

НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: ВЕСНА 2019 года

Текст: Ксения Леонтьева, Екатерина Шаманина, Александра Желтикова

В весеннем измерении индекса настроения приняли участие 44 кинопоказчика. Почти половина из них – представители малых игроков рынка, четверть – крупных сетей и еще четверть – кинотеатров, чьи залы были открыты при поддержке Фонда кино.

Индексы настроения и посещаемости на зал

Большинство опрошенных (61%) сочли удовлетворительной зимнюю посещаемость. Показатель бизнес-ситуации составил 20,5%.

Уровень посещаемости зимой 2018–2019 гг.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
Хороший	13	30%
Удовлетворительный	27	61%
Плохой	4	9%

Мнения относительно весеннего сезона разделились примерно поровну. С небольшим перевесом (36%) возобладали те, кто считает, что в апреле–мае стоит ожидать увеличения посещаемости. Это сформировало показатель бизнес-ожиданий на уровне 6,8%.

Ожидания изменения уровня посещаемости весной 2019 г.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
Увеличится	16	36%
Останется без изменений	15	34%
Уменьшится	13	30%

Индекс предпринимательских настроений российского кинопоказа весной 2019 года, таким образом, равен:

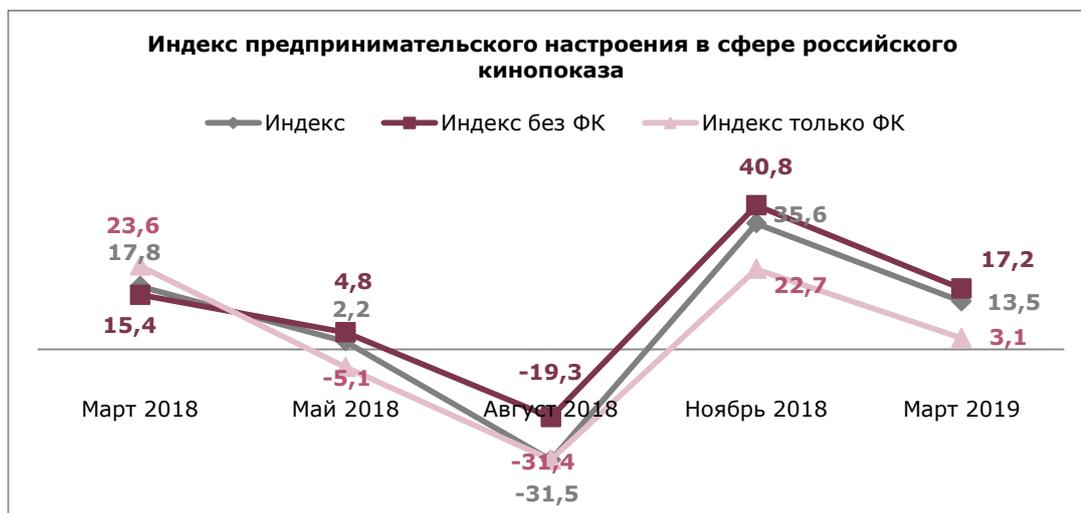
Business Climate Index = 13,5

Падение индекса предпринимательских настроений объясняется ожиданием снижения посещаемости весной 2019 года относительно зимы: традиционно самым прибыльным месяцем в России является январь, после которого наблюдается спад числа продаваемых кинобилетов.

Весной 2018 года значение индекса настроений было близким – 17,8 пунктов, но складывалось оно в большей мере за счет высокой оценки бизнес-ситуации (60%), тогда как ухудшения ситуации ждало гораздо большее число респондентов (бизнес-ожидания -17%). Сейчас же оценка текущего положения и ожидания от будущего сезона более сдержанные и спокойные.

