и, как следствие, традиционное увеличение посещаемости (24 опрошенных), а также отсутствие у населения большого выбора развлечений, конкурирующих с кинопоказом, в связи с плохими погодными условиями (эту причину отметили пятеро). Следует отметить, что четыре респондента возлагают надежды на новое цифровое оборудование. Операторами кинопоказа также были выделены некоторые новые причины оптимистичных прогнозов кинопосещаемости грядущей зимой: четыре респондента отметили сильные рекламные кампании релизов, в том числе с участием федеральных телеканалов, а один из опрошенных уверен, что число походов в кинотеатры вырастет в связи с выходом из финансово-экономического кризиса.

Возможность падения посещаемости не отметил ни один из респондентов, и лишь двое предположили, что количество походов в кинотеатры может остаться на уровне сентября–ноября 2010-го.

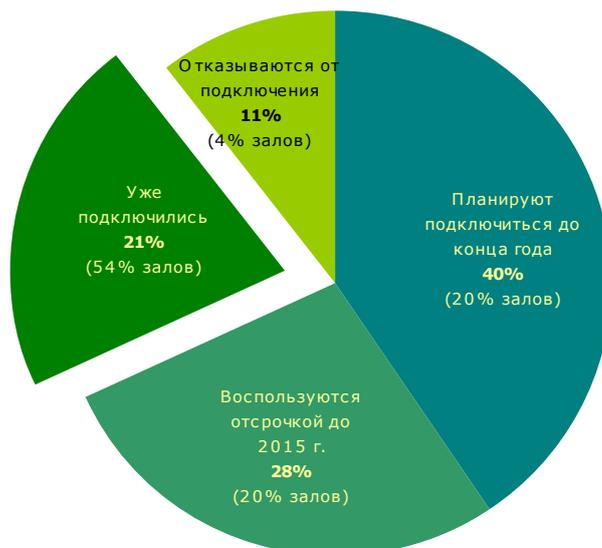
Таким образом, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа осенью 2010-го составил:

Business Climate Index = 49,32

Ноябрьский индекс настроений традиционно отражает оптимистичный настрой кинопоказчиков на новогодние каникулы и предновогодние блокбастеры.

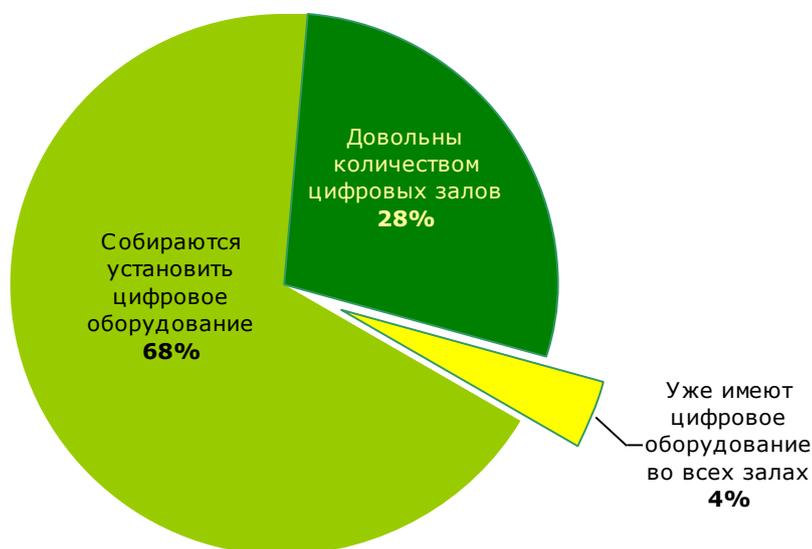
Одной из самых актуальных проблем для кинопоказчиков в последнее время является подключение кинотеатров к единой автоматизированной информационной системе учета продажи кинобилетов (ЕАИС). Мы решили выяснить, у кого из наших респондентов уже установлена постоянная связь с ГИВЦ, координирующим проект. Оказалось, что подключены к ЕАИС всего 21% опрошенных кинопоказчиков (владельцы 54% кинозалов, охваченных нашим опросом) – в основном это крупные федеральные сети. Более 40% опрошенных (19) планируют подключиться к единой автоматизированной информационной системе до конца текущего года. Еще 13 (28%) респондентов планируют воспользоваться возможной отсрочкой до 2015-го. Любопытно, что в их числе находятся три федеральные сети (владельцы 17% кинозалов, охваченных нашим опросом). Наконец, пять опрошенных кинопоказчиков (среди них преобладают независимые и региональные игроки) заявили о своем отказе от подключения к системе, вплоть до принятия особых мер по отношению к ним.

