



**Индекс предпринимательского настроения
в сфере российского кинопоказа: лето–2010**
Ксения Леонтьева, Антон Макаров, компания «Невафильм»

Вот и закончилось лето, а с ним и летний киносезон–2010. Подводя его итоги в нашем традиционном опросе кинопоказчиков, мы поинтересовались у них также их мыслями относительно процессов, происходящих на российском кинорынке, в частности в сфере цифрового кино.

**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 01.09.2010)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	246	833	29,5%
кинзалов	984	2273	43,3%
городов	106	1095	9,7%
регионов	51	82	62,2%
федеральных округов	8	8	100,0%

В нашем летнем опросе приняли участие 53 респондента: представители 13 федеральных, 7 региональных, 14 местных киносетей и 19 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 29,5% кинотеатров, или 43,3% залов, действующих в стране к началу сентября 2010 г. При этом у 48 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (90% опрошенных).

Результаты опроса

Большинство кинопоказчиков (56,6%) охарактеризовали посещаемость своих кинозалов летом как хорошую, и еще 43,4% – как удовлетворительную. Неудовлетворенных посещением кинотеатров зрителями не оказалось вовсе. В итоге показатель бизнес-ситуации составил **56,6%**.

Уровень посещаемости летом 2010-го

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	0	0%
удовлетворительный	23	43,4%
хороший	30	56,6%
всего	53	100,0%

Бизнес-ситуация = 56,6%

При этом ожидания большей половины игроков кинорынка оправдались (72%); 8% респондентов были неприятно удивлены неблагоприятным летним киносезоном–2010; 21% затруднился с ответом.

После богатого на природные катаклизмы лета 51% респондентов надеются на увеличение уровня посещаемости грядущей осенью; 24,5% полагают, что ситуация останется без изменений; и также 24,5% ожидают падения уровня посещаемости. В результате показатель бизнес-ожиданий составил **26,4%**.

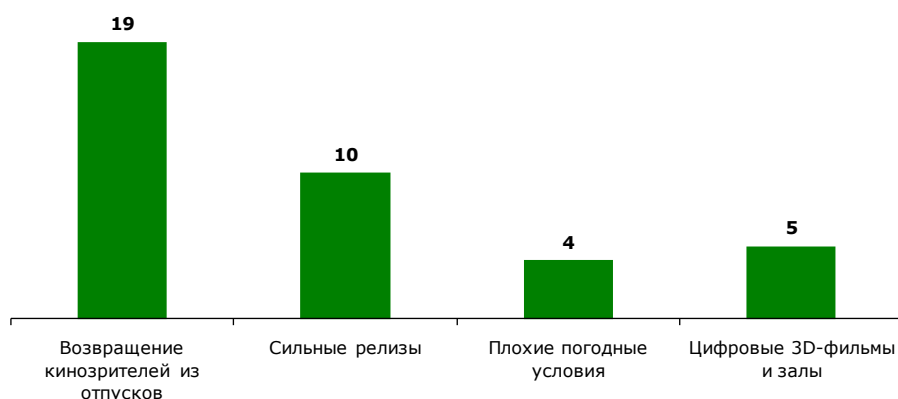
Ожидания изменения уровня посещаемости осенью 2010-го

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	27	51%
останется без изменений	13	24,5%
в сторону уменьшения	13	24,5%
всего	53	100,0%

Бизнес-ожидания = 26,4%

Причиной увеличения посещаемости осенью относительно летнего уровня 19 кинопоказчики называли возвращение кинозрителей из отпусков, а также пополнение залов студентами и школьниками; 10 респондентов выделяют готовящиеся к прокату интересные релизы, а также возлагают надежды на так называемые «спящие» хиты; четыре предполагают, что поход в кинотеатр станет альтернативой другим развлечениям, которые будут невозможны в связи с плохими погодными условиями; пятеро ожидают прироста кинопосещаемости либо в связи с увеличением именно фильмов в 3D-формате, либо – с открытием новых цифровых залов.

Основания увеличения посещаемости кинозалов осенью 2010 г.



Из числа ответивших, что кинопосещаемость осенью не изменится, 11 ссылаются на слабые релизы и только один связывает это с началом учебного года.