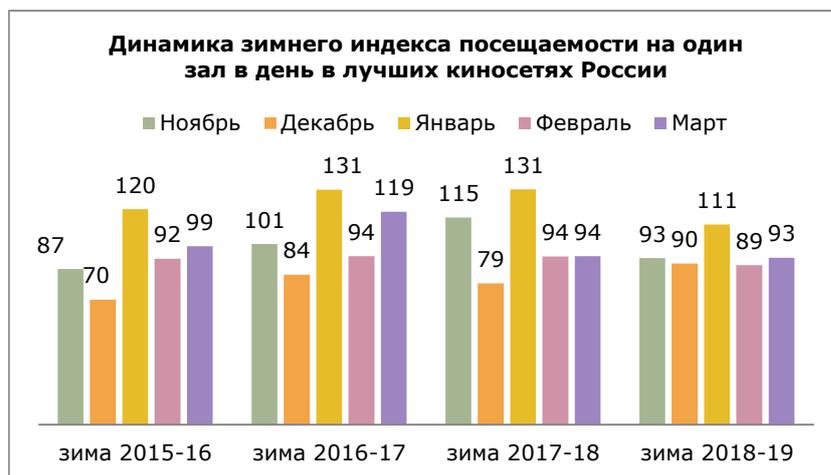


Интересно, что без учета субсидированных Фондом киноплощадок индекс настроения показчиков достаточно устойчив: значения, полученные в марте 2018-го и 2019 годов близки (15,4 и 17,2 пунктов). Настроение же респондентов, представляющих субсидированные кинотеатры, заметно изменилось за год: тогда они были более оптимистичны по сравнению с остальными игроками рынка (индекс составлял 23,6 пунктов), а сейчас – более пессимистичны (всего 3,1 пункт).



Индекс посещаемости на зал в день в лучших кинотеатрах России (RBEI)¹ показывает, что январь 2019-го оказался менее плодотворным, чем в прошлые годы: 111 пунктов по сравнению со 131 в 2018–2018 годах. В то же время декабрь 2018-го стал более посещаемым, нежели обычно. Это произошло благодаря переносу на этот месяц сразу нескольких новогодних голливудских релизов, что помогло выровнять доходы зимних месяцев, однако негативно повлияло на сборы января 2019-го. При этом в текущем году снизилась и посещаемость февраля.

¹ Индекс посещаемости в лучших кинотеатрах России – RBEI – разработан Невафильм Research и основан на статистике посещений в семи федеральных сетях, охватывающих более тысячи залов. Он демонстрирует уровень средней ежедневной посещаемости на зал в текущем месяце относительно среднего числа зрителей на зал в 2013 году (принятому за 100 пунктов). Ежемесячные данные о динамике RBEI можно получать, подписавшись на совместное информационное издание Невафильм Research и журнала «Кинобизнес сегодня» – «Cinema market».

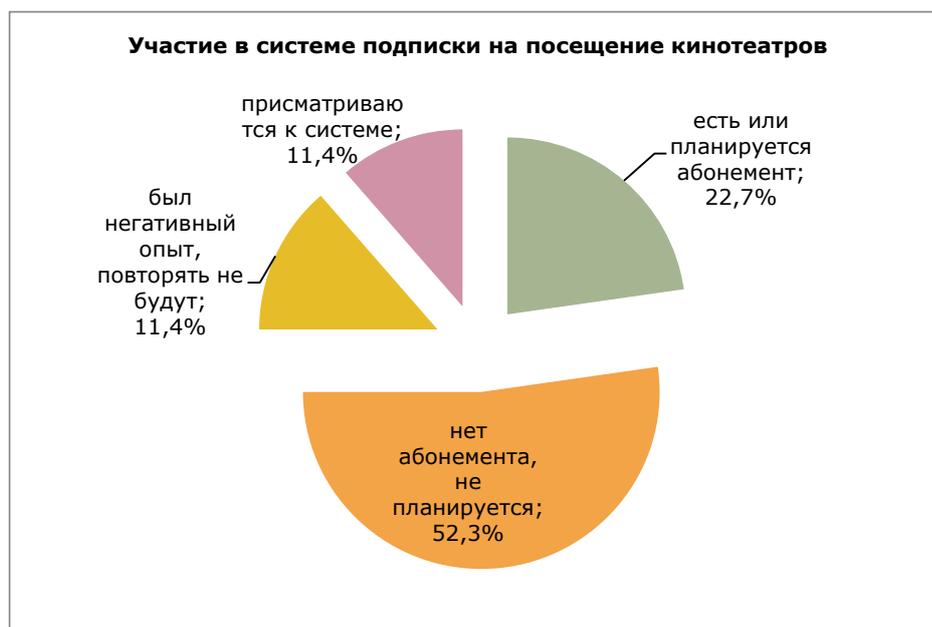


Опрос на актуальные темы

Киноабонементы

В конце прошлого года на российском рынке начали появляться сервисы, предоставляющие зрителям подписку на поход в кино (например, «Киноголик»). Аналогичную программу анонсировала для своих зрителей Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино».

