

Индекс предпринимательских настроений в сфере российского кинопоказа: осень 2011

Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH



Подводя итоги осеннего киносезона в нашем традиционном опросе кинопоказчиков, мы поинтересовались их мнением о динамике посещаемости кинотеатров, продолжили традиционный мониторинг использования проекторов в цифровых залах и отношения зрителей к 3D-сеансам, а также узнали о планах дальнейшей цифровизации кинопоказа.

Показатели охвата территорий РФ и объема рынка кинопоказа респондентами, принявшими участие в измерении предпринимательских настроений

Количество	Охвачено кинотеатрами, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 01.11.2011 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	186	899	20,7 %
кинзалов	733	2628	27,9 %
городов	92	1095	8,4 %
регионов	42	82	51,2 %
федеральных округов	8	8	100,0 %

В осеннем опросе приняли участие 38 респондентов: представители 11 федеральных, 1 региональной, 12 местных киносетей и 14 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 21 % кинотеатров, или 28 % залов, действующих в стране к началу ноября 2011 года. При этом у 33-х из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (87 % опрошенных).

Показатели индекса настроений

Большинство кинопоказчиков (50 %) охарактеризовали посещаемость своих кинозалов осенью как удовлетворительную и еще 40 % – как хорошую. Неудовлетворенными посещением кинотеатров остались 10 % респондентов. В итоге показатель бизнес-ситуации составил **29 %**. Такой, довольно низкий, 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 недовольно осенней кинопосещаемостью, из-за чего показатель бизнес-ситуации принял отрицательное значение (-15 %). По сравнению с 2010 годом сейчас показатель бизнес-ситуации вырос более чем в два раза (тогда он составил 10 %).

Уровень посещаемости осенью 2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	4	10,5 %
удовлетворительный	19	50,0 %
хороший	15	39,5 %
всего	38	100,0%

Ожидания большинства игроков кинорынка относительно осени 2011-го оправдались (82 %), и лишь 10% респондентов были неприятно удивлены неблагоприятным киносезоном; 8 % затруднились с ответом.

Подавляющее большинство кинопоказчиков (92 %) надеется на увеличение уровня посещаемости грядущей зимой. При этом многие отмечают, что активный приток зрителей в кинотеатры уже начался в связи с успешным стартом продолжений франшиз «Сумерки» и «Бой с тенью». 5 % респондентов полагают, что ситуация с посещаемостью останется без изменений; падения уровня посещаемости ожидает всего один респондент (3 %). В результате показатель бизнес-ожиданий по-прежнему держится на высоком уровне – **90 %**, хотя это немного ниже, чем осенью 2010-го, когда большинство кинопоказчиков ожидало повторения успехов «Аватара» в связи с выходом фильма «Трон: Наследие».

Ожидания изменения уровня посещаемости зимой 2011–2012

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	35	92,1%
останется без изменений	2	5,3 %
в сторону уменьшения	1	2,6 %
всего	38	100,0%

Причину увеличения посещаемости этой зимой большинство кинопоказчиков (28), как обычно, видит в «сильных» и ожидаемых релизах, в широком разнообразии репертуарного плана. При этом основные надежды респонденты возлагают на продолжения уже зарекомендовавших себя картин («Елки-2», «Миссия невыполнима: Протокол "Фантом"», «Шерлок Холмс: Игра теней», «Иван Царевич и Серый Волк»). Многие, исходя из опыта прошлых лет, надеются на особенности зимнего сезона – на увеличение посещаемости во время новогодних каникул (21 респондент).

Возможность уменьшения числа кинопосещений отметили два респондента, при этом один из них не указал причин своего пессимистичного прогноза, а второй связывает возможность падения посещаемости с открытием новых кинозалов у конкурентов. Двое из опрошенных предположили, что количество походок в кинотеатры может остаться на уровне предыдущих месяцев. Среди причин называлось отсутствие сильных релизов после новогодних праздников, а один из кинопоказчиков посетовал, что среди новогодних картин он не видит ни одного стопроцентного хита.

Таким образом, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа осенью 2011-го составил:

Business Climate Index = 57,44

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

Динамика ноябрьских показателей бизнес-ситуации и бизнес-ожиданий в сфере кинопоказа

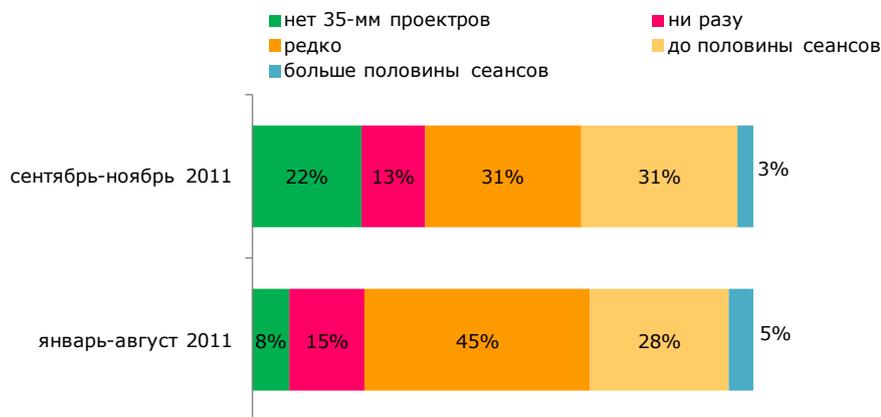


Развитие цифрового кинопоказа

Мы продолжаем следить за развитием сферы цифрового кинопоказа и, в частности, за тем, как проходит процесс отказа от пленочной технологии. Для этого мы спросили наших респондентов, как часто они использовали минувшей осенью *пленочные проекторы, установленные у них в цифровых залах*.

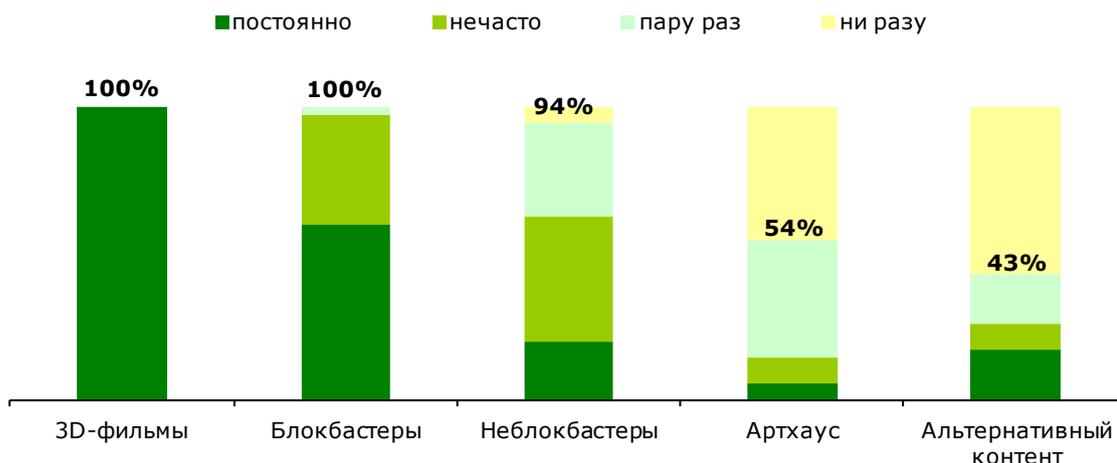
Как и следовало ожидать, за прошедшие три месяца доля респондентов, имеющих цифровые залы, в которых нет 35-мм проекторов, возросла – с 8 % до 22 %. Также возросла доля кинопоказчиков, которые ни разу не показывали пленку в своих цифровых залах, и тех, кто показывал ее редко. Тем не менее по-прежнему около 35 % респондентов ставят в цифровые залы 35-мм сеансы, хотя в основном такие показы занимают менее половины экранного времени в зале.

Использование пленочных проекторов, установленных в цифровых кинозалах в 2011 году



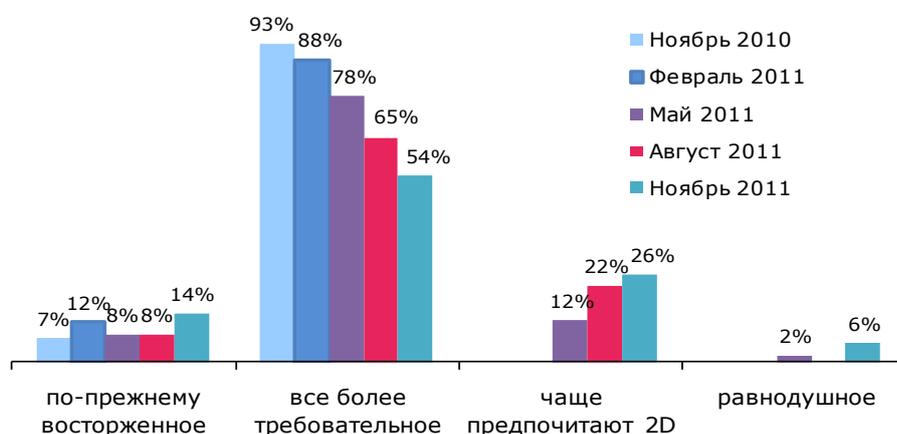
В то же время растет интенсивность эксплуатации цифровых кинопроекторов. По-прежнему все владельцы цифровых залов показывают в них 3D-фильмы. Однако на сей раз показатель демонстрации блокбастеров в формате 2D достиг 100 % (в августе было 98 %). Продолжают увеличиваться и показатели демонстрации в цифровом формате репертуарных фильмов (94 % неблокбастеров против 81 % летом), а также артхауса и альтернативного контента: по сравнению с результатами августовского опроса число респондентов, демонстрирующих артхаус в цифровом формате, увеличилось на 7 %, а уровень демонстраций цифрового альтернативного контента вырос на 3 %.

