

**Индекс предпринимательских настроений  
в сфере российского кинопоказа: лето-2011**  
Элеонора Кольенен-Иванова, НЕБАФИЛЬМ RESEARCH



Летний индекс настроений кинопоказчиков в 2011 году продемонстрировал наихудший результата этого сезона за все пять лет мониторинга; обычно столь низкий уровень был характерен для февральского опроса. Отрадно, однако, что нынешний показатель остался в зоне положительных значений (в отличие от февраля-2009, когда единственный раз мы наблюдали значение отрицательное).

Подводя итоги летнего киносезона и в ожидании неутешительного осеннего, мы продолжили мониторинг использования цифровых кинопроекторов и снова заинтересовались у респондентов, испытывают ли они давление со стороны дистрибьюторов при росписи фильмов в своих пленочных и цифровых залах. Также на этот раз мы решили узнать об интенсивности использования не только цифровых, но и пленочных кинопроекторов, установленных в цифровых залах наших респондентов.

**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 01.08.2011 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	279	880	31,7%
кинзалов	1196	2539	47,1%
городов	106	1095	9,7%
регионов	50	82	61,0%
федеральных округов	8	8	100,0%

В опросе приняли участие 50 респондентов: представители 15 федеральных, 6 региональных, 14 местных киносетей и 15 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 32% кинотеатров, или 47% залов, действующих в стране к началу августа 2011 года. При этом у 46 из наших респондентов в кинотеатрах уже действуют цифровые залы (92% опрошенных).

**Результаты опроса**

Большинство кинопоказчиков (54%) оказались довольны наполняемостью своих залов летом 2011 года. Удовлетворительной летнюю кинопосещаемость сочли 38% респондентов, в то время как недовольными остались всего 8% опрошенных.

### Уровень посещаемости летом 2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	4	8,0%
удовлетворительный	19	38,0%
хороший	27	54,0%
<b>всего</b>	<b>50</b>	<b>100,0%</b>

В итоге показатель бизнес-ситуации составил **46%**. При этом ожидания относительно летнего киносеzona оправдались у 68% респондентов, а для оставшихся 32% опрошенных его результаты оказались неожиданными.

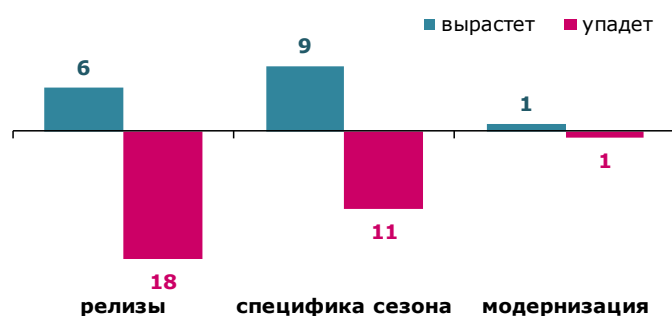
Что касается осеннего периода, то большинство (52%) кинопоказчиков ждут традиционного сентябрьского спада посещаемости. Не видят оснований для изменений в ситуации 20% опрошенных, в то время как 28% респондентов все же надеются на скорый приток зрителей в кинозалы. Показатель бизнес-ожиданий, таким образом, составляет **-24%**.

### Ожидания изменения уровня посещаемости осенью 2011

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	14	28,0%
останется без изменений	10	20,0%
в сторону уменьшения	26	52,0%
<b>всего</b>	<b>50</b>	<b>100,0%</b>

Основные причины столь пессимистичных прогнозов, по мнению кинопоказчиков, кроются в слабом репертуаре (особенно по контрасту с летним сезоном ожидаемых премьер). Также многие респонденты ссылаются на статистику предыдущих лет, согласно которой сентябрь традиционно считается одним из самых нерезультативных прокатных месяцев. Однако наступление осени отмечено некоторыми кинопоказчиками и среди причин возможного увеличения посещаемости кинотеатров: по их мнению, дополнительный приток зрителей будет обеспечен отсутствовавшими летом дачниками, отпускниками и учащимися. Отдельные респонденты делают ставку на репертуар в надежде на «спящие хиты». Как конкурентное преимущество расценивается кинопоказчиками и открытие новых залов: в то время как одни проводят модернизацию в надежде на приток зрителей, другие сетуют на появление новых экранов у конкурентов, опасаясь снижения посещаемости собственных кинотеатров.