ЕАИС в российских кинотеатрах



Мы следим за развитием сферы цифрового кинопоказа. В частности, мы поинтересовались у респондентов, собираются ли они продолжить цифровую модернизацию своих залов. Оказалось, что большинство хотят в ближайшее время увеличить количество цифровых экранов – так ответили 34 респондента (68%); в то же время 28% (14 респондентов) полагают, что их уже достаточно.

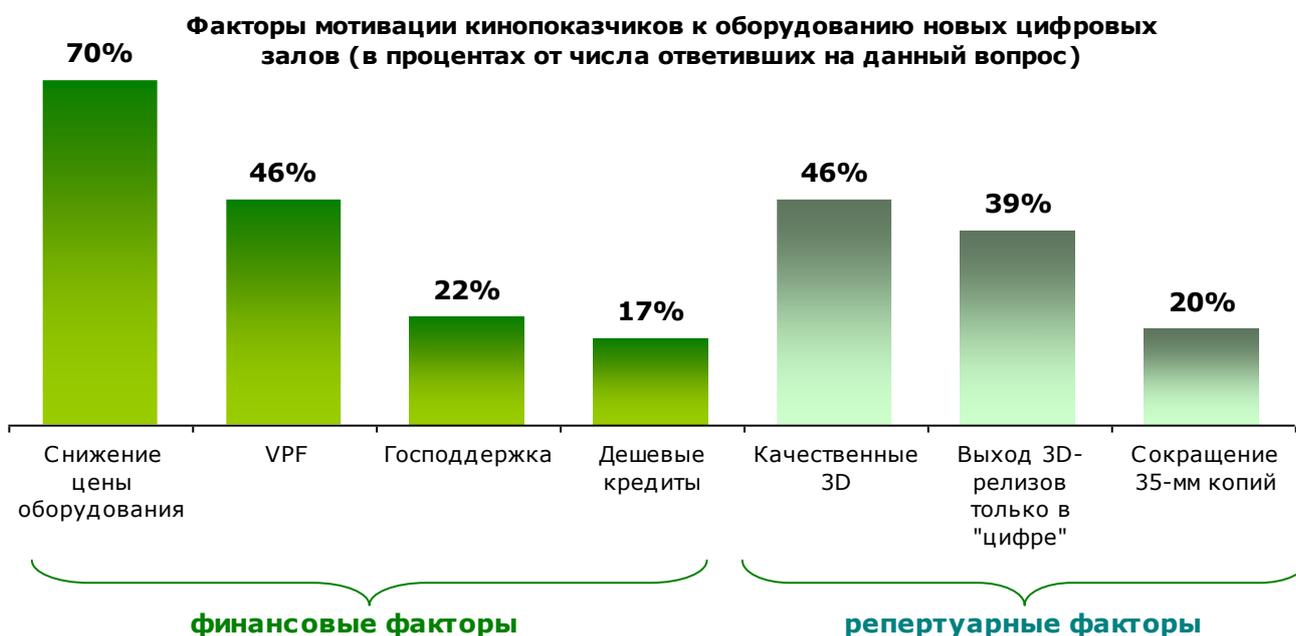
Планы по открытию новых цифровых залов



В связи с этим интересно было узнать, какие причины могли бы побудить операторов кинопоказа к дальнейшему расширению своей цифровой сети. Для большинства кинопоказчиков важным аргументом стало бы снижение стоимости цифрового оборудования (32–70% ответивших). Особенно заинтересованы в финансовых вопросах переоборудования (снижении цены кредита и поддержке со стороны государства) региональные игроки. Интересы местных киносетей в большей степени связаны с применением модели платежа за «виртуальную копию». Однако некоторые респонденты не уверены в прозрачности данного положения для игроков российского кинорынка и считают, что ко времени, когда ситуация прояснится, большинство кинотеатров уже будут оборудованы «цифрой». Финансирование со стороны государства и снижение стоимости кредитов также играют важную роль для

