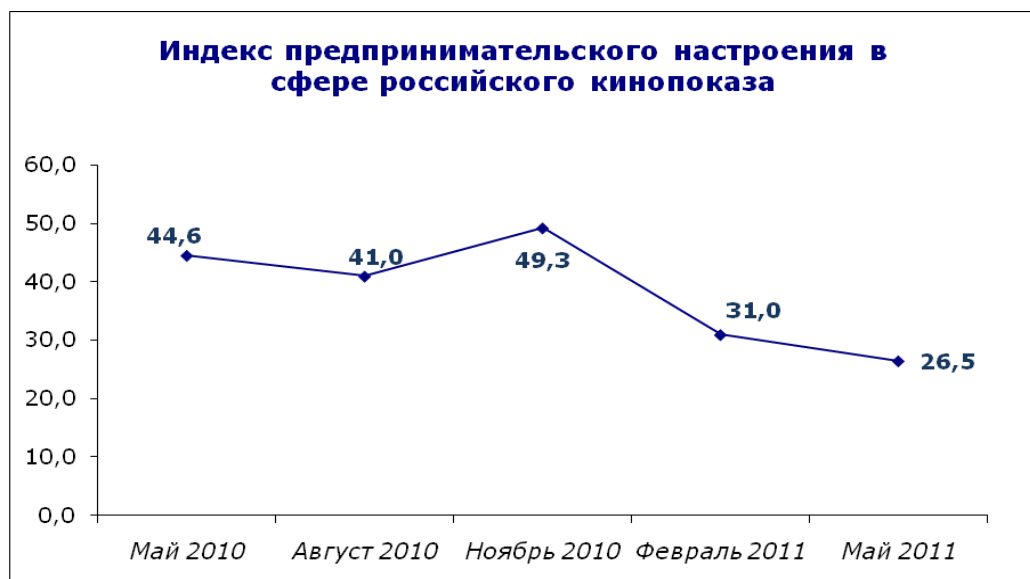


**Индекс предпринимательских настроений
в сфере российского кинопоказа: весна-2011**
Светлана Мудрова, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH



Подводя итоги весеннего киносезона в нашем традиционном опросе кинопоказчиков, мы продолжили мониторинг использования цифровых кинопроекторов, поинтересовавшись также у респондентов, испытывают ли они давление со стороны дистрибьюторов при росписи фильмов в своих пленочных и цифровых залах.

**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 01.05.2011 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	293	885	33,1%
кинзалов	1272	2487	51,1%
городов	110	1095	10,0%
регионов	53	82	64,6%
федеральных округов	8	8	100,0%

В нашем весеннем опросе приняли участие 52 респондента: представители 13 федеральных, 6 региональных, 16 местных киносетей и 17 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 33% кинотеатров, или 51% залов, действующих в стране к началу мая 2011 года. При этом у 50 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (96% опрошенных).

Результаты опроса

Большинство кинопоказчиков (44%) охарактеризовали посещаемость своих кинзалов весной 2011 как удовлетворительную, и еще 21% – как хорошую. Значительно вырос процент недовольных посещением кинотеатров (35%).

Уровень посещаемости весной 2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	18	34,6%
удовлетворительный	23	44,2%
хороший	11	21,2%
всего	52	100,0%

В итоге показатель бизнес-ситуации составил **-13,5%**. Ниже этого показатель отмечался только в мае 2008 года. 44% респондентов были готовы к таким итогам весны, однако половина опрошенных не были готовы к этому неудачному сезону.