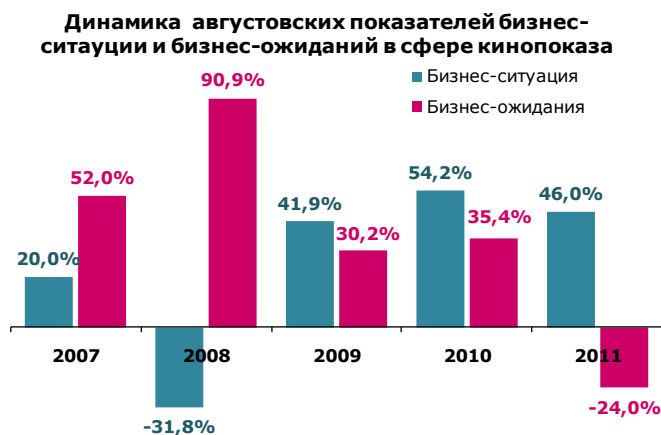
### Основания изменения посещаемости кинозалов осенью-2011



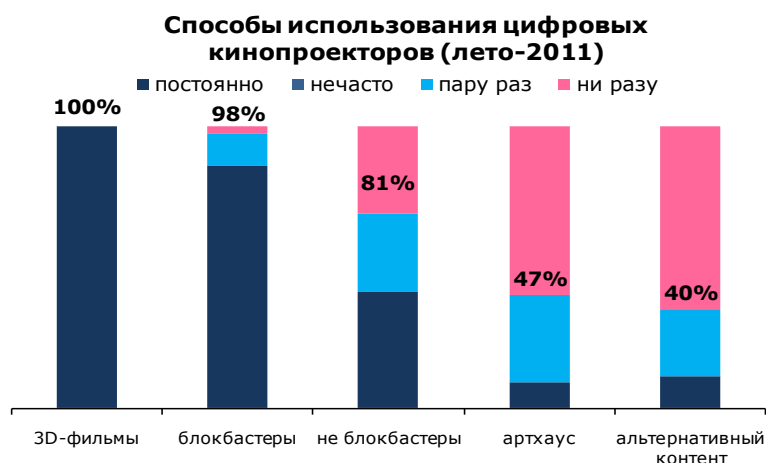
Индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа летом 2011-го значительно снизился и составил:

**Business Climate Index = 8,1**

Таким образом, нынешний летний киносезон оказался для кинопоказчиков довольно успешным, хоть и не настолько, насколько в 2010 году, когда на экраны вышла четвертая часть «Шрэка». Особых надежд на удачное продолжение киногода у наших респондентов нет, поэтому сейчас мы наблюдаем самый низкий из августовских показателей бизнес-ожиданий за последние пять лет.



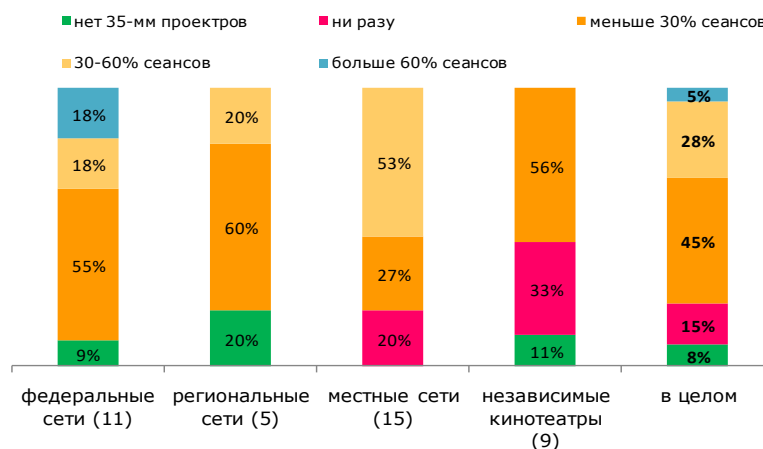
Мы продолжили ставший уже традиционным мониторинг способов использования кинопоказчиками цифрового оборудования. По итогам нынешнего лета цифровые проекторы продолжали использоваться для показа 3D-фильмов *всеми* владельцами кинотеатров. Все большее число кинопоказчиков демонстрируют в «цифре» также двухмерные блокбастеры и артхаусное кино (98% и 47% опрошенных соответственно – против 92% и 46% весной–2011). Показатель уровня показа репертуарных фильмов за последние три месяца снизился до 81% (поскольку лето это сезон блокбастеров). Реже стал демонстрироваться нашими респондентами и альтернативный контент: падение этого показателя за три месяца составило 6% (что неудивительно в период традиционного театрального «межсезонья»).



Также нашим респондентам был задан вопрос об использовании *плёночных проекторов, установленных в цифровых залах*. Выяснилось, что у 8% кинопоказчиков залы полностью цифровые. Наименее расположенными к демонстрации фильмов на плёнке оказались независимые кинотеатры: только один из опрошенных независимых кинопоказчиков не имеет 35-мм проекторов в своих цифровых залах, остальные же отдают предпочтение цифровому показу (треть не показывает фильмокопии в цифровом зале, а половина выделяет под плёнку менее 30% сеансов в неделю). Местные игроки зачастую тоже не используют плёночные проекторы, установленные в цифровых кинозалах (так ответили 20% опрошенных данного типа) или используют их редко (27% – меньше трети сеансов, и еще 53% – менее 60% сеансов в неделю). Среди региональных и федеральных киносетей ни один респондент не сказал, что не использует плёнку в цифровом зале, кроме тех, у кого 35-мм проектора в нем нет (таких оказалось двое); в основном кинопоказчики этой группы демонстрируют менее 30% плёночных сеансов в неделю. Выделять под плёнку более 60% сеансов цифрового зала

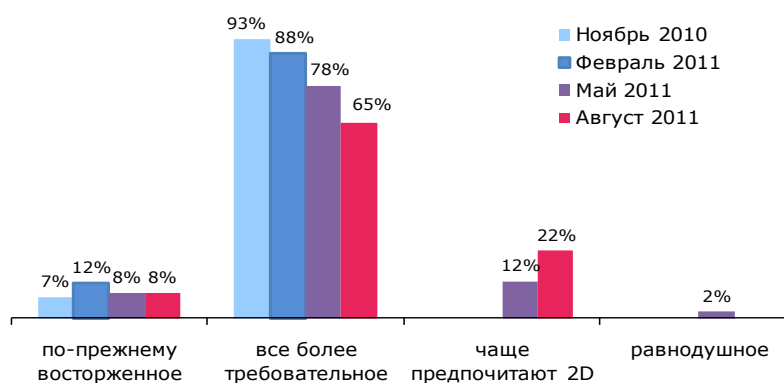
в неделю могут позволить себе только некоторые федеральные киносети, обладающие наибольшей рыночной силой (2 респондента).

### Использование пленочных проекторов, установленных в цифровых кинозалах в 2011 году (сеансов в неделю на зал)



Мы продолжаем отслеживать наблюдения кинопоказчиков за отношением потребителей к 3D-фильмам. Результаты опроса демонстрируют неутешительную тенденцию: все большее число респондентов отмечают, что зрители продолжают разочаровываться в 3D. При этом не только уменьшается число посетителей кинотеатров, идущих исключительно на качественные трехмерные релизы, но и растет процент зрителей, отдающих предпочтение 2D-версиям фильмов. Большинство кинопоказчиков отмечают, что в основе выбора этих зрителей решающую роль играет даже не повышенная цена билета на трехмерные сеансы (хотя и она существенна для 25% респондентов, сталкивающихся с данной проблемой), а качество 3D-изображения, доставляющее зрителям неудобство (это отметили 75% опрошенных).

### Преимущественное отношение зрителей к 3D-сеансам



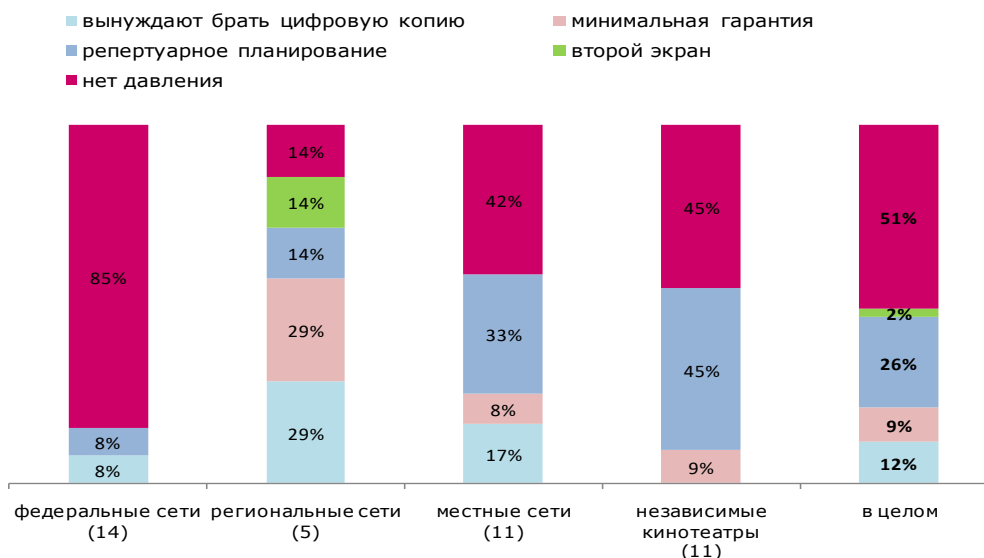
Майский опрос показал, что значительное количество кинопоказчиков сталкиваются с трудностями при росписи фильмов как в пленочных, так и в цифровых кинозалах. Мы решили выяснить, насколько изменилась ситуация за лето.

О проблемах с росписью 35-мм копий заявили уже 49% опрошенных (против 30% в мае). Жесткие требования дистрибьюторов по репертуарному планированию, предъявляемые при предоставлении пленочной копии, по-прежнему беспокоят большинство владельцев кинозалов (об этой проблеме заявили более 26% наших респондентов). Помимо этого 9% кинопоказчиков волнует обязательство выплачивать минимальную гарантийную сумму при получении премьерной 35-мм копии, а 12% – отсутствие выбора между «цифрой» и пленкой. Один респондент также посетовал на возможность получать пленочные фильмы только вторым экраном – из-за сложности финансовых и репертуарных требований дистрибьюторов.

Следует отметить, что за лето уменьшился процент респондентов, не ощущающих давления дистрибьюторов. Эта тенденция коснулась всех типов киносетей, кроме федеральных, среди которых, наоборот, 85% не испытывают трудностей с получением 35-мм

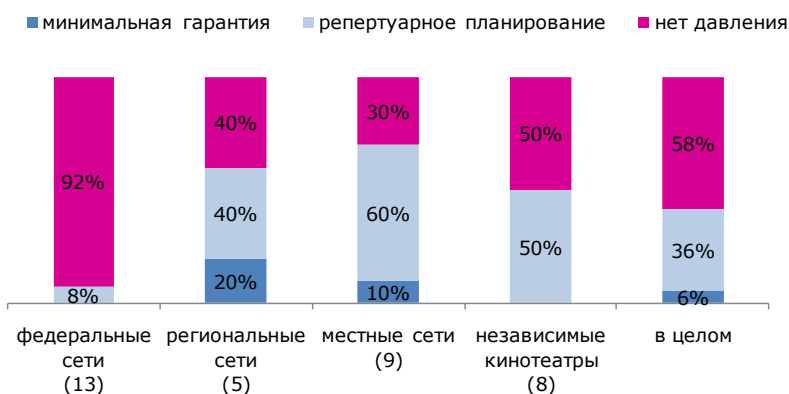
копий. Наибольшее давление при росписи фильмов в пленочных кинотеатрах оказывается на региональные киносети (только 14% респондентов данного типа его не испытывают). При этом основными проблемами региональных игроков являются необходимость выплаты дистрибьюторам минимальных гарантийных сумм и отсутствие выбора между пленочной и цифровой копиями (так ответили 29% опрошенных); также респондентов данного типа в равной степени беспокоят репертуарные условия, выдвигаемые прокатчиками, и выдача пленочных копий на условиях второго экрана (эти проблемы отметили два представителя региональных сетей). Независимых игроков и киносети местного уровня объединяет проблема жестких репертуарных требований дистрибьюторов при предоставлении премьерной 35-мм копии (относится к 33% опрошенных местных игроков и 45% кинотеатров). Любопытно также, что 17% представителей местных сетей указали на сложность получения пленочных копий фильма из-за наличия у них цифровых кинотеатров, в то время как среди независимых игроков ни один не испытывает таких проблем.

### Давление дистрибьюторов при росписи фильмов в пленочных кинотеатрах (лето-2011)



Неутешительная тенденция выявилась и при анализе ответов о росписи фильмов в цифровых кинотеатрах: если среди федеральных киносетей давление дистрибьюторов по-прежнему испытывают всего 8%, то среди остальных игроков это число существенно возросло. При этом выяснилось, что чаще всего дистрибьюторы предъявляют к кинотеатрам жесткие репертуарные требования (по количеству залов, сеансов и недель показа фильма), – эта проблема волнует большинство как независимых (этот вариант отметили 50% респондентов против 31% в мае), так и местных (60% против 53%) и региональных игроков (40% против 17%). Последние два типа киносетей беспокоят и обязательства по выплате минимальных гарантий за цифровую копию (весной эта проблема касалась лишь 8% независимых кинотеатров и 6% местных сетей). Отдельные респонденты отмечают, что проблемы, существующие при росписи как 35-мм, так и цифровых копий, возникают в основном от конкурентного окружения и качества самой картины, а компромиссное соглашение с прокатчиком им удастся найти всегда. Также один из кинопоказчиков признался в возможности получать с дистрибьюторов плату за показ их фильмов в цифровом формате.

### Давление дистрибьюторов при росписи фильмов в цифровых кинотеатрах (лето-2011)



Таким образом, разногласия, возникающие между дистрибьюторами и кинопоказчиками при росписи фильмов, продолжают обостряться. Несмотря на широкие возможности демонстрации 35-мм копий как в пленочных, так и в цифровых кинотеатрах, кинотеатрам становится все сложнее получить пленочную копию из-за дополнительных финансовых и репертуарных требований дистрибьюторов. При этом получение кинопоказчиками цифровых копий также затрудняется – все большее число игроков различного уровня ощущают давление со стороны дистрибьюторов (прежде всего страдают из-за этого нефедеральные сети).

С другой стороны, неактивное использование кинотеатрами пленочных проекторов в цифровых залах (даже при наличии такой возможности) и все более интенсивное использование цифровых проекторов для демонстрации различных типов контента лишним раз подтверждает тезис об активной интеграции цифровых технологий показа в современный кинорынок, а также об укреплении их позиций.

В то же время 3D-формат вызывает все большее отторжение зрителей, причем не столько из-за наценки, сколько из-за неудобства и опасений за здоровье. Это заставляет кинопоказчиков всерьез задумываться о качестве демонстрируемых картин и огорчаться из-за отсутствия в ближайшем будущем сильных релизов. Пессимистичные настроения на рынке кинопоказа вызваны также началом осени, традиционно не приносящим выдающихся прокатных результатов. Однако общее снижение индекса настораживает.