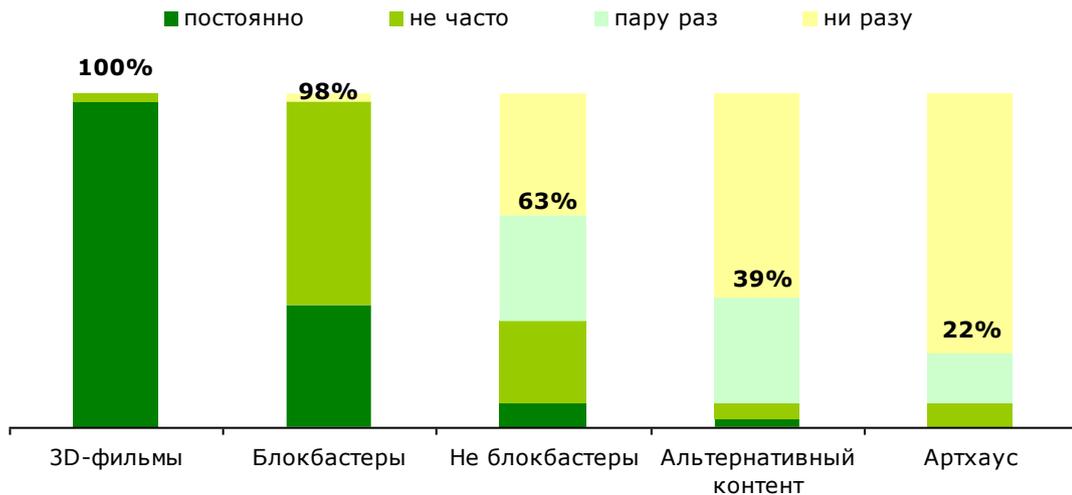
дальнейшего развития российской сети цифровых кинотеатров (10 и 8 респондентов соответственно отметили данные варианты).

Факторы, связанные с репертуаром, играют чуть меньшую роль в мотивации кинопоказчиков к оснащению новых залов цифровым оборудованием, однако среди них также прослеживается любопытная тенденция. Так, они важны для федеральных киносетей (в частности, особо респондентами данной группы было отмечено увеличение числа качественных 3D-релизов). Что касается независимых игроков кинорынка, то на них сильное влияние оказывает давление со стороны дистрибьюторов: выпуск большого количества фильмов только в цифровом формате, а также сокращение числа 35-мм копий не оставляют кинотеатрам иного выбора, кроме как устанавливать цифровое оборудование. По этой причине для независимых игроков, зачастую не имеющих достаточно средств для реализации данной цели, важным является снижение цены оборудования либо софинансирование со стороны дистрибьюторов. Среди других причин, мотивирующих кинопоказчиков к расширению собственной цифровой сети, нашими респондентами были названы растущий интерес зрителей к цифровому кинопоказу и открытие новых кинотеатров.