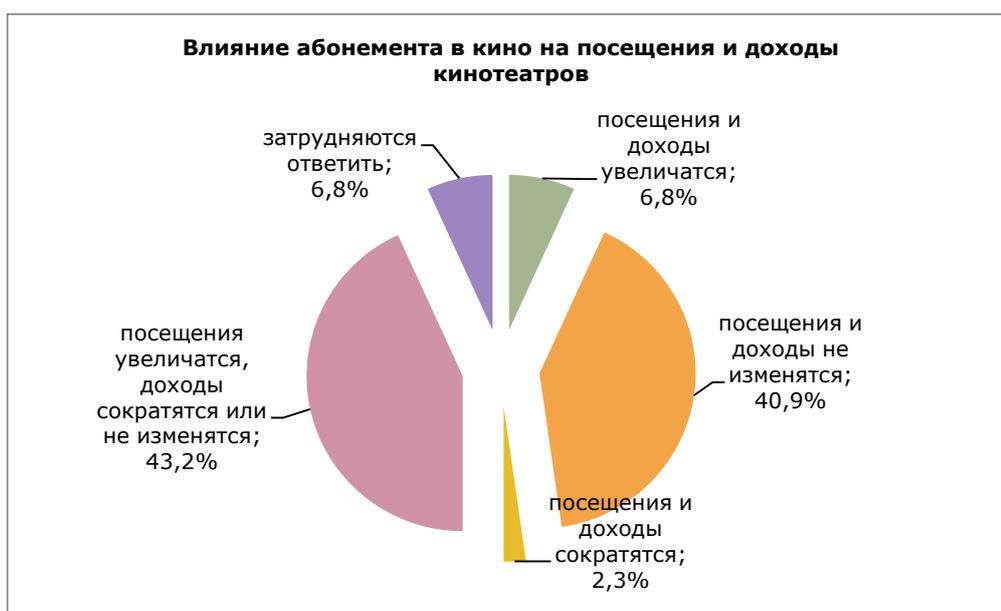
Тем не менее сегодня более 60% респондентов не согласны вводить систему подписки в своих кинотеатрах; 23% всё-таки готовы опробовать данную модель монетизации. В то же время 11% опрошенных уже имели негативный опыт по внедрению подписки на посещение киносеансов и не будут его повторять.



Положительнее всего к абонементу относятся большие сети кинотеатров, в то время как субсидированные площадки в своем большинстве не готовы пойти на это, хотя именно данная группа не имеет негативного опыта подписки.



Большинство респондентов (43%) считают, что введение абонемента позволит увеличить посещаемость, но при этом на доходы кинотеатра она не окажет положительного влияния. 40% опрошенных считают, что абонементы никак не повлияют ни на посещения, ни на доходы. Лишь 7% верят в успех такого способа монетизации работы кинотеатра как с точки зрения посещаемости, так и с точки зрения доходности. А 2% вообще уверены в полностью отрицательном эффекте подписки.



Представители больших сетей в основном уверены, что привлекут новых зрителей (хотя доходы это не повысит). Малые игроки рынка высказывают наиболее противоречивые мнения: именно они подозревают, что абонементы сократят и доходы и посещения кинотеатров. Субсидированные площадки в большинстве своем не видят перспектив роста числа билетов и доходов за счет продажи абонементов.



Административный ресурс в определении дат релизов

В начале марта члены Ассоциации владельцев кинотеатров и ряд крупных киносетей объявили об отказе демонстрировать российско-чешский анимационный фильм «Гурвинек. Волшебная игра» в знак протеста против злоупотреблений административным ресурсом со стороны российских продюсеров (в последнее время изменения дат релизов зарубежных лент накануне их запланированного выхода стали систематическими, что мешает нормальному средне- и долгосрочному репертуарному планированию кинотеатров).

Большинство респондентов (68%) солидарны с отказом от демонстрации фильма, предложенного АВК, причем четверть респондентов приняли участие в акции. Свое неодобрение выразили лишь 16% опрошенных. Другие 16% респондентов не участвовали в акции по ряду причин: четверо нейтрально отнеслись к действиям АВК; двое не могли себе позволить участие в акции, не желая «лишать зрителей детского контента»; один из респондентов не одобрил акции АВК, но положительно отнесся к их последующей инициативе, обратясь с открытым письмом к Министерству культуры с предложением планировать заранее даты выходов «важных национальных проектов»; один из опрошенных предпочел обвинить в случившемся кинопрокатную компанию «Вольга», поскольку «только у этого дистрибьютора случаются громкие скандалы, связанные с получением прокатного удостоверения».



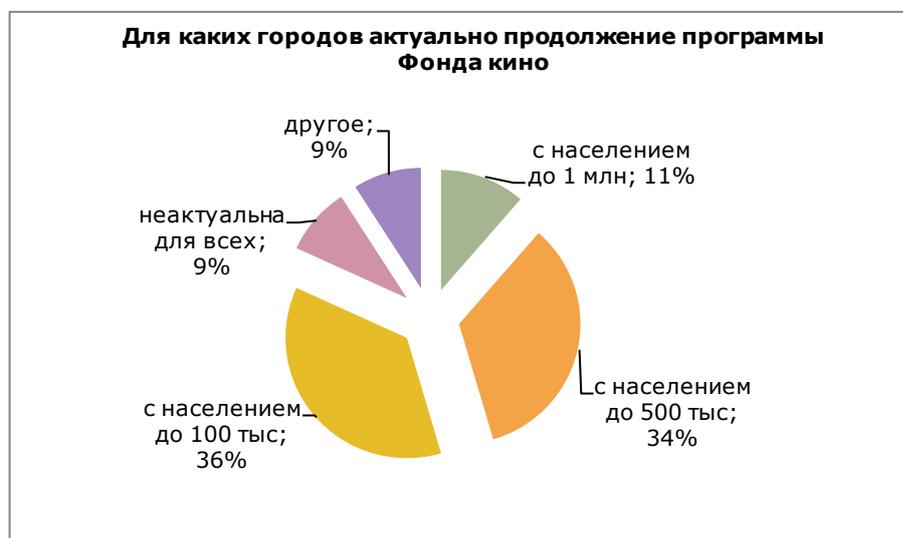
Большие сети кинотеатров с охотой приняли участие в бойкоте или одобрили его. Малые операторы, аналогично крупным сетям, в большинстве своем в нем участвовали; тем не менее некоторые из них не согласны с бойкотом (10%). Среди субсидированных кинотеатров самая большая доля несогласных с акцией – 42%.



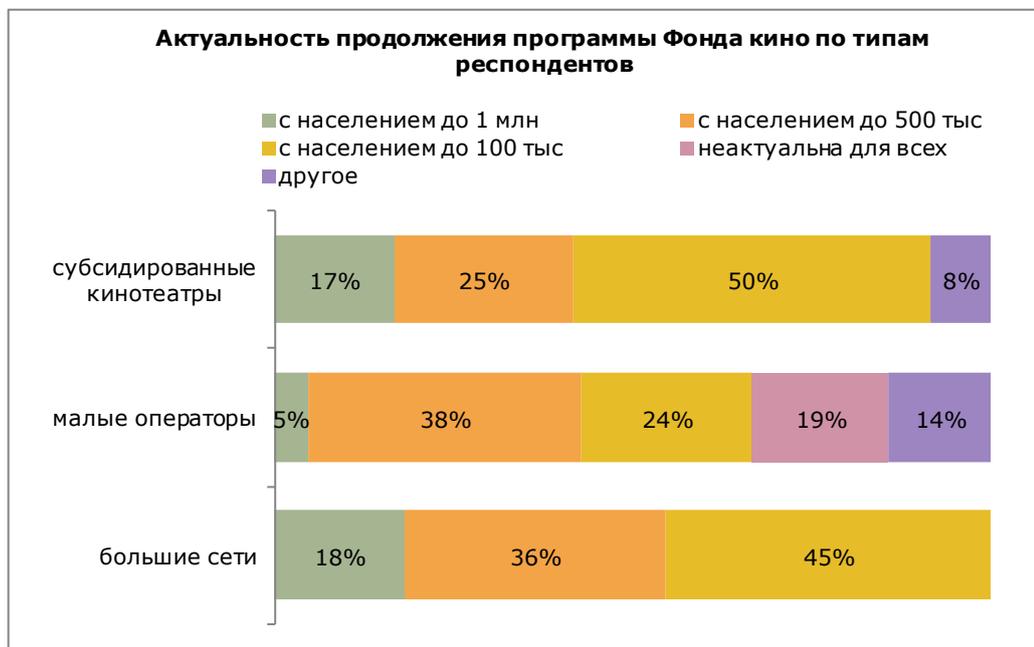
Актуальность программы Фонда кино и другие формы поддержки показа

К 2019 году (благодаря программе субсидирования покупки кинопроекторного оборудования со стороны Фонда кино) в регионах России было открыто 765 залов в 699 кинотеатрах. 129 из них, открытые за счет субсидий, выданных в декабре 2015 года, сегодня уже не несут обязательств по репертуарному планированию 50% сеансов отечественных фильмов в квартал. Министерство культуры планирует продолжить государственную программу кинофикации и к 2025 году профинансировать открытие еще 1200 залов; при этом численность городов, которые будут допущены к программе в дальнейшем, увеличится до 1 млн.

Как показал опрос, абсолютное большинство кинопоказчиков (81%) считает, что продолжение программы Фонда кино актуально, но в городах с населением до 100 тыс. (36%) или до 500 тыс. жителей (34%); лишь 11% согласились с необходимостью расширения круга городов до 1 млн жит. И только 9% полагают, что программу следует остановить. Среди других вариантов ответа было отмечено, что к субсидиям следует допускать только игроков рынка, имеющих многолетний опыт в кинобизнесе.



Неактуальной программу назвали только малые операторы; при этом большинство из них считает, что она должна охватывать города с населением до 500 тыс. Примечательным оказалось совпадение мнений респондентов из субсидированных кинотеатров и больших сетей: почти половина опрошенных в каждой группе отмечают, что программа актуальнее всего для городов с населением до 100 тыс. жит., и чуть менее 20% – для городов с численностью до 1 млн жит.



Мы спросили, какую поддержку кинопоказчики бы хотели получить от государства помимо программы субсидирования открытий.

Большинство респондентов (43%) считает, что нужны изменения на законодательном уровне. Среди них – пожелание запретить требование минимальной гарантии с кинотеатров (5 ответов); убрать квотирование росписи субсидированных площадок, а также защитить кинотеатры от жестких условий дистрибьюторов по числу сеансов одного фильма (по 3 ответа). Столько же голосов было подано против выплаты вознаграждения авторам фильма (композиторам). За отмену регулирования дат релиза высказались двое кинопоказчиков. Также было отмечено пожелание запретить пронос своей еды в кинозалы, ввести штрафы за пиратский просмотр фильмов и обеспечить свободный доступ ко всем фильмам, снятым с господдержкой, для всех кинотеатров.

39% респондентов отметили пожелания относительно финансовой поддержки. Прежде всего это касается введения субсидий на обеспечение доступной среды – оборудования для показов для слепых и глухих зрителей (4 ответа). Два кинопоказчика отметили, что стимулирование показа отечественных картин можно осуществлять за счет введения «рибейтов» или иного вознаграждения кинотеатров за демонстрацию любых российских фильмов (или картин, снятых с господдержкой). Столько же высказались за то, чтобы субсидии Фонда кино можно было потратить не только на покупку кинопроекции, но и на ремонт кинозалов. Отдельные респонденты хотели бы получить субсидии на спутниковое, ТВ, интернет-оборудование или на рекламные кампании в своем регионе, а также гранты на внедрение инноваций. Поступило также предложение изменить распределение кассовых сборов в пользу кинотеатра на субсидированных Фондом кино фильмах (в пропорции 70% на 30%). При этом в числе предложений, касающихся финансовой поддержки, были и пожелания ее ограничения: например, выдавать ее только при условии частно-государственного партнерства; требовать возврат выданных средств, чтобы заинтересовать получателя субсидий в активной коммерческой работе оборудованного зала; или же вообще отменить всяческие программы субсидирования показа, дабы не нарушать сложившееся рыночное равновесие.

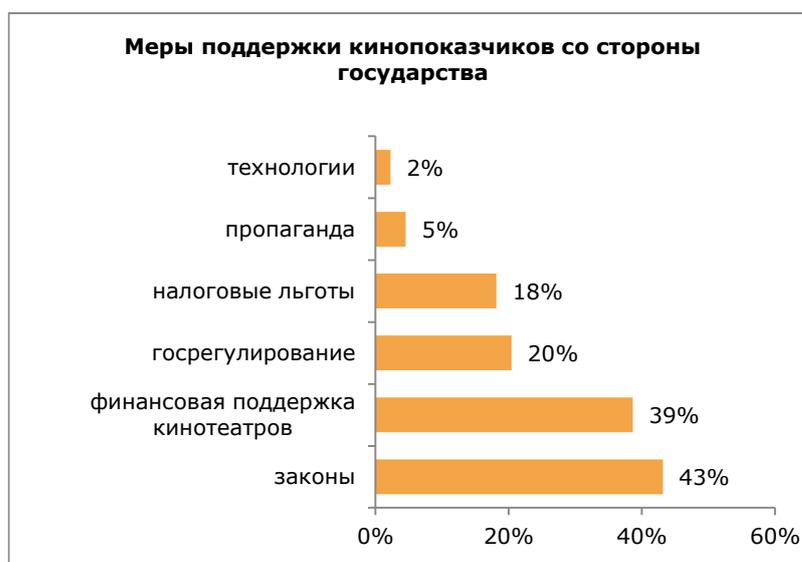
20% респондентов хотели бы изменить госрегулирование отрасли: четверо ответивших предпочли бы, чтобы государство вообще не вмешивалось в кинопрокат.

Среди других предложений этого рода: прекращение завышения рейтингов фильмов и запрета их показа в кинотеатрах, снижение общего надзора над бизнесом. С другой стороны, прозвучали и пожелания выдавать прокатные удостоверения заблаговременно и распределять отечественные релизы в течение года равномерно, чтобы субсидированные кинозалы могли выполнять требования по квотированию без проблем.

18% респондентов посчитали необходимыми налоговые льготы: четверо ответивших не уточнили, какие именно; двое хотели бы снизить налоги на заработную плату; были также предложения по сокращению таможенных сборов и отмены НДС на продукцию кинобаров.

Двое кинопоказчиков (5%) отметили важность мер по популяризации похода в кино путем пропаганды этого способа досуга и организации «Дня школьника».

Один опрошенный (2%) предложил наладить производство отечественных ламп для проекторов, чтобы снизить затраты кинотеатров на покупку этого расходного материала.



Если рассмотреть предложения по типам респондентов, то можно заметить, что больше всего вариантов поддержки высказали крупные киносети, при этом они в значительной степени хотели бы внедрить налоговые льготы. Субсидированные площадки и представители малых компаний в основном надеются на законодательные изменения и финансовую поддержку. При этом правила госрегулирования больше всего волнуют не получавших субсидий игроков рынка.



Подводя итог, можно констатировать, что депрессивные настроения кинопоказчиков относительно весны 2019 года связаны с традиционной сезонностью: самая активная посещаемость кинотеатров проявляется в зимний период (за счет большого количества праздников); весной же стабильно наблюдается спад походок в кино.

К идее киноабонемена показчики отреагировали скорее негативно: большинство респондентов считает данное нововведение нецелесообразным и не готово идти на риск.

Протест против злоупотреблений продюсеров административным ресурсом получил большой положительный отклик среди российских кинопоказчиков: более половины опрошенных поддержали действия АВК, хотя только четверть рискнула принять участие в акции.

Респонденты в целом одобряют продолжение государственной программы кинофикации от Фонда кино, хотя к расширению круга участников за счет крупных городов (до 1 млн жит.) большинство относятся скептически.

В вопросе про меры поддержки кинопоказчиков со стороны государства большая часть опрошенных выразила свое недовольство существующими законами и отметила необходимость внесения поправок в них. Также имеется потребность в вынесении финансовой поддержки за пределы субсидирования открытий.

© 2019, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH