



### Индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа

Конец весны–начало лета – это всегда прекрасное время года! Это время подведения первых промежуточных итогов, время построения планов на будущее, будь то проведение отпуска или расчет ожидаемой посещаемости в грядущем летнем киносезоне. Вот и аналитический отдел компании Невафильм провел свое очередное измерение индекса предпринимательских настроений в сфере кинопоказа.

В опросе приняли участие 22 респондента. Среди них 5 федеральных, 5 региональных и 5 местных киносетей, а также 7 независимых кинотеатров.

#### 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 1.04.2008 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	146	671	21,8%
кинзалов	513	1616	31,7%
городов	66	1095	6,0%
регионов	32	82	39,0%
федеральных округов	7	7	100,0%

Как всегда респондентам было предложено ответить на 5 вопросов, касающихся уровня посещаемости их кинотеатров в прошедшем весеннем киносезоне, ожиданий на ближайшие месяцы, а также о фильмах, которые, по мнению российских кинопоказчиков, будут коммерчески успешны.

#### Результаты опроса

Более 80% участников опроса отметили, что прошедший весенний киносезон был для них не самым удачным. Этому в основном способствовал «откровенно слабый» апрель. В результате оценка бизнес ситуации впервые за всю историю измерения приняла отрицательное значение.

### Уровень посещаемости весной 2008 г.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	11	50,0%
удовлетворительный	7	31,8%
хороший	4	18,2%
<b>всего</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

Бизнес ситуация = -31,82%

Такой результат вполне закономерен. После удачного зимнего сезона многие кинопоказчики ожидали снижения уровня посещаемости. Напомним, что по результатам предыдущего измерения индекса предпринимательских настроений, бизнес ожидания были крайне пессимистические. Основной причиной общего снижения уровня посещаемости стал слабый репертуарный план. В этот период не выходили «сильные» фильмы, способные привлечь зрителей в кинотеатры.



После не самого удачного весеннего киносеzona подавляющее большинство игроков ожидает рост посещаемости и как следствие улучшение ситуации на рынке.

### Ожидания изменения уровня посещаемости летом 2008 г.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	21	95,5%
останется без изменений	0	0,0%
в сторону уменьшения	1	4,5%
<b>всего</b>	<b>22</b>	<b>100,0%</b>

## **Бизнес ожидания = 90,91%**

Данная ситуация очень схожа с той, которая имела место осенью 2007 года, перед успешным зимним киносезоном. Напомним, что тогда все участники опроса единодушно ожидали рост уровня посещаемости.

Проанализировав ответы респондентов, основой столь оптимистического прогноза можно назвать график выхода фильмов, среди которых есть значительное количество блокбастеров. Так считают 86% опрошенных. 10% кинопоказчиков выделяют сезонность как фактор изменения уровня посещаемости.

Хочется отдельно отметить 5% респондентов, которые надеются привлечь киноаудиторию не только за счет мировых премьер, но и за счет своих собственных сил, таких как проведение различных промоакций.

Исходя из показателей бизнес ситуации и бизнес ожиданий, рассчитаем индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа за весенний киносезон.

## **Buisness Climate Index = 21,19**

Даже, несмотря на прошедший киносезон, значение индекса бизнес настроений впервые, начиная с лета 2007, года прекратило снижение и превысило свое предыдущее значение. Но так и не смогло достичь своего прошлогоднего значения, равного 35,5. Это означает, что игроки характеризуют сложившуюся ситуацию на рынке несколько хуже, чем в прошлом году.

В основном рост индекса обеспечили оптимистические ожидания кинопоказчиков. В этой связи особо интересно проанализировать ответы на вопрос, какие фильмы, по их мнению, принесут коммерческий успех в будущем сезоне.

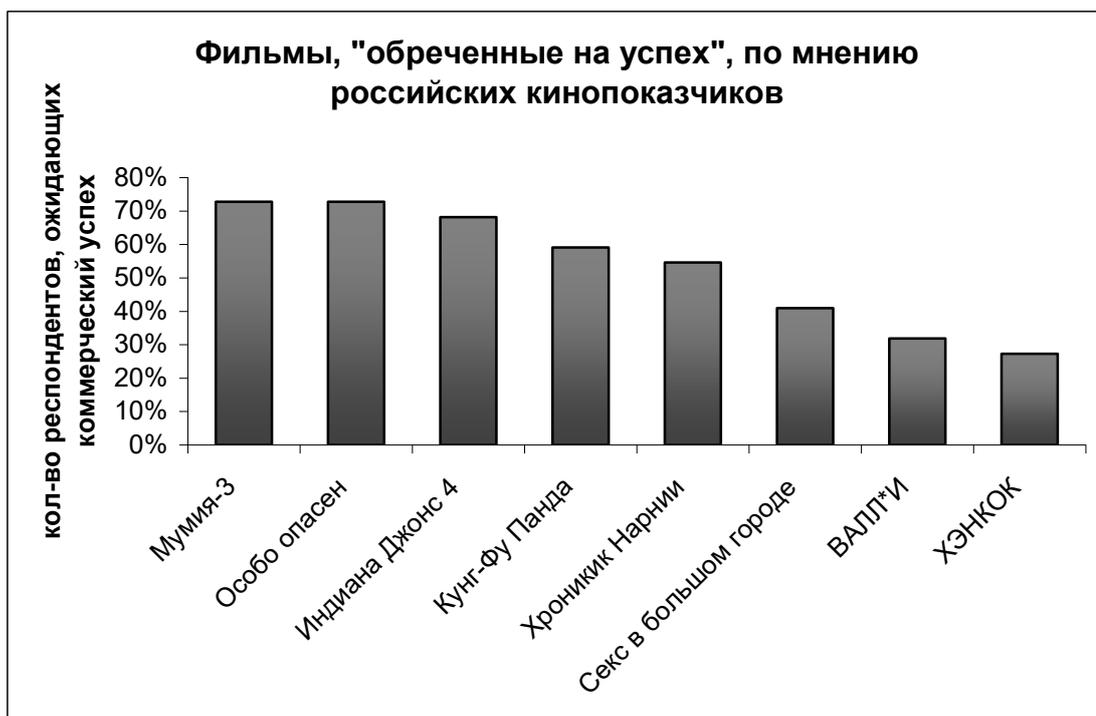
68% кинопоказчиков по-прежнему возлагают свои надежды на фильм «Индиана Джонс и Королевство Хрустального Черепа». Напомним, что по результатам прошлого опроса квадриквел «Индианы» также занимал лидирующие позиции в рейтинге фильмов с большим коммерческим потенциалом, по мнению, российских кинопоказчиков. С одной стороны, это в очередной раз подчеркивает коммерческую слабость весенних\* кинорелизов, а с другой, особо выделяет значимость этого фильма как фактора привлечения зрителей в кинотеатры.

Лидерами по итогам анкетирования оказались фильмы «Мумия-3: могила Императора Драконов» и «Особо Опасен». Более 70% опрошенных считают, что эти фильмы обладают большим коммерческим потенциалом и смогут собрать достойную кассу. Но если «Мумия-3» выходит в самом конце летнего киносезона и не окажет сильного влияния на его результаты, то «Особо Опасен» появится на экранах в самый разгар лета, и, по мнению российских кинопоказчиков, займет достойное место в рейтинге кассовых фильмов. Высокий коммерческий потенциал фильма «Особо Опасен» можно объяснить целым рядом факторов. Это, конечно же, именитый режиссер, от которого привыкли ждать кассовых интересных фильмов, и который, надо отдать должное, оправдывает возложенное на него доверие. Это и звездный актерский состав, и использование голливудских ресурсов, и достаточно большой бюджет.

Кинопоказчики также рассчитывают на фильмы «Кунг-Фу Панда» (59%), «Хроники Нарнии: Принц Каспиан» (55%), «Секс в большом городе» (41%), «ВАЛЛ\*И» (32%), «ХЭНКОК» (27%).

---

\* по типологии компании Невафильм месяц май относится к летнему киносезону



Подводя общие итоги измерения индекса предпринимательских настроений в сфере кинопоказа, можно сделать следующие выводы. Ожидается увеличение общего уровня посещаемости кинотеатров – в основном это связано с большим количеством мощных кинопремьер, готовящихся к выходу на экраны. Практически каждую неделю будут появляться интересные киноновинки, способные привлечь внимание зрителей. На основе статистических данных прошлых исследований в следующий раз также можно ожидать увеличения значения индекса предпринимательских настроений в сфере кинопоказа. Но не стоит забывать о сезонности. Ведь лето – пора отпусков и выездов за город. Поэтому кинопоказчикам все же придется приложить собственные усилия для привлечения публики в свои залы.