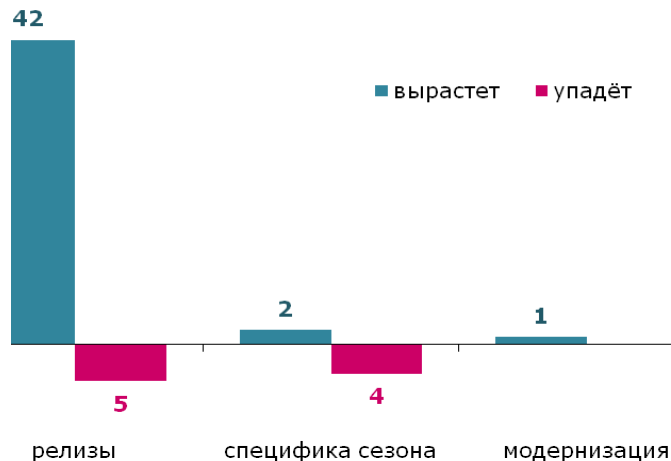
Ожидания кинопоказчиков относительно изменения посещаемости летом 2011-го неоднозначны. Большинство респондентов (81%) надеются на дополнительный приток зрителей в кинозалы; 14% считают, что посещаемость останется на прежнем уровне, а 6% опрошенных предполагают ее возможное уменьшение. Таким образом, показатель бизнес-ожиданий составил **75%**.

Ожидания изменения уровня посещаемости летом 2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	42	80,8%
останется без изменений	7	13,5%
в сторону уменьшения	3	5,8%
всего	52	100,0%

Причиной увеличения посещаемости летом относительно весеннего уровня все кинопоказчики, называют репертуар – «громкие» летние премьеры с высоким потенциалом, многие из которых выходят в формате 3D («Пираты Карибского моря: на странных берегах», «Кунг-фу панда 2», «Тачки 2», «Трансформеры 3», «Гарри Поттер и дары смерти. Часть 2»). Все предыдущие части названных фильмов собирали полные залы и не потеряли своей популярности у зрителей. Некоторые кинопоказчики надеются на «эффект компенсации» – восстановления рынка после зрительского спада интереса к кино в целом, который связывают с экономическими трудностями и невысоким качеством весенней киноафиши. Помимо этого отдельные кинотеатры «надеются на себя»: в них была произведена реконструкция или ремонт, и они ждут открытия в новом современном формате.

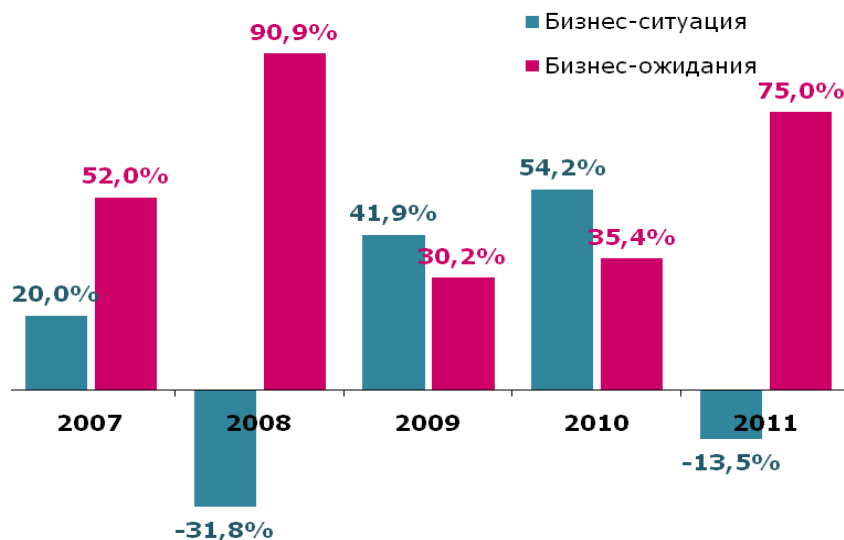
Основания изменения посещаемости кинозалов летом 2011 г.



Индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа весной 2011-го составил:
Business Climate Index = 26,5

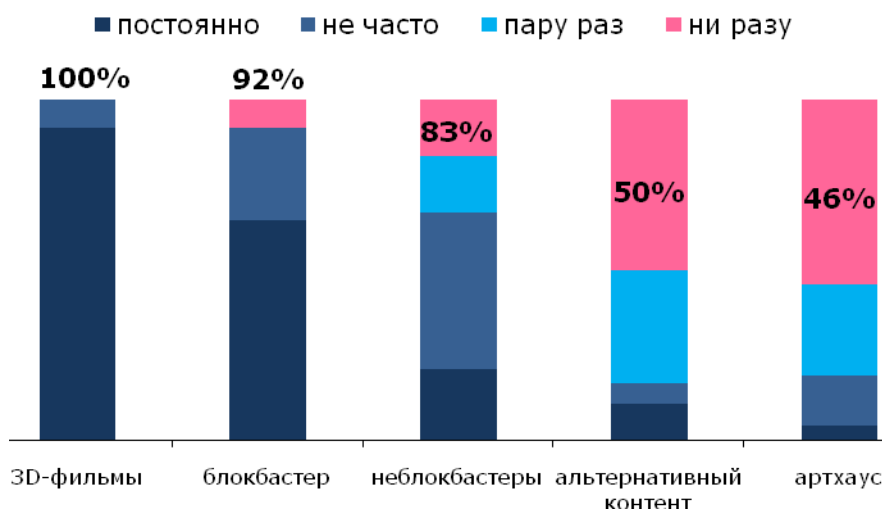
Таким образом, нынешний весенний киносезон оказался для кинопоказчиков не очень удачным. После двух сезонов роста, показатель бизнес-ситуации в мае 2011 года упал до -13,5%. Но кинопоказчики надеются на повышение кинопосещаемости летом – показатель ожиданий оказался более чем в два раза выше, по сравнению с прошлогодней весной. Ситуация напоминает весну 2008 года, когда показатель бизнес-ситуации был отрицательным, и почти все респонденты (91%) ожидали улучшения результатов летом.

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



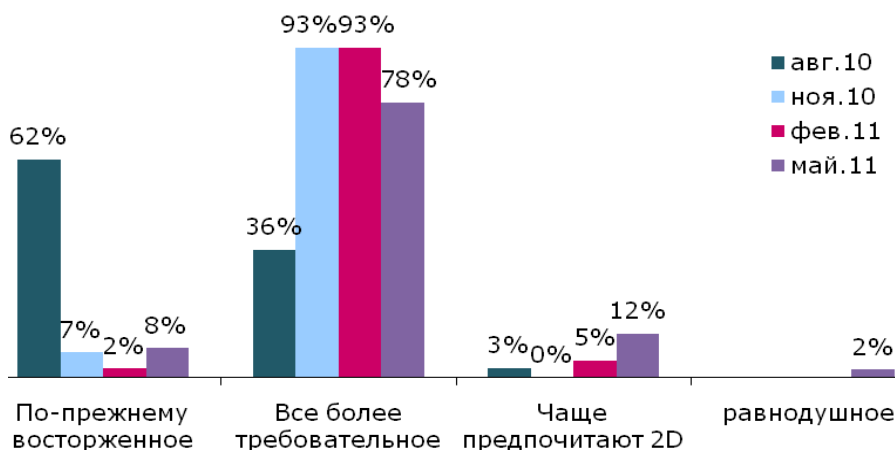
Мы продолжили мониторинг способов использования кинопоказчиками цифрового оборудования. По итогам весны 2011 цифровые кинопроекторы продолжали использоваться для показа 3D-фильмов всеми владельцами цифровых кинотеатров. Показатель демонстрации блокбастеров в цифровом формате остался почти на том же уровне – 92%. А вот степень эксплуатации оборудования для цифрового альтернативного контента и артхауса снизилась – на 8% и 3% соответственно, такие фильмы реже показывают весной. В то же время возросла доля кинопоказчиков, демонстрирующих цифровые копии фильмов-«неблокбастеров», она составила 83% (+4% по сравнению с уровнем февраля).