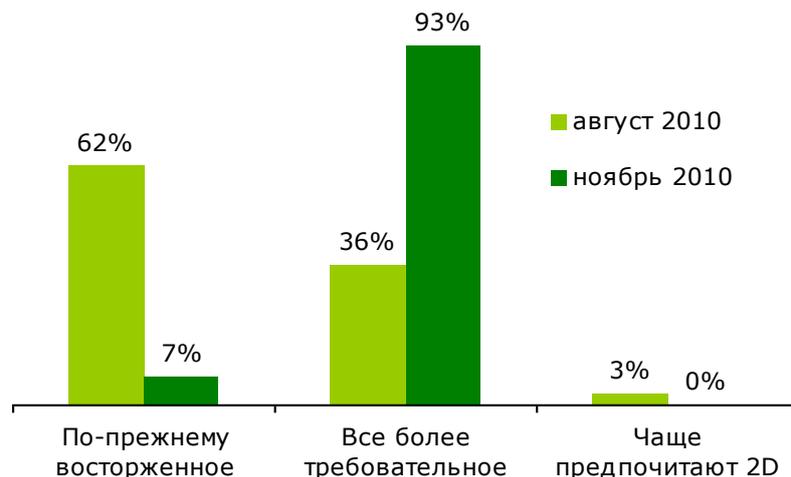
Мы продолжаем мониторинг способов использования цифрового оборудования российскими кинопоказчиками. Осенью цифровые кинопроекторы продолжали использоваться для показа 3D-фильмов всеми владельцами цифровых кинотеатров. Увеличиваются показатели демонстрации в цифровом формате блокбастеров (98 по сравнению с 77% по итогам лета) и репертуарных фильмов (неблокбастеров – 63 против 55% летом). В тоже время альтернативный контент и артхаусные фильмы в «цифре» показывают всего 39 и 22% опрошенных игроков (по сравнению с предыдущим периодом число респондентов, демонстрирующих артхаус в цифровом формате, снизилось на 1%, а показатель цифрового альтернативного контента увеличился на 7%).

Способы использования цифровых кинопроекторов



Мы также продолжаем отслеживать наблюдения кинопоказчиков за отношением потребителей к 3D-фильмам. По сравнению с летними месяцами в настроениях зрителей произошли существенные изменения: если в августе более половины (62%) опрошенных кинопоказчиков говорили о по-прежнему восторженном настрое и заинтересованности публики в трехмерных релизах, то по итогам осеннего киносеzona респондентов, выбравших аналогичный вариант ответа, оказалось всего 7%. Подавляющее большинство респондентов отметило, что зрители стали более требовательны к 3D и начали игнорировать некачественные фильмы. Подтверждением этому служит история фильма «Темный мир», во время проката которого многие зрители возмущались несоответствием цены и качества и требовали возместить стоимость билета с несправедливой, по их мнению, «3D-наценкой». Таким образом, выпуск большого количества не всегда адекватных ожиданиям зрителей трехмерных релизов приводит к снижению доверия к данному формату.

Преимущественное отношение зрителей к 3D-сеансам



После не вполне удовлетворительных, но вполне ожидаемых результатов осеннего сезона кинопоказчики возлагают большие надежды на новогодние каникулы с довольно сильным репертуаром и традиционным зимним ростом посещаемости. При этом многие операторы собираются оборудовать под грядущие релизы новые цифровые залы, однако для дальнейшего расширения российской сети цифровых кинотеатров все более важную роль играют особенности российского кинопроката и финансовые возможности кинотеатров, пока не получающих поддержку ни со стороны государства, ни со стороны дистрибьюторов. Необходимо также иметь в виду то, что российский зритель, «пресытившийся» разнообразным

3D-контентом, становится все более требовательным к качеству фильмов, а также к его соотношению с ценой кинобилета. Еще одним важным вопросом кинорынка помимо цифрового кинопоказа является внедрение ЕАИС, и, несмотря на то что постановление об обязательном подключении к системе всех кинотеатров России вступило в силу еще в мае, процесс происходит довольно медленно; на данный момент всего 21% наших респондентов установили ее в своих кинотеатрах.

© 2010 НЕБАФИЛЬМ RESEARCH