

НАСТРОЕНИЯ РОССИЙСКОГО КИНОПОКАЗА: июнь 2019 года

Текст: Ксения Леонтьева, Александра Лутовинова, Екатерина Одайник

В летнем измерении индекса настроения приняли участие 55 кинопоказчиков. Половина из них – представители малых игроков рынка, 16% – крупные сети и 35% – кинотеатры, чьи залы были открыты при поддержке Фонда кино.

Индексы настроения и посещаемости на зал

Большинство опрошенных (62%) сочли удовлетворительной весеннюю посещаемость. Показатель бизнес-ситуации составил 20%.

Уровень посещаемости весной 2019 г.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
Хороший	16	29
Удовлетворительный	34	62
Плохой	5	9

Мнения относительно летнего сезона разделились примерно поровну. С небольшим перевесом возобладали те, кто считает, что во второй половине июня-августе стоит ожидать уменьшения посещаемости. Это сформировало показатель бизнес-ожиданий на уровне -7,3%.

Ожидания изменения уровня посещаемости летом 2019 г.

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
Увеличится	16	29
Без изменений	19	35
Уменьшится	20	36

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

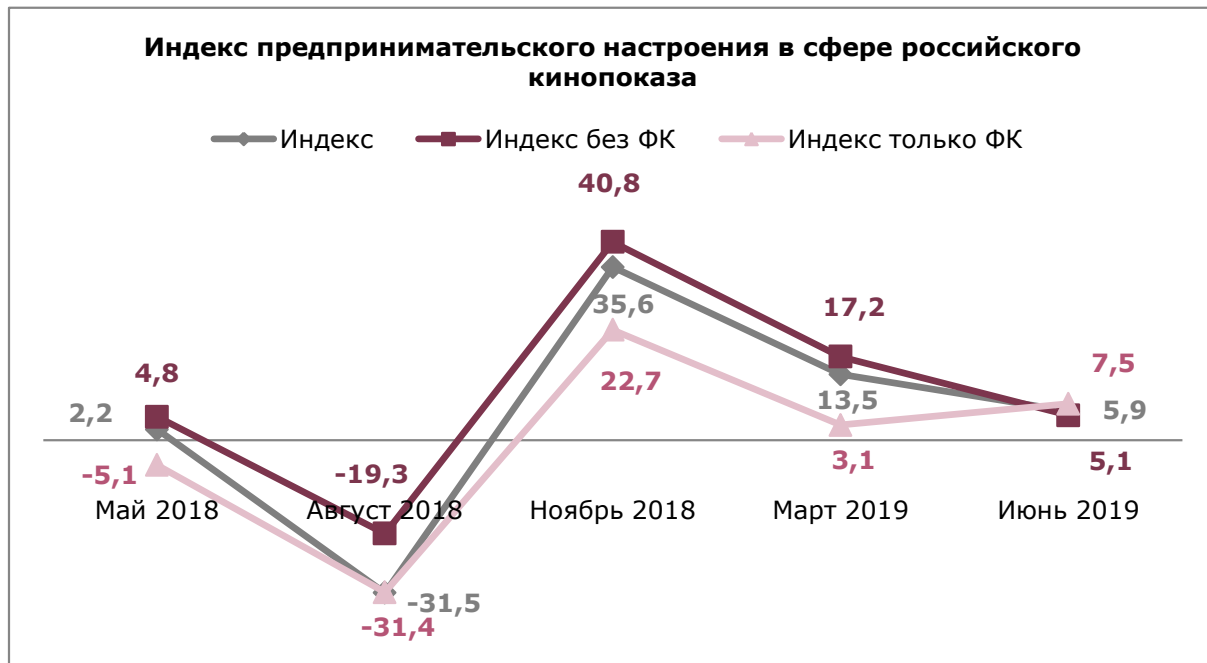
Business Climate Index = 5,9

Падение индекса предпринимательских настроений объясняется ожиданием снижения посещаемости летом 2019 года относительно весны из-за наступления теплой погоды. Традиционно самым прибыльным месяцем в России является январь, после которого наблюдается спад числа продаваемых кинобилетов.

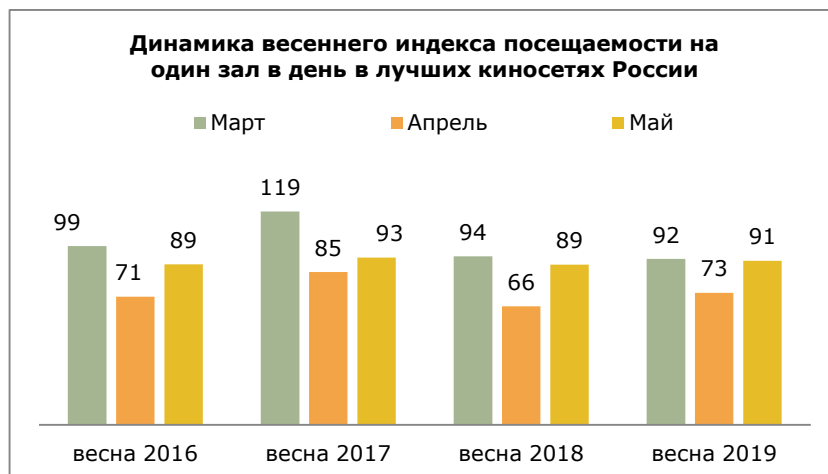
В мае 2018 года значение индекса настроений было немногим меньше – 2 пункта. Складывалось оно за счет отрицательной оценки бизнес-ситуации (-18%), тогда как ожидания от лета были достаточно высоки (+25%). Сейчас картина на рынке кинопоказа противоположная.



Заметим, что и без учета субсидированных Фондом кино площадок, и с их учетом индекс предпринимательского настроения на сей раз остается неизменным, хотя обычно оценка положения на рынке отличается у разных игроков рынка. Так, в мае 2018 года настроения субсидированных кинопоказчиков были отрицательными (-5), а остальных – положительные (+5). Интересно, что в июне 2019-го оптимистичнее взгляд у получивших субсидию игроков (+7,5 против 5,1 у остальных).



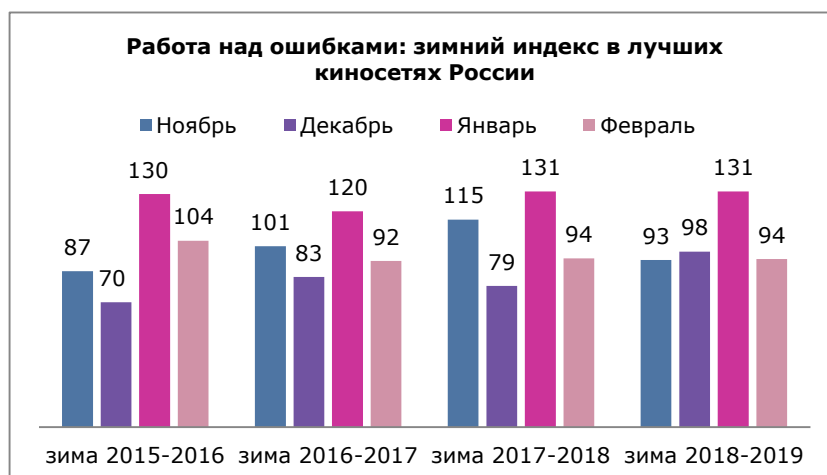
Весенний индекс посещаемости на зал в день в лучших киносетях России (RBEI)¹ в 2019 году оказался близок к результатам 2018-го: март и май показали результат на 2 пункта ниже, тогда как апрель – на 7 пунктов выше, чем год назад.



Отметим, что в прошлом выпуске была допущена ошибка в графике RBEI по результатам зимы: был представлен индекс посещаемости на один зал в день только в Москве – он демонстрировал снижение числа зрителей на зал в январе–феврале. На общероссийском же уровне такого снижения не наблюдалось: январь и февраль полностью повторили результаты 2018 года; декабрь же и в Москве и в России в целом

¹ Индекс посещаемости в лучших киносетях 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».

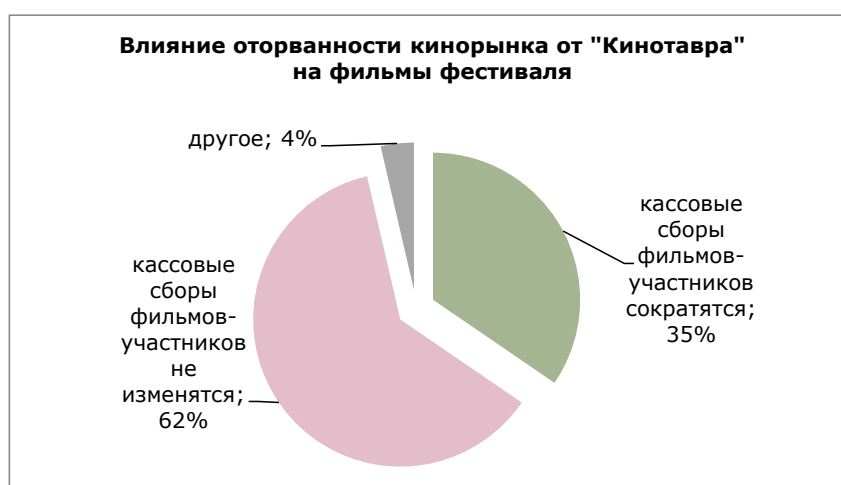
оказался лучше – за счет переноса на этот месяц сразу нескольких новогодних голливудских релизов.



Опрос на актуальные темы Судьба фестивальных фильмов

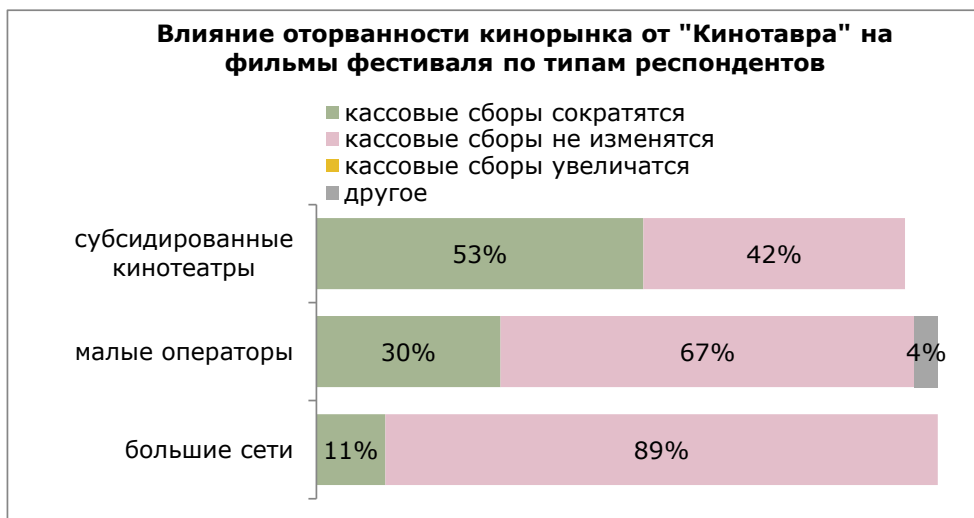
В 2019 году традиционный кинорынок в Сочи, проходивший одновременно с «Кинотавром», был отменен. В результате кинотеатры лишились возможности познакомиться с фильмами фестиваля. При этом победители конкурса и обладатели приза за лучшую режиссуру обычно демонстрируют не слишком высокие результаты в прокате (за 5 последних лет лучшим был «Географ глобус пропил» с 600 тыс. зрителей – показан в 500 залах) и получают все меньшую роспись («Хороший мальчик» в 2016 году получил кредит доверия от 800 кинотеатров, но собрал лишь 319 тыс. зрителей, а «Сердце мира» – победитель «Кинотавра-2018» – на 172 экранах посмотрели 14 тыс. чел.).² Мы спросили, как повлияет на результаты в прокате фильмов-участников оторванность кинорынка от фестиваля.

Большинство респондентов (62%) ответили, что эти результаты не изменятся, 36% опрошенных уверены, что кассовые сборы фестивальных фильмов сократятся; никто не отметил, что они могут вырасти. При этом кинопоказчики говорили, что сегодняшние технологии позволяют донести информацию о фильме до кинотеатров заочно, но успехи картины зависят прежде всего от ее качества и рекламной поддержки (чем фестивальные ленты похвастаться не могут). Они также сетовали на то, что плотная программа кинорынка не давала возможности полноценно посещать показы фестиваля, однако участие в нем помогало кинотеатрам понимать векторы развития современного российского кино.



²По агрегированным Невафильм Research данным журналов «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика» и баз данных ЕАИС и «comScore».

Представители крупных киносетей чаще других предполагают, что проведение в этом году «Кинотавра» отдельно от кинорынка никак не повлияет на кассовые сборы фильмов-участников. Тогда как субсидированные кинопоказчики в большинстве своем прогнозируют сокращение кассовых сборов.



Региональные фильмы

Уже 2 года подряд в России сокращается число новых региональных релизов: в 2016 году их насчитывалось 40, в 2017-м – 23, а в 2018-м – лишь 19.

Главной причиной большинство опрошенных считают финансовые трудности региональных кинопроизводителей (44%). 38% респондентов видят проблему в том, что расписать такие фильмы в кинотеатрах (ввиду обилия премьер) сложно. 29% замечают кризис идей на региональном уровне, еще один кинопоказчик заметил, что эти фильмы не вызывают полноценного спроса со стороны зрителя, ориентированного на блокбастеры. 13% опрошенных верят, что ситуация может измениться и отражает лишь обычные циклические колебания. Четверо (7%) поддержали наше предположение о том, что региональные ресурсы с поддержки своего производителя ушли на привлечение приезжающих продюсеров – благодаря развитию кинокомиссий и рибейтов.



Если рассматривать ответы в зависимости от типа респондентов, то можно заметить, что большие сети видят проблему в кризисе финансирования. Малые игроки больше других замечают сложности с росписью региональных картин. А для

субсидированных кинотеатров на первом плане – нехватка финансирования и идей для таких фильмов.



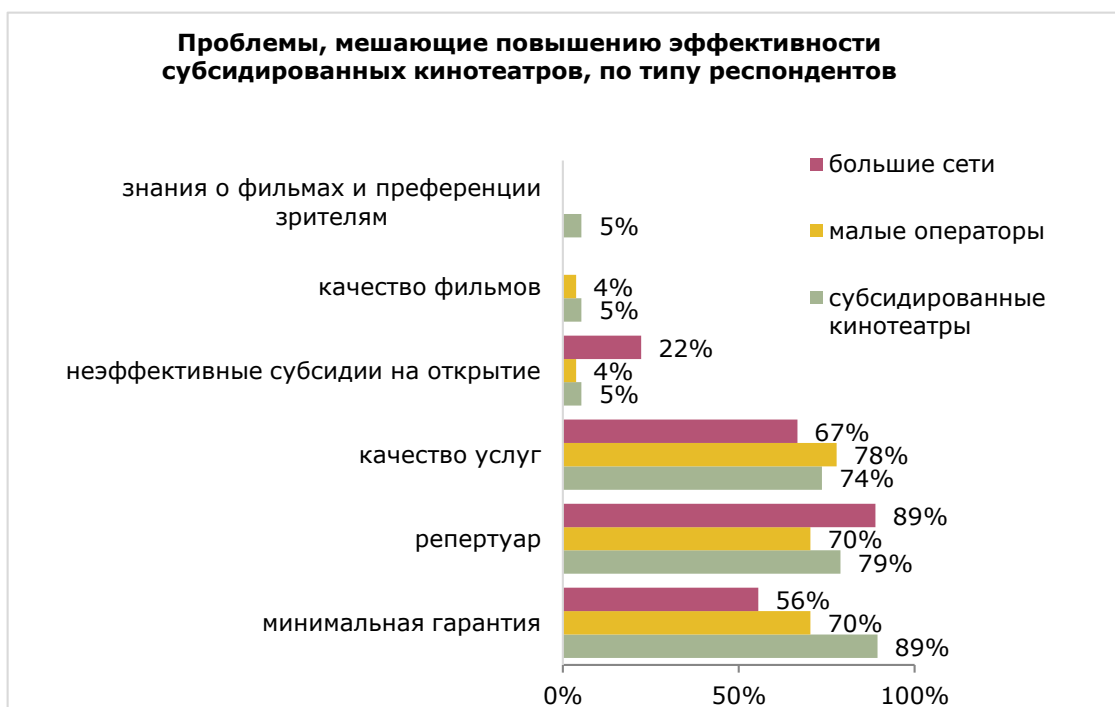
Как повысить эффективность субсидированных кинозалов

К началу 2019 года по государственной программе кинофикации было открыто 762 зала (из числа 811 победителей пяти конкурсов); 81% субсидированных кинотеатров работают по договорам репертуарного планирования или управления с более крупными сетями или независимыми букерами. Программа выдачи субсидий Фондом кино для кинозалов в малых городах продолжается: недавно опубликован список 204 получателей субсидий 6-й волны. При этом в 2019 году их доля по числу кинотеатров достигла 37%, а по кассовым сборам – лишь 4,3% (данные «comScore»). Даже министр культуры РФ Владимир Мединский посетовал на низкую посещаемость этих кинозалов и возложил за это вину на региональные власти. Мы поинтересовались у наших респондентов, в чем они видят пути повышения эффективности субсидированных киноплощадок.

Предложенные нами ответы, а также высказанные рекомендации опрошенных позволили выделить 6 основных направлений этой проблематики: во-первых, они касаются непривлекательности репертуара, который могут себе позволить малые кинотеатры; во-вторых, речь идет о требованиях минимальной гарантии; в-третьих, в таких залах обычно невысоко качество предоставляемых услуг; в-четвертых, субсидии на открытие выделяются недостаточно эффективно; в-пятых, отечественные фильмы, с которыми им приходится работать, не всегда высокого качества; наконец, российским зрителям не хватает дополнительных стимулов для посещения отечественных фильмов. Отметим, что три последние проблемы обозначились на основе свободных ответов респондентов, в связи с чем их популярность заметно ниже, чем у первых трех.



Распределение ответов по типам респондентов тоже значимо: минимальная гарантия в наибольшей степени беспокоит именно субсидированные кинотеатры; малые операторы считают самой острой проблемой качество оказываемых услуг; а большие киносети видят корень проблем в репертуарной политике и отмечают неэффективность определения получателей субсидий на открытие кинозалов.



Если же рассматривать предлагаемые пути решения этих проблем³, то наибольший отклик (60% опрошенных) в отношении минимальной гарантии нашло предложение запретить чинить препятствия для выпуска фильма в кинотеатре, который является единственным в городе; на второй позиции – установление прокатной платы на уровне 25% кассовых сборов (36%); на третьей – ограничение минимальной гарантии в 5000 (или даже в 2500) руб. (33%).

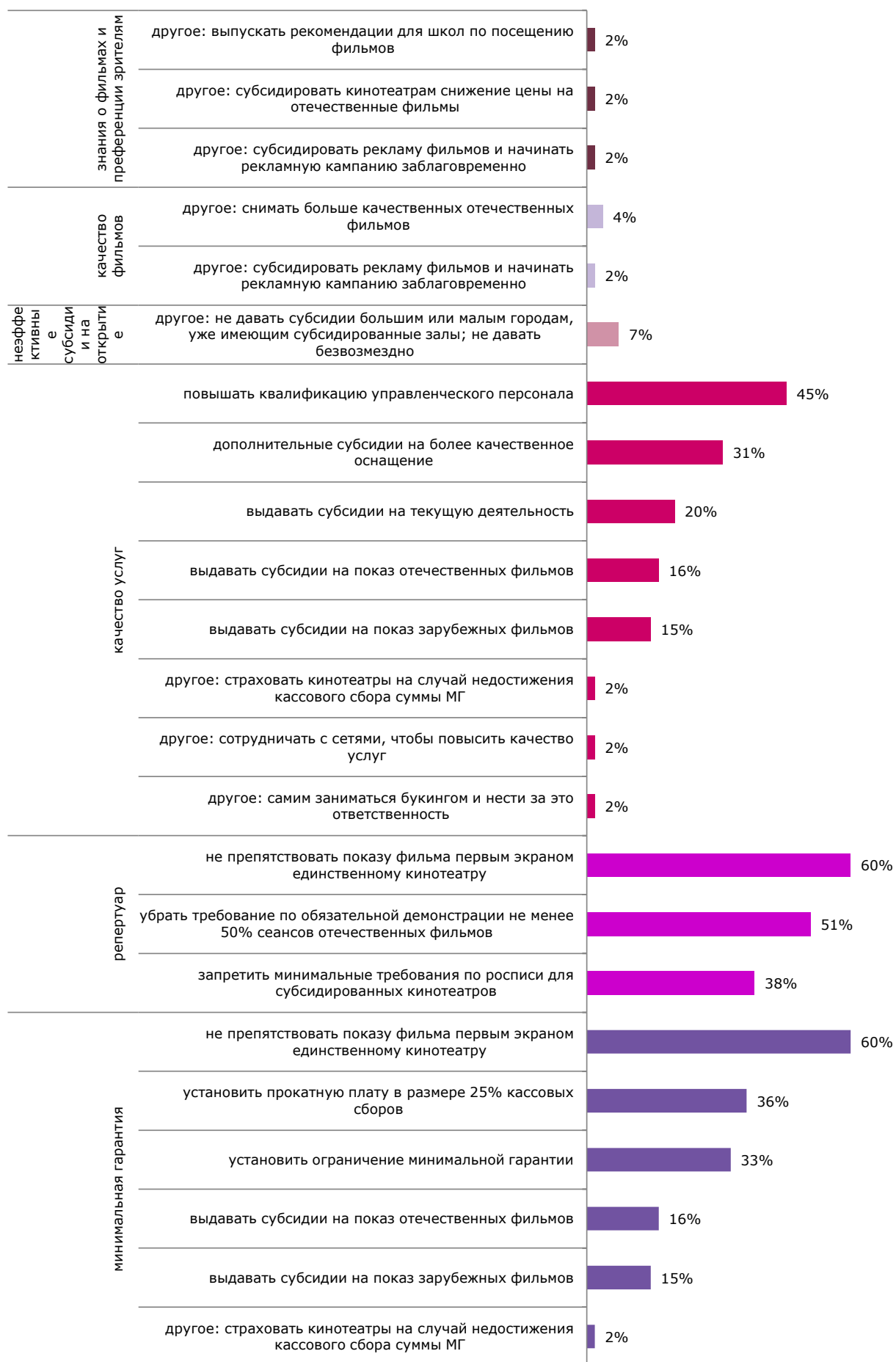
Первый вариант в случае борьбы с МГ, полагают кинопоказчики, способен спасти субсидированные кинотеатры и от проблемы скудного репертуара. Половина респондентов видит необходимость отмены обязательного требования по 50%-й квоте на сеансы отечественных фильмов (отметим, что представителей самих субсидированных залов среди них меньше всего – 42%). 38% верят, что проблемы с репертуаром может решить запрет дистрибьюторам устанавливать минимальные требования к росписи фильмов.

³ Некоторые предложенные варианты нацелены на решение сразу нескольких проблем.

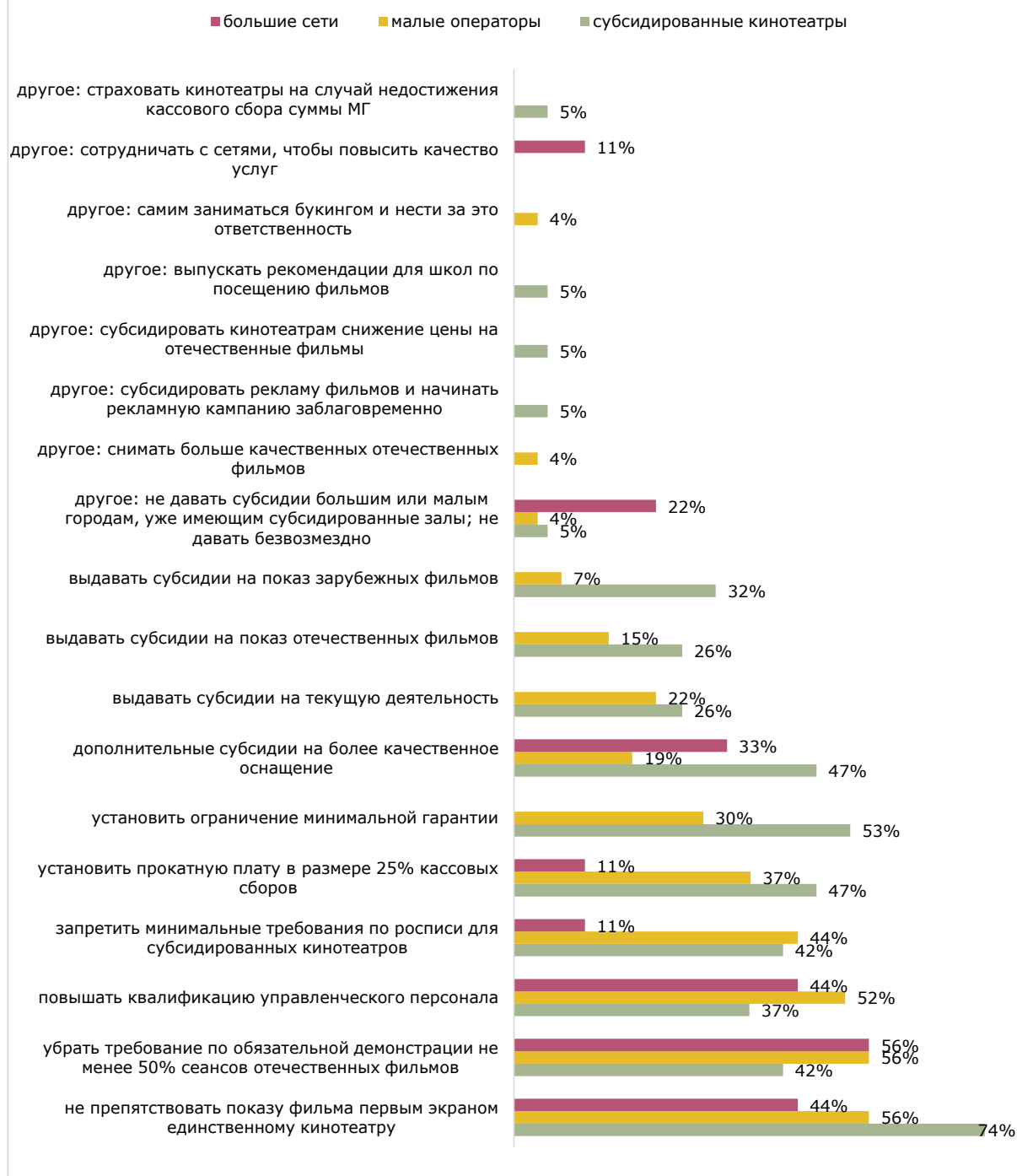
Наибольшее разнообразие вариантов решения у проблемы низкого качества услуг субсидированных кинотеатров. Здесь 45% опрошенных видят выход в повышении квалификации управленческого персонала; 31% думает, что ситуацию спасет выдача дополнительных субсидий на переоборудование (сверх выдаваемых Фондом кино 5 млн руб.; большинство – среди получателей грантов Фонда (47%), тогда как малые независимые операторы эту идею поддерживают меньше всего (19%)); лишь 20% надеются на субсидии.

Что касается спорности их выделения на открытие залов в малых городах, то об этом говорили сразу несколько респондентов, но по-разному. Одни из них считают, что выдавать средства надо только на возвратной основе, чтобы стимулировать коммерческую деятельность получателей. Другие полагают, что Фонд кино не должен идти в города с населением выше 500 тыс. жит. Третьи – что в малых городах стоит ограничить число возможных получателей субсидии одним оператором, чтобы не плодить необоснованную конкуренцию.

Пути решения проблем, мешающих повышению эффективности субсидированных кинотеатров



Меры повышения эффективности субсидированных кинотеатров по типам респондентов



Подводя итог, можно констатировать, что пессимистичные настроения кинопоказчиков в июне 2019 года связаны с традиционным летним спадом, однако в этот раз ожидания еще ниже, чем в мае 2018 года.

Оторванность кинорынка от «Кинотавра», по мнению кинопоказчиков, не должна повлиять на кассовые сборы фильмов-участников фестиваля. Причину сокращения региональных релизов респонденты связывают с кризисом финансирования и сложностями с росписью. А с проблемой неэффективности субсидированных кинотеатров предлагается бороться, введя запрет на препятствие показу фильма первым экраном в тех населенных пунктах, где субсидированный кинотеатр – единственный, повышая квалификацию персонала, а также отказавшись от 50%-й квоты на сеансы отечественных фильмов.

© 2019, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
Полную информацию о динамике индекса настроения
кинопоказчиков читайте на сайте nevafilm.ru
Ежемесячная динамика RBEI доступна по подписке «Cinema Market»