Способы использования цифровых кинопроекторов



Мы также продолжаем отслеживать наблюдения кинопоказчиков за отношением потребителей к 3D-фильмам. Результаты опроса по итогам весеннего киносеzona показывают, что продолжается повышение требовательности зрителей, однако процент таковых начал снижаться. При этом аудитория все чаще отдает предпочтение фильмам в обычном формате (это отметили уже 12% респондентов).

Преимущественное отношение зрителей к 3D-сеансам

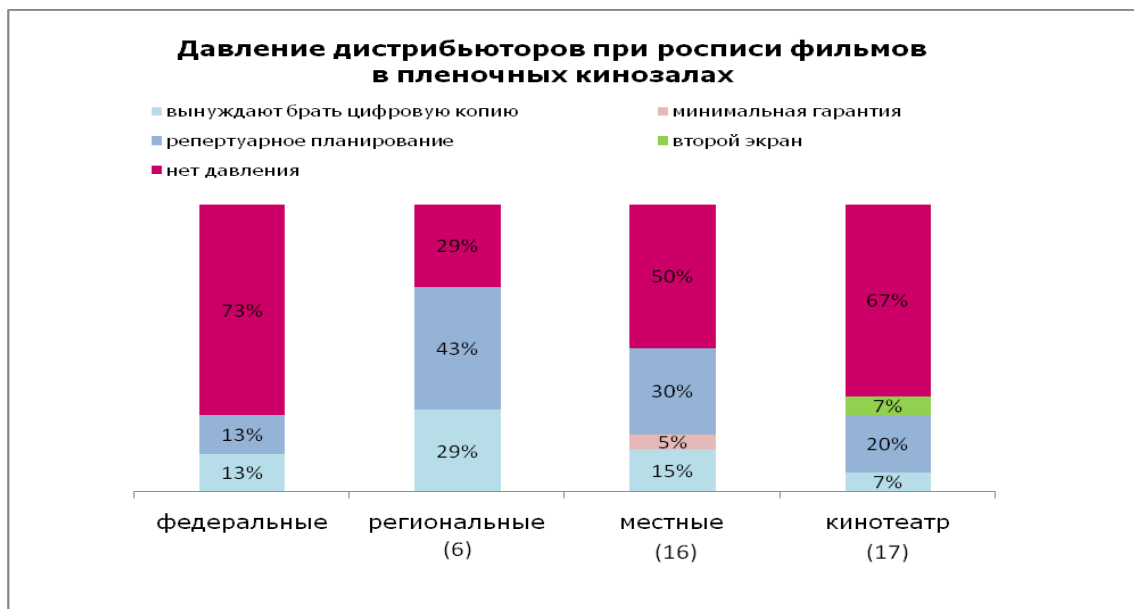


В связи с грянувшим этой весной «карибским кризисом» в российском кинопрокате мы решили спросить наших респондентов, ощущают ли они давление со стороны дистрибьюторов при росписи фильмов в своих пленочных и цифровых кинозалах.

В проблемах при составлении репертуара для 35-мм залов призналась треть респондентов. В 88% случаев это давление связано с тем, что предоставление премьерной 35-мм копии сопровождается жесткими требованиями по репертуарному планированию (число сеансов, залов, недель показа). Один респондент сказал, что может получить 35-мм копию только вторым экраном – после центральных кинотеатров города или региона, поскольку не может выполнить финансовые и репертуарные требования. Еще один отметил, что на первой неделе проката фильма он часто вынужден платить минимальную гарантийную сумму. При этом 50% кинопоказчиков, имеющих цифровые залы, вынуждают брать цифровые копии. Некоторые респонденты отмечают, что ситуация зависит и от самого фильма, и от компании-дистрибьютора.

Наименьшее давление ощущают федеральные сети. Для остальных же сетевых игроков общей проблемой является давление в вопросах репертуарного планирования (испытывают 43% региональных и 30% местных сетей).