Способы использования цифровых кинопроекторов



Несмотря на то что 3D-фильмы являются основой репертуара цифровых залов, наши респонденты отмечают все большее равнодушие зрителей к трехмерным релизам. Хотя этой осенью немного увеличилась доля респондентов, отмечающих по-прежнему восторженное отношение посетителей кинотеатров к 3D-сеансам (в основном это независимые игроки; 14 % против 8 % в августе), процент кинотеатров, зрители в которых отдают предпочтение 2D-версиям фильмов, также продолжает расти (уже 26 % опрошенных кинопоказчиков отметили эту тенденцию в своих кинотеатрах – 22 % в августе). При этом, как и летом, подавляющее большинство таких зрителей выбирают двухмерные сеансы не по ценовым критериям, а из-за дискомфорта, испытываемого при просмотре фильмов в 3D (восемь респондентов из девяти указали в своих ответах именно эту мотивацию зрителей при выборе формата фильма).

Преимущественное отношение зрителей к 3D-сеансам



Наконец, с целью прогнозирования развития цифровой киносети России мы поинтересовались у респондентов, собираются ли они продолжать цифровую модернизацию своих залов. Аналогичный вопрос мы задавали и год назад, и нам было интересно узнать, изменилась ли за прошедшее время позиция игроков рынка.

Большинство кинопоказчиков по-прежнему хотят увеличивать количество цифровых экранов – так ответили 19 респондентов (50 %). При этом десять из них готовы установить новые цифровые проекторы в ближайшее время, а девять планируют сделать это, но не прямо сейчас. В то же время десять респондентов (26 %) полагают, что цифровых залов у них достаточно, а семь опрошенных кинопоказчиков (18 %) уже оборудовали «цифрой» все свои кинозалы. Любопытно, что среди наших респондентов нашлись двое, не имеющие цифровых залов и не планирующие их оборудование.

Планы по открытию новых цифровых залов у респондентов



В целом главное отличие по сравнению с прошлым годом заключается в том, что сейчас в 4,5 раза возросла доля тех, у кого цифровое оборудование установлено во всех кинозалах. Кроме того, на 12 % сократилось число желающих увеличить количество цифровых залов. Таким образом, мы можем прогнозировать замедление темпов цифровизации страны в ближайшей перспективе.

Планы респондентов по установке цифровых проекторов (2010 против 2011)



В связи с этим особое значение приобретают факторы, которые смогли бы оказать влияние на кинопоказчиков и стимулировать их интерес к дальнейшей цифровизации.

И здесь большинство кинопоказчиков уповает на экономические факторы. Главным таким аргументом является снижение стоимости цифрового оборудования (так ответили 22 респондента – 65 %). Многие также возлагают надежды на финансирование со стороны государства и применение модели платежа за «виртуальную копию» (VPF): данные варианты отметили 16 и 15 участников опроса соответственно.

Среди репертуарных факторов наибольшую роль для кинопоказчиков играет перспектива выхода большинства релизов только в цифровом формате: таких фильмов становится все больше, и для 14 респондентов (41 %) данное условие является серьезной мотивацией к увеличению числа цифровых экранов. Сокращение числа 35-мм копий и выпуск качественного 3D-контента влияют на решения кинопоказчиков о дополнительной цифровизации в меньшей степени (эти варианты отметили 8 и 6 респондентов соответственно).

Среди других причин, стимулирующих интерес кинопоказчиков к расширению собственной цифровой сети, нашими респондентами было названо, в частности, повторение жесткой майской конкуренции между «Кунг-Фу Пандой-2» и «Пиратами Карибского моря-4» – постановка двух и более блокбастеров на одну дату требует наличия нескольких цифровых залов. Один из респондентов высказался в пользу использования модели небанковского финансирования, когда дистрибьюторы дают кинотеатру отсрочку по прокатной плате сроком до двух лет для использования этих средств на покупку цифрового оборудования.



Если же сравнивать прошлогоднюю и нынешнюю мотивации вовлеченности респондентов в цифровую модернизацию кинотеатров, то основное различие заключается в том, что ожидание качественных 3D-релизов, стало менее серьезным стимулом, также как и цена цифрового оборудования, тогда как роль возможной государственной поддержки выросла более чем вдвое.