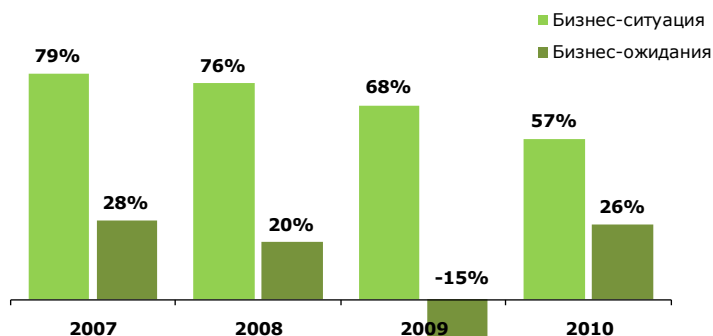
Четыре респондента, указавших на возможность падения кинопосещаемости, связали это со слабыми релизами, с отсутствием очевидных «паровозов» киносборов; еще два пессимистично настроенных респондента сослались на снижение покупательской способности зрителей; а три объяснили свои предположения опытом и статистикой прошлых лет.

Таким образом, в связи с довольно благоприятным летним киносезоном и несмотря на не очень высокие ожидания от осени, индекс предпринимательских настроений в сфере кинопоказа летом 2010-го составил:

Business Climate Index = 41,0

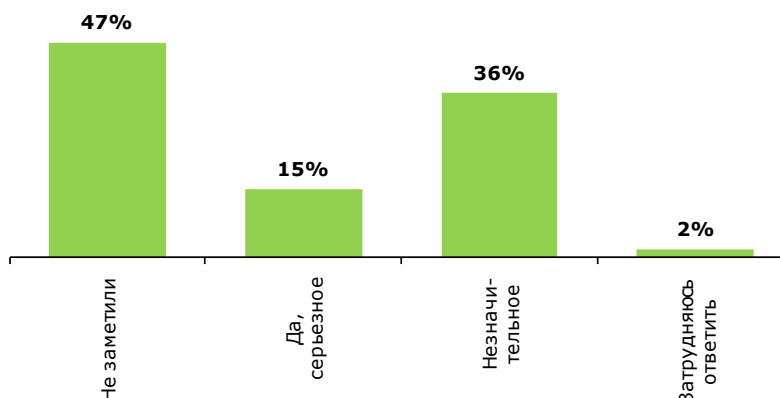
Традиционно августовский индекс настроений отражает ситуацию перехода от периода летних блокбастеров и школьных каникул – к возвращению зрителей из отпусков к повседневным заботам. При этом каждый год положительное значение индекса настроений кинопоказчиков обеспечивается за счет превосходства показателя бизнес-ситуации, над бизнес-ожиданиями. Впрочем сейчас мы наблюдаем ситуацию, свидетельствующую о том, что уровень оценки сегодняшней ситуации с годами неуклонно падает – но эта негативная тенденция в нынешнем году сглажена боле оптимистичными ожиданиями, чем в последние два года (разумеется, виной тому график 3D-релизов отечественного проката в 2010 году).

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



В качестве причины не столь благополучного, как обычно, лета можно было предположить природные аномалии нынешнего года. И мы спросили участников нашего опроса, повлияли ли жара и смог на результаты работы кинотеатров (случались ли у них поломки кондиционеров, систем вентиляции, пожарной сигнализации и пр., вследствие которых срывался кинопоказ). В результате выяснилось, что 47% респондентов жара и смог не застали врасплох, и работа их кинотеатров не прекращалась, а изможденные зрители чувствовали себя вполне комфортно; однако 15% респондентов все-таки почувствовали на себе последствия природной стихии; 36% ответивших в незначительной мере ощутили дискомфорт; один респондент затруднился с ответом.

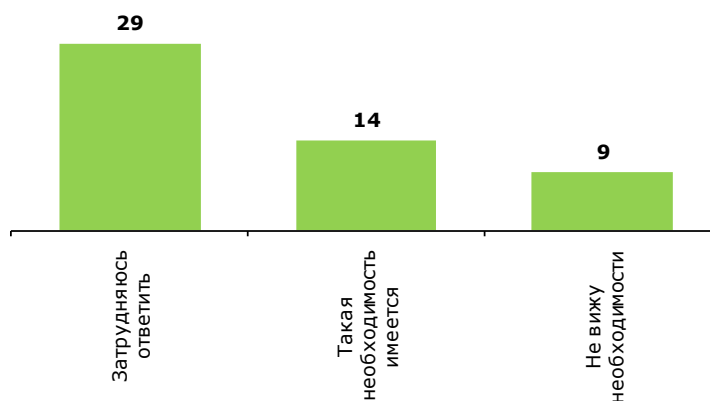
Влияние жары и смога на работу кинотеатров летом-2010



Поскольку в последнее время активизировалась деятельность общественных организаций в сфере кинопоказа, мы задали нашим респондентам вопрос, считают ли они для себя полезным и важным вступление в такие отраслевые сообщества. Однако большинство, 29 респондентов, затруднились с ответом – многие из них заявили об отсутствии информации об этих организациях (несмотря на развернувшуюся в отраслевых изданиях агитационную деятельность); девять ответили категоричным отказом; 14 выразили желание о вступлении,

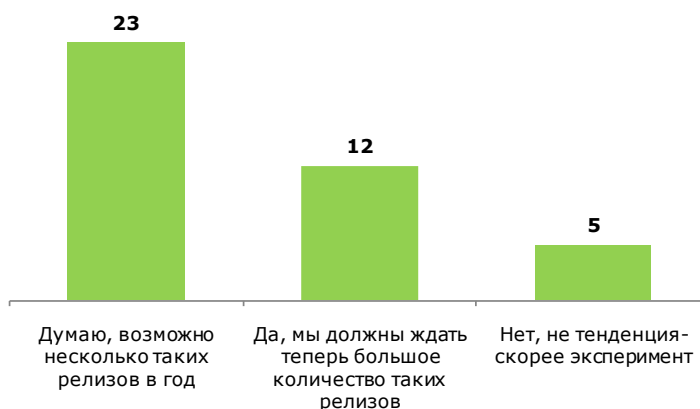
причем, что интересно, двое готовы вступить сразу в обе организации, так как считают, что интересы у них совпадают и в конечном итоге все равно останется одна (а в целом голоса между «Киноальянсом» и «Стратегией кино» распределились практически поровну – девять против восьми).

Необходимость вступления в общественные организации



Мы продолжаем следить за развитием сферы цифрового кинопоказа. В частности, мы поинтересовались у кинопоказчиков, что они думают о недавнем решении дистрибьютора выпустить фильм «Пирания 3D» только в трехмерном цифровом формате. Выяснилось, что большинство респондентов (58% ответивших на этот вопрос) восприняли данный шаг как естественную закономерность и ожидают в дальнейшем постоянного присутствия таких релизов в прокате; а еще треть полагают, что кинотеатрам следует ожидать увеличения числа таких 3D-фильмов, которые не будут иметь аналогов на пленке; лишь 13% ответивших рассматривают эту историю как единичный случай (хотя и такие мнения на рынке есть!).

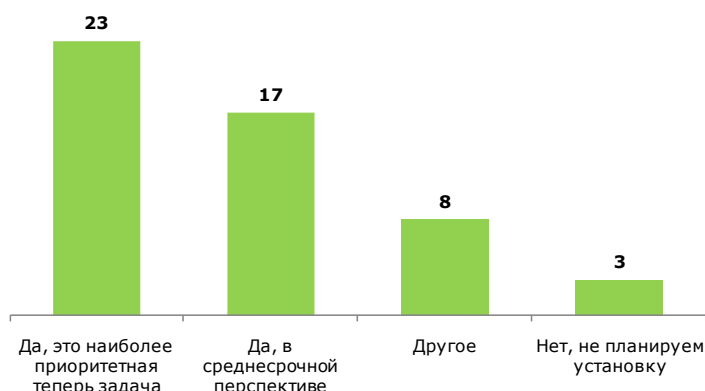
Выпуск фильма только в трехмерном цифровом формате это единичный случай или намечающаяся тенденция.



В то же время данный прецедент, шокировавший владельцев кинотеатров, не оснащенных цифровым оборудованием, мог подтолкнуть их поторопиться с установкой цифрового оборудования, а также содействовать расширению числа цифровых залов в уже оборудованных кинотеатрах. И действительно, 45% ответивших на данный вопрос считают установку цифрового оборудования теперь приоритетной задачей развития своих кинотеатров% еще 33%, планируют установку в среднесрочной перспективе, т. к. в данный момент не имеют достаточного финансирования для этого; в то же время 6% респондентов заметили, что как не планировали покупку цифрового проектора, так и не планируют, несмотря на любые действия дистрибьюторов. Восемь кинопоказчиков выбрали вариант

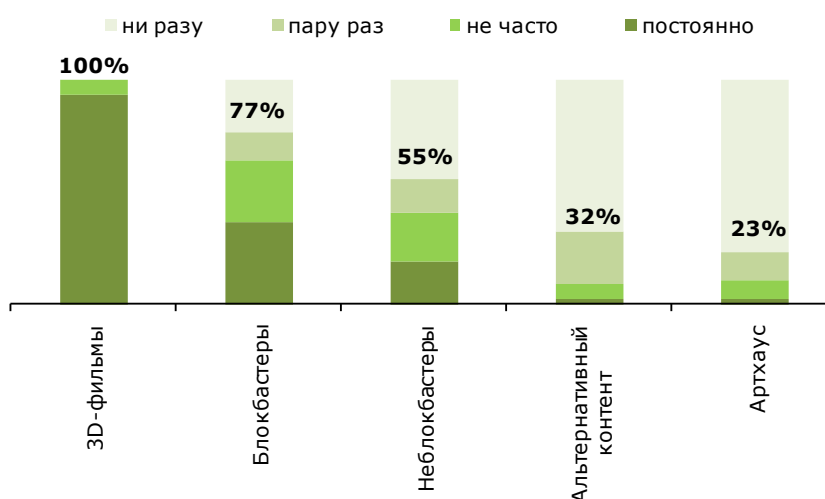
«Другое», обосновав это преимущественно тем, что количеством установленного уже оборудования довольны и пока не видят необходимости в установке новых проекторов.

Изменение планов по установке цифрового оборудования в кинотеатрах после выхода "Пираний" только в цифровом 3D-формате



Мы также продолжили уже традиционный мониторинг способов использования цифрового оборудования российскими кинопоказчиками. Летом, как и весной 2010-го, в России цифровые кинопроекторы продолжают использоваться для показа 3D-фильмов всеми владельцами цифровых кинотеатров. Не изменился показатель с весны и в демонстрации блокбастеров (77% кинопоказчиков) и артхаусных проектов (23%). А вот репертуарные фильмы все больше приживаются на цифровых экранах: доля респондентов, использующих цифровое оборудование для демонстрации обычных двухмерных фильмов выросла с 33% весной до 55% летом. В тоже время теряет позиции альтернативный контент – только 32% респондентов используют цифровое оборудование для его демонстрации (весной 49%), что впрочем связано и с расширением цифровой киносети в России – далеко не каждый кинотеатр способен работать с подобным материалом, а пионеров-энтузиастов на российском рынке цифрового кино в процентном соотношении становится все меньше.

Способы использования цифровых кинопроекторов

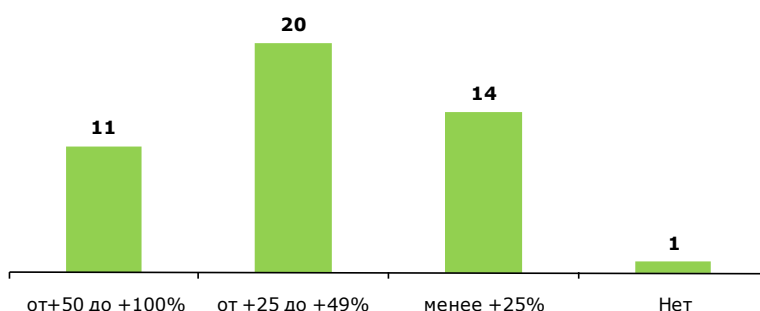


Вместе с тем нам по-прежнему интересны наблюдения кинопоказчиков за отношением современного кинозрителя к 3D-фильмам: на сей раз 86% наших респондентов отметили, что при наличии равноценного выбора между 3D- и 2D-фильмом их зрители предпочитают первый вариант, а еще 10% участников нашего опроса заметили, что их зрители всегда выбирают 3D-фильмы, независимо от их качества. И только двое кинопоказчиков заметили, что их зрители

стали равнодушны к 3D (предпочитают ближайший сеанс) или же вообще негативно к нему настроены. Таким образом, на российских просторах пока не наблюдается массовой усталости кинозрителей от многочисленных трехмерных цифровых фильмов в прокате.

В связи с неослабевающим интересом зрителей к 3D-фильмам кинотеатры имеют возможность повышать цены на трехмерные сеансы: среди наших респондентов это делают 98% кинопоказчиков. Причем большинство из них (43%) делают наценку на 25-49%, треть участников исследования повышают цены менее, чем на 25%, а четверть – на 50–100%. То есть средний уровень цены трехмерных сеансов для зрителей остается примерно на 40% выше стандартной стоимости кинопосещения (что соответствует и нашим прошлогодним измерениям цен предложения на трехмерных цифровых релизах).

Повышение цен на цифровые 3D-фильмы



Таким образом, летом 2010 г. главные надежды российские кинопоказчики возлагают на продолжающуюся цифровую революцию, поскольку число цифровых 3D-релизов растет, интерес зрителей к ним не ослабевает, а цены на кинобилеты остаются достаточно высокими. смотрит на будущую осень с оптимизмом. Кроме того, традиционное сезонное повышение кинопосещаемости позволяет рассчитывать на неплохую осень несмотря на отсутствие ярких блокбастеров в плане кинодистрибьюторов.

© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полная информация о динамике индексе настроения кинопоказчиков на сайте www.nevafilm.ru