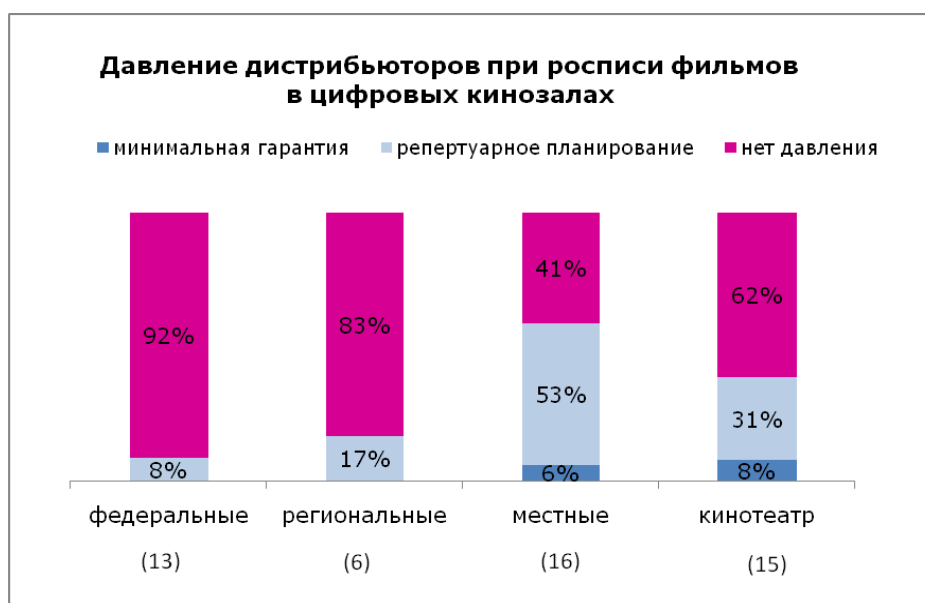
Больше же всего давление испытывают кинопоказчики регионального уровня – это отмечают 73% респондентов данного типа (для них проблемой также является необходимость работать с цифровыми копиями), а также половина местных киносетей (они сталкиваются еще и с минимальными гарантиями). Давление среди независимых кинотеатров испытывают 34% респондентов – для некоторых из них актуальна проблема доступа к фильмам лишь вторым экраном.



Примечание: федеральные (13)

В последнее время дистрибьюторы также стали предъявлять требования при росписи фильмов в цифровых кинотеатрах: это отметили 30% респондентов. При этом требования к репертуару предъявляются даже чаще, чем в случае 35-мм. Встречаются также случаи, когда цифровые копии для показа с первой недели проката фильма дают под минимальную гарантийную сумму (13% ответов).

Основное давление приходится на местные сети, его отмечают 59% респондентов – главным образом в отношении репертуарного планирования, а также требования минимальных гарантий. За ними следуют независимые кинотеатры (39%), региональные сети (17%). А федеральные сети, как и в случае с пленочными кинотеатрами, практически не ощущают этого давления – лишь 8% ограничены в репертуарном планировании.



Таким образом, можно сделать вывод, что сегодня цифровое оборудование используется главным образом для демонстрации 3D-фильмов, блокбастеров и репертуарных фильмов, реже для показа альтернативного контента и артхауса несмотря на тяжелую весну без сильных проектов и при растущей настороженности к 3D со стороны зрителей.

При этом «цифра» неожиданно стала превращаться для российских кинопоказчиков не в средство освобождения от давления дистрибьюторов, а в новое ограничение: требования к репертуару усилились, минимальные гарантии не исчезли, а к этому добавилось также отсутствие выбора между цифровой и пленочной копией, что не позволяет кинотеатрам экономить на эксплуатации цифрового проектора.

Полная информация о динамике индекса настроений кинопоказчиков на сайте www.невафильм.рф.

© 2011 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH