

**Индекс предпринимательского настроения  
в сфере российского кинопоказа: весна-2010**  
*Элеонора Кольтенен-Иванова, компания «Невафильм»*



Весенний киносезон-2010, несмотря на то что он наступил после суперуспешной «аватарной» зимы, показался российским кинопоказчикам весьма неплохим: подавляющее большинство респондентов остались довольны результатами работы своих залов.

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

Количество	Охвачено кинсетями, принявшими участие в опросе	Всего в РФ (на 01.05.2010 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	288	802	35,9%
кинзалов	1145	2155	53,1%
городов	108	1095	9,9%
регионов	51	82	62,2%
федеральных округов	8	8	100,0%

В нашем весеннем опросе приняли участие 48 респондентов: представители 12 федеральных, 6 региональных, 14 местных киносетей и 16 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 36% кинотеатров, или 53% залов, действующих в стране к началу мая 2010 г. При этом у 39 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (81% опрошенных).

**Результаты опроса**

Большинство кинопоказчиков (57%) охарактеризовали посещаемость своих кинозалов весной как хорошую, и еще 42% – как удовлетворительную; плохой ситуацию с числом зрителей назвал всего 1 кинопоказчик (2%). В итоге показатель бизнес-ситуации составил **54%**.

**Уровень посещаемости весной 2010-го**

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	1	2,1%
удовлетворительный	20	41,7%
хороший	27	56,3%

<b>всего</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>
--------------	-----------	---------------

**Бизнес-ситуация = 54,2%**

По результатам опроса, ожидания половины игроков кинорынка оправдались (50%); в то же время 35% участников исследования заявили о своем разочаровании весной 2010-го.

После относительно успешной весны 48% респондентов надеются на увеличение уровня посещаемости грядущим летом, 40% полагают, что ситуация останется без изменений, а 13% ожидают падения уровня посещаемости. В результате показатель бизнес-ожиданий увеличился вдвое по сравнению с февральским уровнем (тогда половина опрошенных не сомневалась в снижении своих доходов – прежде всего, в связи с окончанием проката «Аватара»); сегодня мы имеем значение в **35%**.

**Ожидания изменения уровня посещаемости  
летом 2010-го**

<b>Варианты ответов</b>	<b>Кол-во ответов</b>	<b>% ответов</b>
в сторону увеличения	23	47,9%
останется без изменений	19	39,6%
в сторону уменьшения	6	12,5%
<b>всего</b>	<b>48</b>	<b>100,0%</b>

**Бизнес-ожидания = 35,4%**

Причиной увеличения посещаемости летом относительно весеннего уровня кинопоказчики чаще всего (44%) традиционно называли репертуар: «громкие» летние премьеры и большие зрительские ожидания, связанные с ними; 10% отдельно выделяют готовящиеся к прокату 3D-фильмы – в сочетании с открытием новых цифровых залов. Еще 10% респондентов связывают грядущий рост кинопосещаемости со школьными каникулами, а также с летним притоком абитуриентов в города.

Между тем 8% опрошенных кинопоказчиков отмечают, что выход 3D-премьер совпадет с сезоном отпусков и традиционным летним затишьем, и в связи с противоположным влиянием этих факторов летняя кинопосещаемость по сравнению с весенним киносезоном не изменится. 17% респондентов, напротив, считают, что среди премьер лета 2010-го почти нет сильных, лидирующих фильмов, а также связывают возможное отсутствие изменений в объеме продаж кинобилетов с различиями в коммерческом потенциале фильмов. Еще 2% респондентов отмечают несомненную успешность летних релизов, однако не могут рассчитывать на рост кинопосещаемости в своих кинотеатрах в связи с невозможностью установки 3D-оборудования.

Наконец, на возможность падения кинопосещаемости (главным образом – в связи с фактором сезонности) указывают 13% игроков кинорынка.

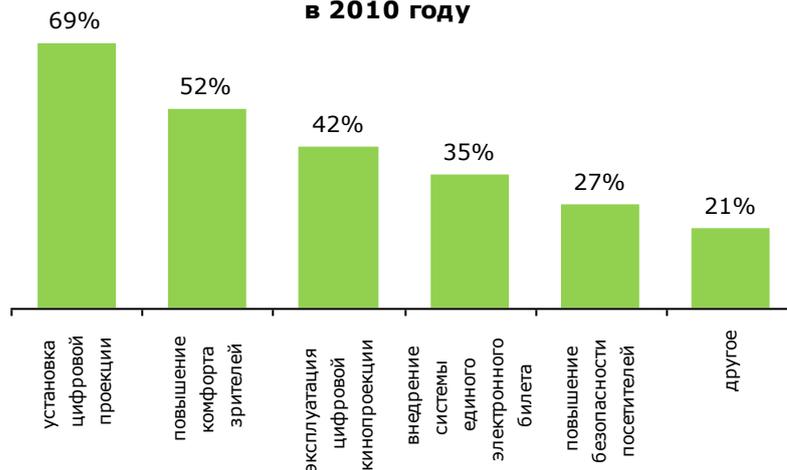
Таким образом, в связи с довольно оптимистичными ожиданиями кинопоказчиков, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа весной 2010-го повысился на 26 пунктов и составил:

**Business Climate Index = 44,6**

Этот весенний киносезон оказался наиболее удачным за последние три года (бизнес-ситуация мая 2008-го = -31,8%; мая 2009-го = 41,9%). Это связано с повышенным интересом зрителей к 3D-фильмам после выхода «Аватара» и большим количеством весенних 3D-премьер. Ожидания относительно изменения кинопосещаемости находятся на среднем уровне, однако выше, чем в прошлом году (30,2%). Индекс предпринимательского настроения нынешней весной также оказался выше результатов двух прошлых лет (май 2008-го = 21,2; май 2009-го = 36,0).

На сей раз мы заинтересовались также, какие проблемы и задачи являются для кинопоказчиков наиболее актуальными весной–летом 2010 г., и выяснили, что вопросы перехода к цифровой кинопроекции являются сегодня самыми «горячими».

### Основные проблемы кинопоказчиков в 2010 году

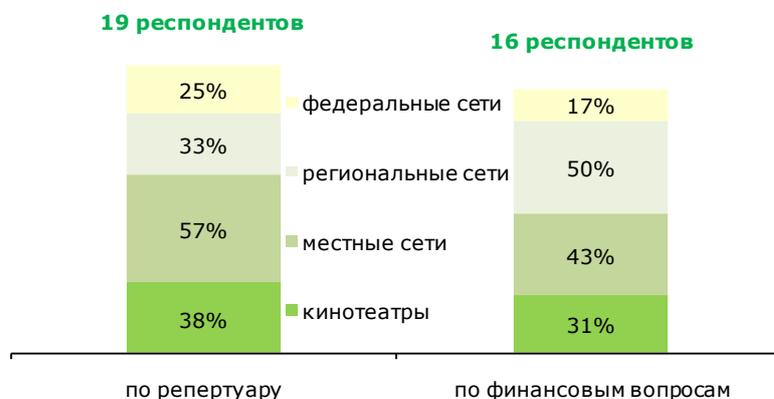


Так, у 69% респондентов на повестке дня стоит установка цифрового оборудования, причем подавляющее большинство (97% респондентов, выбравших данный вариант ответа) считает, что в этом вопросе кинотеатрам требуется поддержка со стороны дистрибьюторов или государства. 52% отмечают важным для себя повышение комфорта посетителей кинотеатров. Для 42% опрошенных актуальной также является проблема дороговизны использования цифровых кинопроекторов: 70% из них считают, что дистрибьюторы должны нести бремя эксплуатационных расходов совместно с кинопоказчиками (прежде всего при показе 3D-фильмов). Больше трети (35%) респондентов волнует введение системы «единого электронного кинобилета». А 27% кинопоказчиков отметили актуальность вопросов безопасности в связи со вступлением в силу нового пожарного регламента.

Кроме того, часть респондентов (21%) указала на другие проблемы. Самой важной из них оказались взаимоотношения с РАО (так считают 50% из тех, кто отметил «другое»). Остальные отмечали сложности с приобретением и эксплуатацией 3D-оборудования (дороговизна, проблемы с освещенностью, конкуренция с другими 3D-кинотеатрами), а также проблемы с рекламой фильмов в регионах, вопросы «автоматизации» услуг (бронирование и продажа билетов через Интернет).

Отдельно стоит отметить проблему давления дистрибьюторов на кинопоказчиков в вопросах репертуарного планирования (минимальное число сеансов, копий и т. п.) и финансовых условий проката (минимальные гарантии, цены на билеты и пр.). Актуальность данных пунктов отметили 40 и 33% респондентов соответственно. При этом интересна зависимость полученных ответов от типа кинопоказчика.

#### Давление на кинопоказчиков со стороны дистрибьюторов (% от общего числа респондентов каждого типа)



Так, наибольшую «свободу от дистрибьюторов» как в вопросах репертуарного планирования, так и в согласовании финансовых условий росписи ощущают федеральные

киносети (испытывают такое давление 25 и 17% респондентов данной группы соответственно).

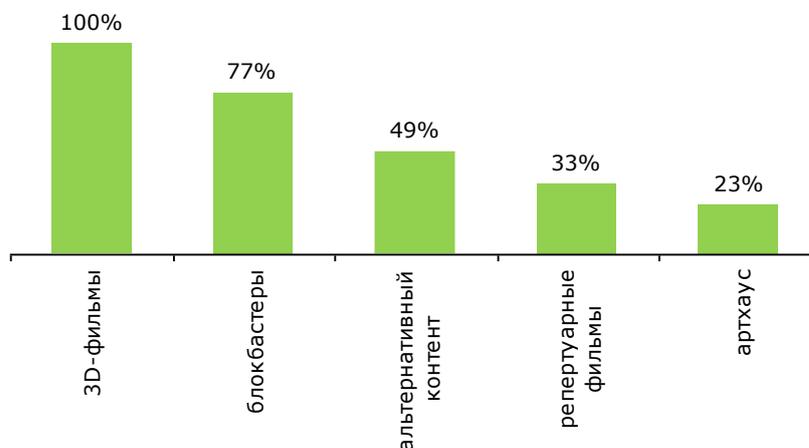
При составлении расписания залов наибольшее давление со стороны дистрибьюторов испытывают местные кинесети – более половины (57%) респондентов этой группы отметили актуальность данного вопроса; это больше чем среди кинотеатров (38% опрошенных независимых кинопоказчиков).

По финансовым вопросам, как выяснилось, наибольшее давление дистрибьюторов приходится на региональные кинесети (этот вариант ответа отметила половина респондентов данной группы). При этом наименьшее давление, после федеральных кинесетей, испытывают самостоятельные кинотеатры (31% независимых кинопоказчиков, что на 12% меньше, чем среди респондентов из группы местных кинесетей) – это можно объяснить наличием ключевых кинотеатров в данной категории, обладающих «рыночной силой» и умело строящих диалог с дистрибьюторами.

При этом сложности во взаимоотношениях с дистрибьюторами испытывают не только пленочные, но и цифровые кинотеатры – об этом заявили 36% наших респондентов. Разумеется, большинство требований прокатчиков относится к блокбастерам и 3D-релизам (это кинопоказчики отметили в 80% случаев наличия давления на роспись цифровых залов).

Мы продолжили наш мониторинг способов использования цифрового оборудования российскими кинопоказчиками. Весной 2010-го в России цифровые кинопроекторы продолжают использоваться для показа 3D-фильмов (это, как обычно, отметили все владельцы цифровых кинотеатров) и 2D-блокбастеров (74%; этот показатель оказался выше, чем зимой, – 56%). Набирает обороты и альтернативный контент – его демонстрировали 46% опрошенных нами владельцев цифровых кинотеатров (в 2009-м – 32%). Для показа репертуарных фильмов (не блокбастеров), а также артхаусного кино цифровое оборудование использовали 31 и 21% респондентов соответственно (при предыдущем опросе так ответили 15 и 10%). В то же время лишь 13% опрошенных кинопоказчиков использовали цифровой проектор для всех без исключения показов (зимой – 7%), а 18% – только для 3D-сеансов.

**Использование цифрового кинопроектора  
весной 2010 года**



Вместе с тем отношение современного кинозрителя к 3D-фильмам меняется: если 62% респондентов оценили его как по-прежнему восторженное, 36% опрошенных кинопоказчиков отметили, что зрители стали более требовательны к 3D-контенту, а один участник исследования даже заметил, что публика в кинотеатре чаще предпочитает 2D-версии фильмов! В тоже время равнодушия зрителей к альтернативе «2D или 3D» не обнаружил ни один кинопоказчик.

При этом наблюдается интересная зависимость ответов об отношении зрителей к 3D-фильмам у кинопоказчиков, в разное время установивших цифровую проекцию. Очевидно, со временем зрители становятся все более требовательными к качеству 3D-релизов, что подтверждается ответами наших респондентов. Так, среди участников опроса, открывших свои первые цифровые залы в 2007 г., уже половина отмечает сейчас возросшую требовательность зрителя, в то время как среди кинопоказчиков, установивших цифровое оборудование в 2009-м, увеличение ожиданий зрителей от 3D отмечают всего 26%. Иначе

говоря, зрители новых цифровых залов еще не успели «насытиться» 3D-фильмами. В то же время некоторые респонденты отмечали, что зрители стали более требовательными к 3D именно этой весной, после выхода фильмов «Битва Титанов» и «Белка и Стрелка: Звездные собаки» в 3D.



Таким образом, весной 2010 г. настроения кинопоказчиков в России остаются оптимистичными, что связано с надеждой на летний сезон блокбастеров, а также со ставкой на 3D-релизы, способные уравновесить сезонный отток зрителей из городов. В то же время многие кинопоказчики испытывают определенные трудности, связанные с установкой и эксплуатацией цифрового оборудования, росписью фильмов (как в обычных, так и в цифровых залах) и финансовыми вопросами. Однако данные проблемы возможно решить путем консолидации кинопоказчиков и дистрибьюторов.