

## Индекс предпринимательского настроения в сфере российского кинопоказа: зима 2012–2013

Элеонора Кольенен-Иванова, Евгения Самулкина



При подведении итогов зимнего киносезона 2012–2013 мы задали кинопоказчикам традиционные вопросы об оценке уровня посещаемости и ожиданиях на грядущий зимний период, а также поинтересовались тем, какую долю в их репертуарном планировании по итогам 2012 года занимает российское 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 01.02.2013 г.)	% охвата от общероссийской численности
кинотеатров	294	1067	27,6%
кинзалов	1306	3166	41,3%
городов	150	1100	13,6%
регионов	50	82	61,0%
федеральных округов	8	8	100,0%

В зимнем опросе приняли участие 40 респондентов: представители 14 федеральных, 5 региональных, 11 местных киносетей и 10 независимых кинотеатров. Таким образом, охват выборки составил 27,6 % кинотеатров, или 41,3 % залов, действующих в стране к началу февраля 2013 года. При этом все респонденты имеют цифровые залы.

### Результаты опроса

Большинство кинопоказчиков (57,5 %) сочли прошедший зимний киносезон удовлетворительным, еще около трети (30 %) – хорошим, а 12,5 % остались недовольны посещаемостью в период с ноября 2012-го по февраль 2013-го.

### Уровень посещаемости зимой 2012–2013

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
плохой	5	12,5 %
удовлетворительный	23	57,5 %
хороший	12	30,0 %
<b>всего</b>	<b>40</b>	<b>100,0 %</b>

В итоге показатель бизнес-ситуации составил **17,5 %**; это самый низкий февральский уровень за всю историю наблюдений: обычно зимний показатель не опускается ниже 40 % (так, зимой 2012-го он составлял 50 %, а в феврале 2010-го достиг рекордных 92 %). Следует отметить, что нынешний киносезон оказался недостаточно удачным довольно неожиданно:

традиционно под Новый год выходит довольно много блокбастеров (в этом году «Хоббит: Нежданное путешествие», «Три богатыря на дальних берегах» и другие). Однако мнения кинопоказчиков существенно разделились: в феврале чуть менее половины респондентов (47,5 %) отметили, что их ожидания относительно зимнего киносеzona оправдались, а 45 % ошиблись в своих прогнозах; 7,5 % респондентов не смогли дать однозначный ответ.

#### Ожидания относительно зимнего киносеzona

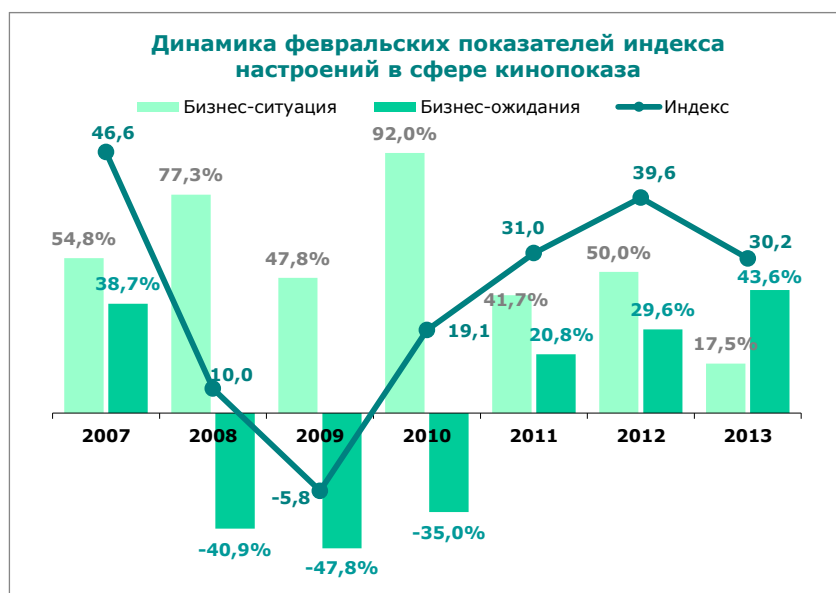
Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
оправдались	19	47,5 %
не оправдались	18	45,0 %
затрудняюсь ответить	3	7,5 %
<b>всего</b>	<b>40</b>	<b>100,0 %</b>

Ожидания кинопоказчиков относительно изменения посещаемости предстоящей весной необычайно высоки: 56,4 % надеются на приток зрителей в кинозалы, почти треть не видит оснований для изменения ситуации (30,8 %), а падения посещаемости ожидают 12,8 % респондентов.

#### Ожидания изменения уровня посещаемости весной 2013

Варианты ответов	Кол-во ответов	% ответов
в сторону увеличения	22	56,4 %
останется без изменений	12	30,8 %
в сторону уменьшения	5	12,8 %
<b>всего</b>	<b>39</b>	<b>100 %</b>

Показатель бизнес-ожиданий составил **43,6 %**. В отличие от бизнес-ситуации, в феврале 2013 года данный показатель достиг своего максимального значения за всю историю наблюдений. Следует отметить, что в период с 2008-го по 2010 год февральские бизнес-ожидания кинопоказчиков принимали отрицательные значения, однако с 2011-го данный показатель стал расти (20,8 % в феврале 2011-го; 29,6 % – в прошлом году).

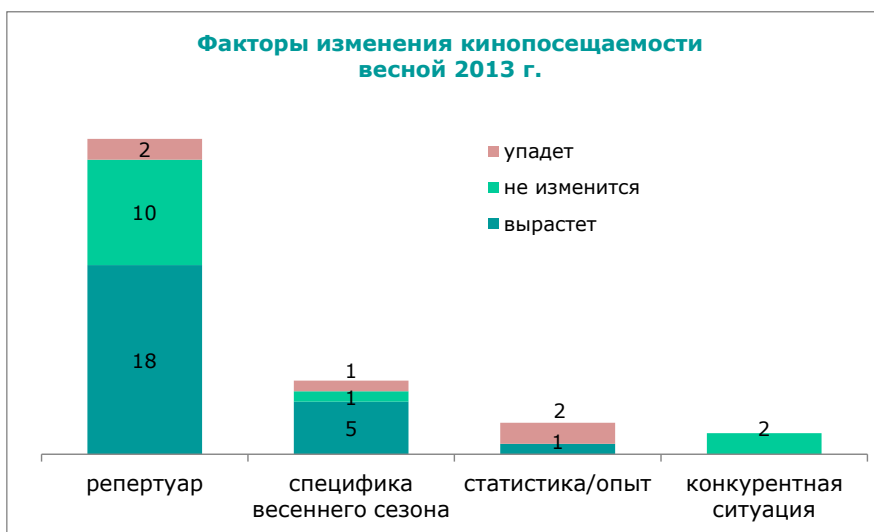


Основным критерием оценки предстоящих изменений в поведении зрителей у кинопоказчиков по-прежнему остается репертуар: его в своих ответах упомянули 30 опрошенных. Среди вселяющих надежду на лучшее релизов нашими респондентами были упомянуты оscarовские лауреаты, а также такие картины, как «Семейка Крудс», «Оз: Великий и ужасный» и «Железный человек-3». При этом 12 респондентов не считают, что весенние релизы смогут переломить текущую ситуацию с числом продаваемых кинобилетов.

Специфика грядущего сезона также традиционно вызвала неоднозначные ожидания у опрошенных. С одной стороны, четыре респондента отметили, что весенний сезон предоставит много свободного времени для похода в кино (праздники, каникулы); двое же полагают, что из-за хорошей погоды количество зрителей в кинотеатрах уменьшится.

Три кинопоказчика обосновали свои ожидания относительно изменения весенней посещаемости статистикой прошлых лет. При этом двое из них уверены, что число кинопосещений в апреле–мае традиционно упадет, в то время как один респондент, напротив, каждую весну наблюдает приток зрителей в свои кинотеатры.

Двое опрошенных также назвали среди возможных причин оттока зрителей из их кинозалов открытие новых конкурентных площадок. При этом оба респондента отмечают, что в городах их присутствия уже наблюдается перенасыщение рынка кинопоказа. Среди прочих причин изменений в поведении кинозрителей нашими респондентами была отмечена сложная экономическая ситуация в стране.



В итоге индекс предпринимательского настроения в сфере кинопоказа зимой 2013 года составил:

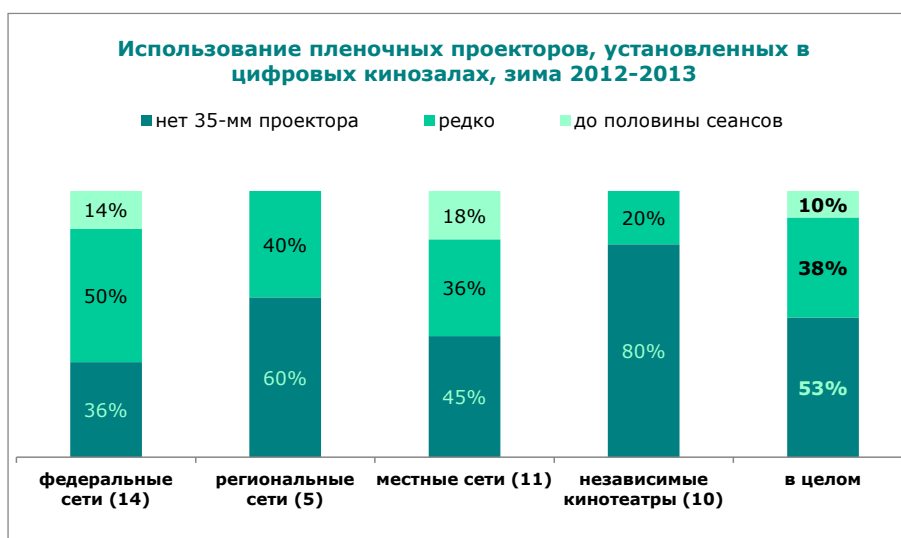
**Business Climate Index = 30,2**

Таким образом, зимний киносезон 2012–2013 стал «среднячком»: более пессимистичная ситуация наблюдалась в 2008–2010 годах (индекс не превышал отметку в 10 %), но в то же время зимой предыдущего года кинопоказчики были более довольны ситуацией в кинопрокате и меньше рассчитывали на увеличение сборов весной. Отметим, что респонденты возлагали большие надежды, прежде всего на «Хоббита» и на мультфильм «Три богатыря на дальних берегах», которые вполне оправдались. Зимой 2011–2012 было много очень хорошо показавших себя в прокате фильмов, среди которых были и отечественные ленты: «Высоцкий. Спасибо, что живой», «Елки 2», «О чем еще говорят мужчины», «Иван Царевич и Серый волк». Каждая из этих лент собрала более 15 млн долларов в прокате. В декабре 2012 года российские фильмы «С Новым годом, мамы!», «Джентльмены, удачи!» и «Снежная королева» собрали в совокупности только около 25 млн долларов. Сейчас достаточно высокий уровень весенних ожиданий позволил улучшить индекс предпринимательского настроения.

Мы продолжаем мониторинг использования пленочных проекторов, установленных в цифровых залах наших респондентов, и констатируем дальнейший упадок пленочной технологии. Однако, по сравнению с ноябрем 2012 года, ситуация изменилась незначительно: общая доля кинопоказчиков, отказавшихся от пленочных проекторов в цифровых кинозалах, выросла всего на 2 % и составляет сейчас 53 %.

Некоторая перестройка формата демонстрации кинофильмов произошла у отдельных типов операторов кинопоказа. Так, если осенью 2012 года у 17 % *региональных сетей* и у 9 % *независимых кинотеатров* до половины сеансов в цифровых залах демонстрировались на 35-мм проекторах, то зимой использование последних у данных кинопоказчиков существенно сократилось. При этом количество кинотеатров в *федеральных сетях*, отказавшихся от пленочных проекторов в цифровых кинозалах, повысилось более чем в два раза – с 14 %

осенью до 36 % зимой. Среди операторов *местных киносетей*, наоборот, доля использования 35-мм проекторов несколько увеличилась: 36 % респондентов данного типа показывают фильмы в цифровых залах на пленке изредка, а 18 % демонстрируют подобным образом до половины сеансов (против 25 % и 8 % в ноябре 2012-го соответственно). Это может быть связано с активной «цифровизацией» новых кинозалов, из которых кинопоказчики не спешат убирать старые пленочные проекторы, а также с отсутствием крупных 3D-релизов в феврале.

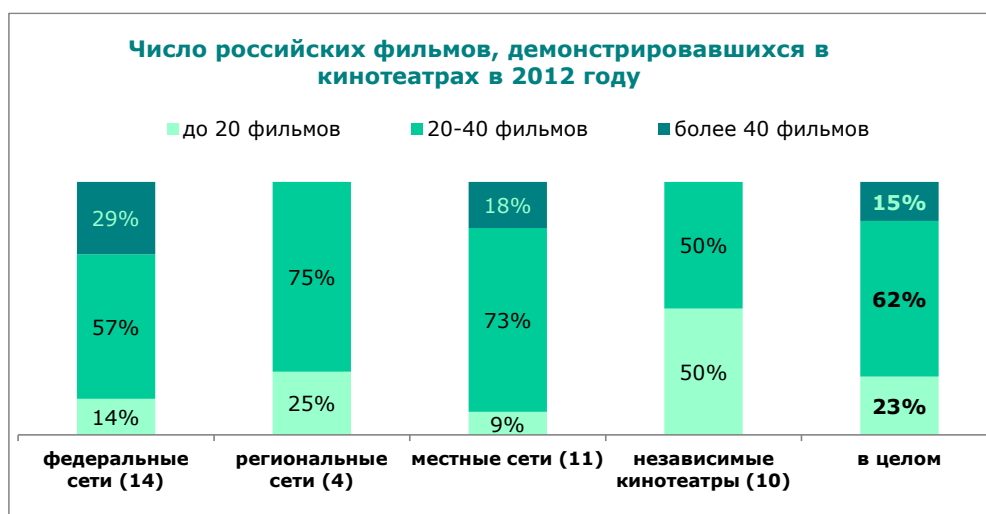


Недавно депутаты Государственной думы предложили сразу два законопроекта в сфере кинематографии. Один из них предлагает установить в 2013 году квоты на показ в кинотеатрах российских фильмов – не менее 20 % от всех сеансов. Второй – разделение фильмов на национальные, совместного производства и иностранные; при этом доля отечественных картин в общем прокате не должна быть ниже уже 80 % сеансов. Авторы законопроектов уверены, что их применение позволит повысить популярность российских фильмов среди зрителей и как следствие – их доходность. В связи с этим мы поинтересовались у кинопоказчиков о количестве релизов и частоте показа российских картин в принадлежащих им кинозалах в 2012 году.

Напомним, что в течение 2012 года в российский прокат вышло 72 отечественных релиза. Большинство опрошенных нами кинопоказчиков (62 %) включило в свой репертуар около половины картин из этого списка. Лишь 15 % респондентов показали больше половины российских фильмов, вышедших в прокат в прошлом году, а на экранах 23 % опрошенных операторов кинопоказа демонстрировалось существенно меньше половины российских релизов 2012 года. При этом необходимо отметить, что в широкий прокат (более 250 копий) в 2012 году вышли 32 российских фильма. Таким образом, можно сделать вывод о том, что большинство опрошенных нами операторов кинотеатров показывали все эти картины.



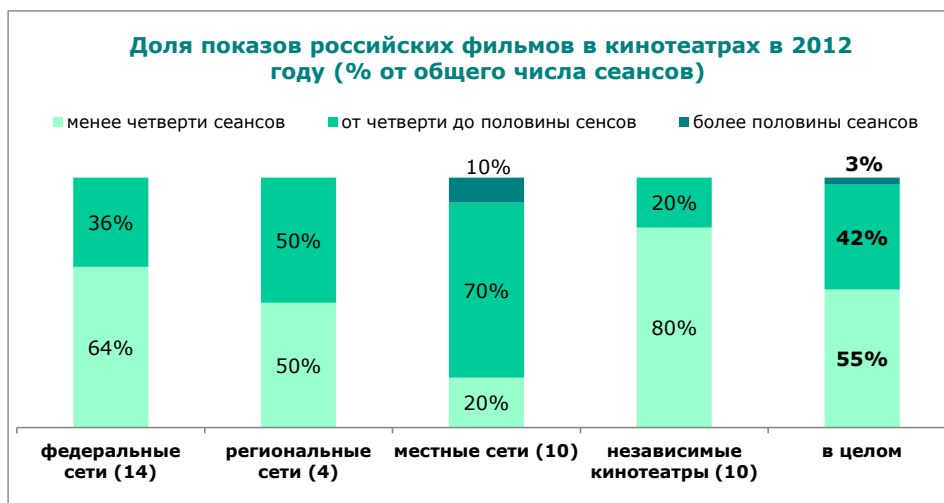
Любопытно, что демонстрировать более 40 российских релизов в год могут позволить себе в основном федеральные сети, в то время как большинство независимых операторов кинопоказа, опрошенных нами, работали с менее чем 20 отечественными картинами.



Также мы задали вопрос о доле российских фильмов в общем количестве сеансов, демонстрируемых нашими респондентами. Всего один участник опроса в 2012 году более половины сеансов в своих кинотеатрах отводил под отечественные картины. У большинства кинопоказчиков (55 %) российские фильмы занимают менее 20 % сеансов.



Анализ доли российских релизов в общем числе сеансов также подтверждает, что независимые игроки кинорынка работают в основном с зарубежными фильмами: у большинства из них (80 %) российские ленты занимают менее четверти экранного времени. При этом в кинотеатрах 64 % федеральных и половины региональных игроков, опрошенных нами, российское кино также демонстрируется менее чем на 20 % сеансов. Наиболее «благосклонными» к российским фильмам оказались местные киносети: единственный респондент, в кинотеатрах которого отечественное кино занимает более 40 % сеансов, относится к данной группе; при этом еще у 70 % кинопоказчиков местного масштаба российские фильмы демонстрируются в 20–40 % от общего экранного времени.



Подытожив, мы можем сказать, что большинство кинотеатров нашей страны не выделяют под отечественные релизы более 40 % сеансов, однако почти половина кинопоказчиков вписывается в рамки одного из законопроектов: доля показов российских фильмов превышает у них 20 %. В то же время под второй законопроект (80 % на отечественные показы) не подходит деятельность ни одного опрошенного нами кинотеатра. При этом все российские картины широкого проката демонстрируются в кинотеатрах большинства кинопоказчиков. Таким образом, введение специальных квот для поддержки отечественного кино в прокате не является необходимостью, тем более что применение подобных мер на рынке может серьезно ударить по отдельным его игрокам, а именно – независимым операторам кинопоказа, основу репертуара которых составляют зарубежные фильмы. В то время как киносети (даже местные) имеют больше возможностей проводить гибкое репертуарное планирование, независимые кинотеатры могут быть вынуждены прекратить свою деятельность из-за меньшей прибыльности репертуара, в котором преобладает российского кино.

Итак, в феврале 2013 года большинство кинопоказчиков не особенно довольны кинопрокатными результатами зимних месяцев и ждут весеннего «сезона блокбастеров» (при этом все весенние релизы, на которые наши респонденты возлагают свои надежды по увеличению кинопосещаемости, являются зарубежными). Определенные опасения у операторов кинопоказа вызывают находящиеся на повестке дня законопроекты по введению квот на количество сеансов российских фильмов. Учитывая то, что средняя доля показов отечественного кино в кинотеатрах страны составляет 20–40 % сеансов, а также невысокую доходность российского кино и большой интерес зрителей к голливудским блокбастерам, нельзя не заметить, что применение подобных мер отрицательно скажется на деятельности кинотеатров и на результатах кинопроката в целом.

© 2013 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Полную информацию о динамике индекса настроения кинопоказчиков читайте на сайте [www.невафильм.рф](http://www.невафильм.рф)