



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ноябрь 2012

ИССЛЕДОВАНИЕ
КОМПАНИИ «НЕВАФИЛЬМ»

ДЛЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ
ОБСЕРВАТОРИИ



КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Отчет выполнен
ЗАО «Компания «Невафильм»»

по заказу
Европейской аудиовизуальной обсерватории



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSTELLE



Ноябрь 2012 г.

Киноиндустрия Российской Федерации

Исследование выполнено компанией «Невафильм» для Европейской аудиовизуальной обсерватории.

Директор публикации: Вольфганг Клосс, исполнительный директор Европейской аудиовизуальной обсерватории.

Наблюдающий редактор: Андре Ланж (Европейская аудиовизуальная обсерватория).

Исследовательская группа:

Олег Березин, Игорь Каллистов, Элеонора Кольенен-Иванова, Ксения Леонтьева, Светлана Мудрова.

Главный редактор: Ксения Леонтьева.

Редактура и корректура русского текста: Александр Леонтьев.

Издатель:

Европейская аудиовизуальная обсерватория
(European Audiovisual Observatory).

76 Allee de la Robertsau – F – 67000 Strasbourg, France

Тел.: +33(0)3 90 21 60 00, Факс: +33(0)3 90 21 60 19

E-mail: obs@obs.coe.int URL: <http://www.obs.coe.int>

ЗАО «Компания “Невафильм”»

199397, Россия, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д. 33/2 Б

Тел.: +7 812 449 70 70, Факс: +7 812 352 69 69

103051, Россия, Москва, Цветной бульвар, д. 30, Бизнес-центр "Цветной 30",
офис 307, тел./Факс: +7 495 694 26 15

E-mail: research@nevafilm.ru

Web: <http://www.nevafilm.ru> <http://www.digitalcinema.ru>

Основной является английская версия отчета, опубликованная на сайте Европейской аудиовизуальной обсерватории - www.obs.coe.int.

Представленные в статьях исследования являются личными мнениями авторов и не могут рассматриваться в качестве точки зрения Европейской аудиовизуальной обсерватории, ее членов или членов Совета Европы. Данные, собранные из сторонних источников, приводятся в ознакомительных целях. Авторы настоящего отчета не несут ответственности за способы сбора и справедливость подобных данных.

© Европейская аудиовизуальная обсерватория, ноябрь 2012.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	7
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
О РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	13
Глава 1. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РАМКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ	15
1.1 Основы государственной политики в сфере кинематографии в России.....	15
1.1.1. Система государственной поддержки кинематографии.	15
Переход к рыночной экономике	15
Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22 августа 1996 г.	16
Современные приоритеты государства.....	17
Государственное финансирование кинематографии	18
Эволюция государственной поддержки российской киноиндустрии за последнее десятилетие (2002—2012)	18
Государственная поддержка кинофестивалей.....	21
Централизованный импорт киноленты.....	22
Государственные приоритеты по состоянию на 2012 г.....	22
1.1.2 Деятельность федеральных органов власти в сфере кинематографии.....	22
Федеральная власть и Министерство культуры	22
Департамент кинематографии и модернизационных программ	23
Российский Фонд кино.....	23
Методика определения компаний-лидеров, получающих государственную поддержку	24
Возвратные условия.....	26
Другие постановления.....	28
Проекты социально значимой тематики	28
Оптимизация работы Фонда кино в 2013 г.....	29
Правительство Российской Федерации	29
Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии	30
Госфильмофонд	30
Комитеты и комиссии по культуре в органах законодательной власти	30
1.1.3 Деятельность региональных и местных органов власти в сфере кинематографии	31
Возможности для местных инициатив	31
Содействие в поиске природы для иностранных съемочных групп.....	32
Полномочия муниципальных властей в отношении киноиндустрии	32
1.1.4 Обзор нормативных актов, регламентирующих деятельность в сфере кинематографии.	33
Федеральный закон 1996 г. «О государственной поддержке кинематографии» и определение национального фильма	33
Авторы кинофильма	34
Налоговые льготы	34
Отчисления владельцам авторских прав	35
Правовая основа субсидирования кинематографии из федерального бюджета	36
Единая автоматизированная информационная система учета кинобилетов (ЕАИС)	36
Защита детей.....	37
Квоты на показ российских кинофильмов	37
1.2 Система кинообразования в России.	37
Высшие учебные заведения	37
Образовательные программы, киношколы и курсы.....	39

1.3 Деятельность организаций кинематографии, находящихся в государственной собственности.....	41
Государственные киностудии	41
Частно-государственное партнерство	42
Развитие государственных киностудий	43
Объединение киноархивов.....	43
Научно-исследовательские работы	44
Глава 2 КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ КИНОИНДУСТРИИ В ЦЕЛОМ	45
Глава 3 ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ ВЕТВЕЙ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ	54
3.1 Кинопроизводство в России: продюсерские и производственные компании.....	54
3.1.1 Структура отрасли	54
Методологические аспекты	54
Общее состояние рынка	54
Господдержка	60
3.1.2 Основные тенденции.....	64
3.1.3 Игроки.....	66
Рейтинг российских кинопроизводителей по числу фильмов	66
Классификация российских кинопроизводителей.....	67
Основные игроки российского кинопроизводства, фильмы которых выходят на рынок кинотеатрального проката	68
3.2 Состояние кинопроизводственной инфраструктуры	72
3.2.1 Структура отрасли	72
Киностудии	72
Киносервисные компании	75
Цены на киносервисные услуги в России.....	77
Лидеры рынка кинопроизводственных услуг России.....	79
Проекты по строительству новых киностудий	79
3.2.2 Основные игроки рынка кинопроизводственных услуг в России.....	82
Киностудии	82
Сервисные компании.....	85
3.2.3 Тенденции развития отрасли.....	88
3.3 Кинопоказ.....	90
3.3.1 Структура отрасли	90
Современный рынок кинопоказа	90
Кинотеатры в торгово-развлекательных центрах.....	92
Число залов в кинотеатрах, мультиплексы	93
Обеспеченность населения кинопоказом.....	95
Цифровой кинопоказ.....	96
Кинотеатры IMAX	97
Сборы и посещаемость на один зал	98
3.3.2 Основные тенденции и перспективы развития	98
Смена владельцев кинотеатров	98
«KinoStar» и «Синема парк»	99
«Каро фильм»	99
«Формула кино» и «Кронверк синема»	99
«Кино Сити».....	99
Eurimages/Europa Cinemas	100
Кинопоказ в малых городах России	100
Активный переход на цифровой формат кинопоказа и кинопроката	100
Особенности российских кинозрителей.....	101
3.3.3 Основные игроки	103

3.4 Кинодистрибуция	106
3.4.1 Структура отрасли	106
Современная российская система кинодистрибуции.....	106
Методологические аспекты измерения рынка кинопроката в России.....	107
Объемы рынка кинопроката в России.....	109
Лучшие результаты проката фильмов в России (2007-й – 1 июля 2012 г.).....	112
Оценка эффективности системы кинопроката в России	115
Страны-производители фильмов в структуре российского рынка кинопроката	121
3.4.2 Основные тенденции и перспективы развития.....	125
Поддержка телеканалов	125
Артхаусный кинопрокат.....	127
Цифровой кинопрокат	129
Альтернативный контент	131
Цифровая доставка контента в кинотеатры	132
3.4.3 Основные игроки	133
3.5 Рынок домашнего видео	139
3.5.1 Структура отрасли	139
История становления.....	139
Число DVD- и BD-плееров в домохозяйствах	143
Структура рынка по числу релизов.....	145
Страны-производители видеопродукции в структуре российского рынка DVD и BD	147
Размер «окна» до выхода фильмов на видео	149
Постепенное сокращение продаж лицензионных DVD с 2008-го по 2012 гг. ...	150
3.5.2 Основные игроки	152
Лидеры лицензионного российского видеорынка	152
3.5.3 Сегодняшние тенденции и прогноз развития российского видеорынка: новые вызовы, связанные с цифровой дистрибуцией.....	156
3.6 Услуги видео по запросу в России	158
3.6.1 Структура рынка VoD.	158
История становления.....	158
Современное состояние	163
Проникновение ШПД.....	164
Проникновение платного ТВ	165
3.6.2 Игроки рынка видео по запросу в России	166
Операторы видео по запросу в сетях кабельного и IPTV	166
Операторы видео по запросу в Рунете	168
3.6.3 Тенденции и перспективы развития видео по запросу.....	171
3.7 Видеопиратство в России.....	174
3.7.1 Видеопиратство на физических носителях	174
3.7.2 Видеопиратство в Интернете.....	175
Глава 4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ	182
4.1 Международное сотрудничество на государственном уровне	182
4.1.1 Соглашения о совместном кинопроизводстве.....	182
4.1.2 Членство России в международных организациях.....	183
4.1.3 Международная деятельность Министерства культуры	183
4.1.4 Деятельность «Роскино» («Совэкспортфильма»).....	184
4.1.5 Международная деятельность Фонда кино	184
Франко-российская киноакадемия.....	186
Германо-российский фонд поддержки.....	186
Образовательная деятельность	186
Представительство России на кинофестивалях	187

Поддержка ко-продукции и проката российских фильмов за рубежом	187
Привлечение иностранных съемочных групп	188
4.2 Ко-продукция: 2010-й – первая половина 2012 г.	188
Государственная поддержка ко-продукции в России	190
Страны ко-продукции с Россией	191
Основные компании-участники ко-продукции в России	192
4.3 Прокат российских фильмов за рубежом	192
Мировой прокат российских фильмов	192
Прокат российских фильмов в Европейском союзе	194
4.4 Последствия вступления России в ВТО для кинематографии	196
Россия и ВТО	196
Тарифы режима наибольшего благоприятствования	197
Специфические обязательства РФ по услугам	198
Список иллюстраций	199
Список таблиц	202

ВВЕДЕНИЕ

Мы рады представить новое издание отчета «Киноиндустрия Российской Федерации», подготовленное «Невафильм Research» по заказу Европейской аудиовизуальной обсерватории.

Это третье издание отчета (предыдущие выходили в 2009-м и 2010-м). Оно включает в себя описание институциональных рамок деятельности российской киноиндустрии, а также обзор основных подотраслей кинематографии (кинопроизводство, рынок кинопроизводственных услуг, кинопоказ, кинопрокат, DVD-дистрибуция, рынок видео по запросу). В новой версии отчета также появилась новая глава, посвященная международному сотрудничеству российских кинематографистов.

Исследователи неизменно сталкиваются с рядом сложностей при получении официальных первичных данных о функционировании всех систем российского кинорынка, что свидетельствует о незавершенных процессах формирования отрасли в целом. Наиболее открытой подотраслью является сфера кинопроката, поскольку российские дистрибьюторы предоставляют данные о сборах фильмов в кинотеатрах нескольким отраслевым изданиям еще с 1990-х, однако и здесь подчас возникают спорные моменты. Поэтому крайне актуально внедрение единой системы сбора данных о проданных кинобилетах.

В сфере домашнего видео и видео по запросу, ввиду полной закрытости этих рынков, вопросы статистики стоят еще более остро.

Благодаря существованию в России государственной поддержки сведения о кинопроизводстве также являются частично доступными для анализа. При этом стоит отметить, что большинство отечественных продюсеров идут на контакт в вопросах предоставления данных о произведенных фильмах и их бюджетах.

ЗАО «Компания «Невафильм»»

Компания «Невафильм» работает на российском рынке с 1992 года и имеет обширный опыт в различных сферах киноиндустрии: современные студии звукозаписи и дубляжа в Москве и Санкт-Петербурге (**Невафильм Studios**); лидер в области проектирования кинотеатров и поставки цифрового и пленочного оборудования кинопоказа на российский рынок (**Невафильм Cinemas**); первая в России лаборатория цифрового мастеринга и подготовки копий для цифрового кинопоказа (**Невафильм Digital**); дистрибьютор альтернативного контента для цифровых кинозалов (**Невафильм Emotion**); исследователь российского рынка кинотеатров, ведущий независимый мониторинг рынка кинопоказа с 2003 года, постоянный партнер международных исследовательских организаций, предоставляющий данные о развитии российского кинорынка (**Невафильм Research**).

Европейская аудиовизуальная обсерватория

Основана в декабре 1992 года. Ее основной задачей является сбор и распространение в Европе информации, касающейся аудиовизуальной сферы. Обсерватория – общественная организация, объединяющая 36 государств, представленных Еврокомиссией. Она действует в юридических рамках Совета Европы и работает в сотрудничестве с партнерами и отраслевыми профессиональными организациями и посредством сети корреспондентов. Помимо участия в конференциях важной деятельностью Обсерватории является публикация ежегодников, информационных бюллетеней и отчетов, а также обеспечение информацией посредством интернет-сайта (<http://www.obs.coe.int>). Обсерватория предоставляет свободный доступ к четырем базам данных, в том числе к «Lumiere» (посещаемость фильмов, вышедших в европейский прокат – <http://lumiere.obs.coe.int>) и к «Korda» (общественная поддержка фильмов и аудиовизуальных произведений в Европе – <http://korda.obs.coe.int>).

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Описание российской киноиндустрии в целом

- В России представлены все подотрасли киноиндустрии – от производства продюсерами с использованием мощностей отечественных студийных комплексов и сервисных компаний до модернизирующегося сектора кинопоказа и расширяющегося рынка кинодистрибуции. Последний включает в себя кинотеатральный прокат, быстро переходящий на цифровые технологии, и рынок домашнего видео, где сектор физических носителей сокращается, а сегмент видео по запросу растет, несмотря на высокий уровень интернет-пиратства.
- В течение 2010–2012 гг. ежегодно в России производилось около 600 фильмов; порядка 20 % из них приходилось на полнометражные художественные фильмы, 10 % – на анимационные ленты (полнометражные и короткометражные), а остальное – на документальные картины.
- На территории России действуют 24 киностудии полного цикла, в том числе 11 государственных, 11 частных и 2 государственно-частные, а также порядка 30 крупных сервисных компаний, предлагающих услуги в сфере кинопроизводства. Главной тенденцией на рынке кинопроизводственных услуг являются процессы объединения и реорганизации киностудий, причем не только государственных, но и частных.
- Российская киноиндустрия сконцентрирована в Москве и Санкт-Петербурге, однако важным второстепенным центром также является Екатеринбург (Уральский федеральный округ).
- В 2011 г. в России проходило около 40 национальных и международных фестивалей, два из которых имеют аккредитацию Международной федерации ассоциаций кинопродюсеров (FIAPF): Московский международный кинофестиваль и кинофестиваль «Послание к человеку» (Санкт-Петербург).

Государственная поддержка кинематографии в России

- Государство играет решающую роль в поддержке российской киноиндустрии посредством двух главных институтов: Министерства культуры и Федерального фонда социальной и экономической поддержки национальной кинематографии (Фонда кино).
- В 2012 г. из федерального бюджета было выделено 5,9 млрд руб. (148,6 млн евро) на поддержку российской киноиндустрии, из которых 66 % получил Фонд кино, являющийся представителем России в международных двусторонних организациях, таких как Германо-российский фонд и совместные с Францией и Италией киноакадемии.
- С 2013 г. Фонд кино сконцентрируется на коммерческих проектах (как предоставляя безвозмездные субсидии, так и инвестируя в производство на возвратной основе) и на помощи продюсерам в получении кредитов и привлечении частных инвестиций, тогда как министерство сосредоточится на социально-культурных проектах, часть которых в 2010–2011 гг. получала поддержку Фонда кино.
- В июне 2012 г. Фонд кино определил 10 лидеров отрасли для получения финансирования кинопроизводства: «Art Pictures», «Дирекция кино», «СТВ», «Студия ТРИТЭ», «Таббак» и «Централ Партнершип», «Реал-Дакота», «Коктебель», «Нон-стоп Продакшн» и ТПО «Рок». Эти компании были выбраны

на основе общего количества кино- и телезрителей, профессиональной оценки (то есть фестивальных наград), длительности присутствия компании на рынке и числа выпущенных картин.

- Государство отдает приоритет в финансировании картинам, затрагивающим важные для страны темы – военную, патриотическую и историческую, фильмам для детей и подростков, дебютам талантливых молодых режиссеров, а также картинам популярных жанров, обладающих коммерческим потенциалом.
- По решению Правительственного совета, инвестиции в полнометражные художественные фильмы должны быть возвратными: часть доходов от всех видов реализации картин должна переводиться в Фонд кино. Этот механизм сейчас дорабатывается.
- В результате увеличения бюджетного финансирования доля государственных средств в общем объеме инвестиций в российское кинопроизводство неуклонно растет. В 2010 г. она составила 19 % бюджетов *всех фильмов, снятых в России*, а в первом полугодии 2012-го – уже 44 %. Аналогичными темпами растет господдержка и *полнометражных художественных* фильмов, где за рассматриваемый период объем бюджетных средств в общих инвестициях увеличился с 18 до 43 %.
- Государство также поддерживает прокат фильмов, финансируя до 70 % расходов на изготовление тиража, субтитрирование, рекламу и другие затраты на выпуск фильма в кинотеатрах.

Кинообразование

- Негативное влияние на развитие кинопроизводства в России оказывает дефицит квалифицированных кадров: в стране действуют только два специализированных киновуза (Всероссийский государственный университет кинематографии (ВГИК) и Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения), тогда как в непрофильных учреждениях готовят главным образом режиссеров, продюсеров, художников и операторов;
- Острый дефицит сценаристов восполняют только краткосрочные образовательные программы. Географически российское кинообразование сосредоточено преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге, что препятствует строительству новых современных киностудий в регионах, поскольку такие проекты будут испытывать дефицит специалистов.

Кинопрокат

- На российском рынке доминируют картины производства США, собирающие около 70 % кассы. Доля фильмов российского производства по количеству релизов сократилась с 24 % в 2009 г. до 18–19 % в 2011–2012 гг., а доля кассовых сборов снизилась с 26 % в 2008 г. до 17–18 % в 2011–2012 гг. Тем не менее до 2012 года по два-три российских фильма ежегодно входили в десятку самых кассовых картин отечественного кинопроката.
- Среди европейских фильмов по общему числу релизов в российском прокате за период 2007–2012 гг. лидирует Франция, затем идут Великобритания, Германия, Испания и Италия. По сумме кассовых сборов в российском кинопрокате лидирует Великобритания.
- Доминирующие позиции на рынке занимают голливудские мейджоры, иногда работающие в партнерстве с местными дистрибьюторами. Крупнейшими

независимыми прокатчиками являются «Централ Партнершип», «Каропрокат», «Парадиз», «Наше кино» и «Вольга».

Кинопоказ

- Почти две трети из 3000 кинозалов страны оснащены цифровой кинопроекцией, от чего выигрывают как независимые дистрибьюторы, так и представители мейджоров. Расширяется общий репертуар российских кинотеатров: до 2012 г. на экраны выходило порядка 350 фильмов – теперь уже более 450, в том числе и программы альтернативного контента.
- Отчасти результатом расширения репертуара стало сокращение экранной жизни фильмов с 57 дней в 2010 г. до 34 в 2012-м.
- В России внедряется система онлайн-отчетности о кассовых сборах кинотеатров – федеральная Единая автоматизированная информационная система учета кинобилетов (ЕАИС). Крупные киносети уже подключены к ней, а крайний срок вхождения в нее для всех кинотеатров страны – 1 января 2015 г.
- В последние годы сектор кинопоказа рос быстрыми темпами за счет реконструкции старых кинотеатров и строительства новых мультиплексов в торгово-развлекательных центрах. На 1 июля 2012 г. в России насчитывалось 2894 зала в 994-х современных кинотеатрах. К концу 2013 г., как ожидается, в стране будут действовать 40 кинозалов IMAX. Почти 60 % современных экранов оснащены цифровым оборудованием, большинство из которых – с возможностями 3D-показа.
- Сектор кинопоказа сильно фрагментирован: на нем действуют более 560 компаний. Тем не менее в стране идут процессы консолидации владельцев кинотеатров. Ведущие операторы рынка – «Синема парк», «Каро фильм», «Киномакс», «Кронверк синема», «Формула кино», «Люксор»; крупнейшими региональными компаниями являются «Премьер зал» и «Монитор».

Видеорынок

- Российский видеорынок в последние два года начал приходить в упадок. Объемы продаж видеодисков падают (по оценкам «IHS Screen Digest», в 2011 г. было продано на 10 % меньше, чем в 2010-м; в 2012-м ожидается снижение еще на 9 %); сокращается число активных дистрибьюторов (в частности, уход с рынка представителей мейджоров); закрываются заводы по производству видеоносителей и отраслевые периодические издания («Бюллетень видеорынка» и «Видеомагазин»).
- Игроки обеспокоены надвигающимся умиранием рынка домашнего видео из-за массового перехода к невещественной дистрибуции. Тем не менее в конце 2011 г. 70 % российских домохозяйств с телевизорами имели DVD-плееры; постепенно распространяются и BD-проигрыватели.

Пиратство

- Пиратство было и остается главной проблемой для дистрибуции фильмов в России. Массовое производство нелегальных DVD в начале 2000-х гг. было налажено в том числе и на военных заводах. Для борьбы с нелегальным копированием дистрибьюторы были вынуждены принимать серьезные меры – снижать цены на видеопродукцию, сокращать размер «окна» до выпуска на видео и продавать диски в гипермаркетах («Ашан», «Метро», «Real», «Лента» и «О'кей»). По оценкам экспертов, к 2011 г. пиратство на DVD снизилось до 50 % от общего объема продаж по сравнению с 97 % в 2002-м.

- Наибольшей проблемой является интернет-пиратство, что ведет к развитию коммерческих компаний, защищающих авторские права в Сети. Ведущие компании в этой сфере – это «Web Control», «Вэб Шериф», «Русский щит», «Internet Copyright Management» и «Ассоциация DVD-издателей». Мейджоры содержат собственные отделы по борьбе с пиратством, нацеленные главным образом на предотвращение нелегального доступа к их контенту во время первого месяца после релиза в кинотеатрах.
- В последнее время пользователи переходят от загрузки файлов с фильмами к онлайн-просмотру. До 90 % нелегальных онлайн-просмотров приходится на социальную сеть «Вконтакте». Усилия по борьбе с видеопиратством предпринимают интернет-провайдеры, поисковики, социальные сети и правоохранительные органы, но тем не менее защита фильмов в Рунете зависит сегодня от усилий частных компаний.

Видео по запросу

- Первый этап становления рынка видео по запросу в России проходил с 2005-го по 2010 г. В этот период произошло резкое увеличение числа пользователей этих сервисов. Для второго этапа (2011–2012 гг.) стал характерен рост не только числа сервисов, но и размеров их каталогов – благодаря масштабному притоку крупных инвестиций в эту сферу. Третьим этапом, который может начаться уже в 2013 г., станет приход на российский рынок крупных международных игроков видео по запросу (в декабре 2012 г. состоялся официальный запуск iTunes Store и Google Play).
- В середине 2012 г. в России насчитывалось около 60 операторов сервисов видео по запросу, большинство из которых доставляют контент посредством Интернета или кабеля. Широкополосная сеть доступна уже около 50 % домохозяйств страны, причем в Москве и Санкт-Петербурге уровень проникновения ШПД превышает 70 %. Индустрия использует различные бизнес-модели, из которых самыми распространенными являются рекламная и плата за просмотр.
- В 2011 г. 28,6 млн домохозяйств (52 %) были подключены к платному телевидению: самым популярным способом являлось кабельное ТВ (63 %), на втором месте – спутниковое (32 %) и на третьем – IPTV (5 %).

Международный прокат российских фильмов

- Ко-продукция в России, несмотря на членство в Евримаж и подписание Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве, развита слабо. В год снимается не больше 10 картин, причем официально в рамках международных договоров о сотрудничестве – менее половины этих фильмов. В 2012 г. наметилась тенденция к увеличению данного числа, что произошло благодаря деятельности созданных в 2011 г. Французско-российской киноакадемии и Германо-российского фонда поддержки совместных проектов на стадии разработки. Всего Россия подписала пять договоров о совместном кинопроизводстве с иностранными государствами, а также с членами СНГ.
- В последние годы российские продюсеры проявляют интерес к инвестированию средств в зарубежное кинопроизводство – ярким примером является Александр Роднянский, выпустивший уже несколько американских проектов.
- В то же время отечественные фильмы крайне слабо представлены на международном кинопрокатном рынке, где даже выходящие на киноэкраны картины собирают существенно меньше, чем в России. Особенно это касается фильмов для широкой аудитории (часто становящихся в России блокбастерами).

Артхаусные ленты зарубежной публикой воспринимаются лучше и добиваются иногда даже большего успеха, чем на родине.

- Самым успешным российским фильмом в международном прокате за период 2006–2011 гг. стал «Монгол» – один из семи, выпущенных на киноэкраны в США. Его международные кассовые сборы достигли 20 млн долларов.

Новые технологии и российские зрители

- В технологическом плане киноиндустрия стремительно переходит на цифровые технологии – как съемок, так и кинотеатральной дистрибуции и домашнего видео.
- Новые технологические возможности меняют картину рынка сбыта, расширяя доступ российских зрителей ко все большему числу фильмов и альтернативного контента, а новые формы потребления кинопродукции диктуют грядущие изменения форматов взаимодействия с аудиторией. И на этой новой формирующейся карте российского кинорынка все более отчетливо проступает кинозритель как главное действующее лицо, от которого будет зависеть будущее всей отрасли.

О РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Россия – демократическая федеративная президентско-парламентская республика с широкими полномочиями президента, который избирается на 6 лет.

В составе Российской Федерации 83 равноправных субъекта, входящих в состав восьми Федеральных округов (Центральный, Приволжский, Северо-Западный, Южный, Дальневосточный, Сибирский, Уральский, Северо-Кавказский).

Столица – Москва.

Территория Российской Федерации охватывает девять часовых поясов, центральный из них – «Московское время» – смещен относительно Всемирного координированного времени UTC на +4:00. Сезонный перевод часов с осени 2011 г. не осуществляется.



Рисунок 1. Федеральные округа РФ

Государственным языком является русский; однако народы России говорят более чем на 100 языках и диалектах.

По оценке Федеральной службы государственной статистики РФ, численность постоянного населения Российской Федерации на 1 октября 2012 г. составила 143,3 млн человек.

По данным переписи населения 2010 г., в России проживают представители более 190 народностей, среди них доля русских составляет 77,7 %.

В экономической сфере на общественную жизнь Российской Федерации повлияли три кризисных периода:

- период перехода к рыночной экономике в начале 1990-х гг. путем либерализации цен, внешней торговли, приватизации государственных предприятий. Последствия реформ оказались крайне болезненными – в частности, либерализация цен привела к галопирующей инфляции, росту неплатежей, обесценению заработной платы, доходов и сбережений населения, росту безработицы и т. д. Социальными последствиями также стали сокращение рождаемости и повышение смертности, рост преступности, расслоение населения по уровню доходов и качеству жизни (в России до сих пор нет крепкого среднего класса) и т. п.;

- дефолт 17 августа 1998 г. (российский финансовый кризис) был инициирован Азиатским финансовым кризисом, начавшимся в июле 1997 г.; вследствие снижения мировых потребительских цен сильнее всего пострадали страны, зависящие от

экспорта сырья, в том числе Россия, 80 % экспорта которой составляли нефть, природный газ, металлы и древесина. В результате кризиса в России был объявлен дефолт государственных ценных бумаг, резко упал курс национальной валюты, а импортные товары надолго стали недоступными для населения. Отметим также, что в 1998 г. в РФ была проведена деноминация национальной валюты (в тысячу раз);

- последствия мирового финансового кризиса отразились на российской экономике в конце 2008 г., когда произошла девальвация рубля, а в 2009-м стали заметны спад потребления и производства, снижение доходов населения; наиболее серьезно экономический кризис отразился на сфере строительства. В 2010 г. последствия данного кризиса были частично преодолены.

Наиболее ярко данные кризисы отражены в динамике индекса потребительских цен и среднегодовом курсе национальной валюты (относительно доллара и евро).



Рисунок 2. Индекс потребительских цен в России (1991–2012 гг.)

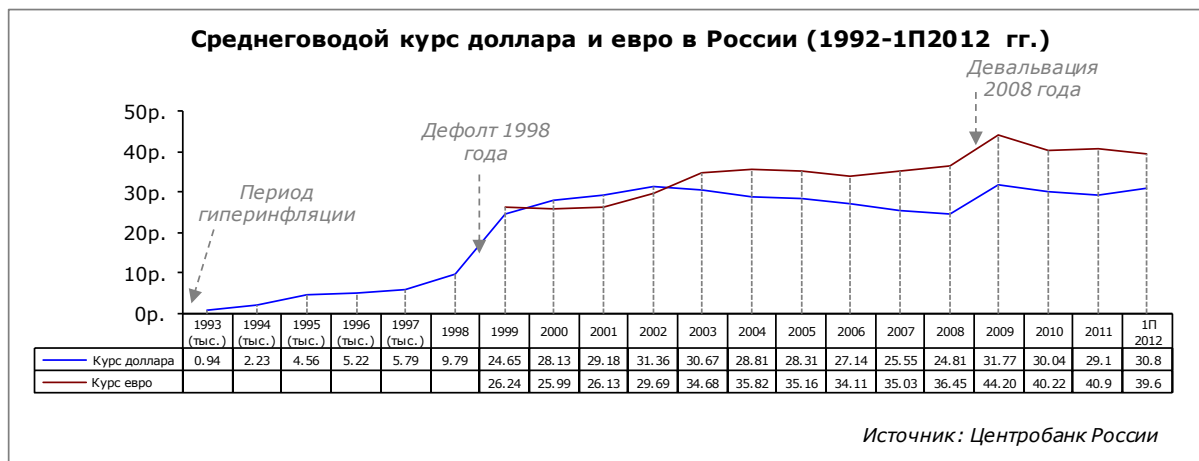


Рисунок 3. Курс доллара и евро в России (1992–2012 гг.)

Все эти явления оказывают существенное влияние и на отечественную отрасль кинематографии, которая за период существования современного российского государства прошла через либерализацию и череду реорганизаций. В настоящее время в России представлены все подотрасли кинематографии: от производства фильмов российскими продюсерами на отечественных студиях и сервисных компаниях до развитого рынка сбыта кинопродукции, включающего в себя стремительно переходящий на цифровые технологии кинотеатральный прокат, постепенно приходящий в упадок рынок домашнего видео на физических носителях и набирающий обороты, несмотря на высокий уровень видеопиратства в Интернете, рынок видео по запросу.

Глава 1. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ РАМКИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ

1.1 Основы государственной политики в сфере кинематографии в России

1.1.1. Система государственной поддержки кинематографии.

Переход к рыночной экономике

Современная политика российского государства в области кинематографии начала формироваться в период проводимых в стране рыночных преобразований. Глубокая экономическая реформа киноиндустрии, заложившая принципы функционирования отраслевых субъектов на основе самообеспечения, творческой и хозяйственной самостоятельности, стартовала еще в последние годы существования СССР.¹ Суть осуществляемой тогда коренной перестройки деятельности кинематографии состояла в последовательном переходе к новым прогрессивным формам организации кинопроцесса, в повышении роли общественных организаций и творческих коллективов.

Главным шагом в рамках проводимых перемен стал отказ от гарантированной государственной закупки производимой кинопродукции при одновременном ослаблении идеологического контроля и предоставлении организациям кинематографии независимости в осуществлении творческой, организационной и экономической деятельности. Прямое государственное участие в создании кинопроизведений ограничивалось общесоюзными и республиканскими социально-творческими заказами, на основе которых осуществлялась реализация творческих программ создания кино- и видеофильмов (игровых, включая фильмы для детей и юношества, мультипликационных, неигровых, фильмов-дебютов, учебных и дипломных работ).

Общесоюзный социально-творческий заказ должен был включать не более 25 % производимых художественных фильмов. Их оплата, как и оплата других видов фильмов, входящих в творческие программы, а также закупка лицензий и фильмокопий для проката зарубежных фильмов осуществлялась за счет средств государственного бюджета (в том числе валютных). Формирование всесоюзных творческих программ по созданию фильмов поручалось Государственному комитету СССР по кинематографии (Госкино СССР) и Союзу кинематографистов СССР с участием других общественных организаций. Таким образом узаконивалось привлечение кинематографического сообщества к разработке и реализации государственной кинополитики.

Значительные преобразования предусматривались в отношении организационной структуры фильмопроизводящих предприятий. Было определено, что такими предприятиями станут киновидеостудии и кинокомбинаты нового типа. При этом кино- и видеостудии работают в условиях свободной творческой конкуренции, обладают полной творческой и хозяйственной самостоятельностью. Создание кино- и видеопродукции осуществляется ими самостоятельно или совместно с другими студиями и зарубежными партнерами, как правило, на производственно-технической базе кинокомбинатов в соответствии с заключенными договорами. Устанавливалось, что киновидеостудии не имеют штатных работников, непосредственно участвующих в создании кино- и видеопродукции, – их привлекают на условиях заключения трудовых договоров на срок до 3 лет или на время выполнения определенной работы. При этом доходы киновидеостудий и кинокомбинатов, а также размеры материального поощрения их коллективов должны зависеть прежде всего от конечных результатов работы.

Первым из таких кинопроизводственных предприятий стал киноконцерн «Мосфильм», созданный по решению Совета Министров СССР.² Предприятия и организации, входящие в состав киноконцерна, были выведены из подчинения Госкино СССР и стали независимыми хозрасчетными формированиями в составе

¹ См. Постановление Совета Министров СССР от 18 ноября 1989 г. № 1003 «О перестройке творческой, организационной и экономической деятельности в советской кинематографии».

² См. Постановление Совета Министров СССР от 19 октября 1990 г. № 1064 «О создании киноконцерна "Мосфильм"».

«Мосфильма». В дальнейшем киноконцерн состоял из правления, девяти самостоятельных киностудий (без штатного творческо-производственного персонала) и кинокомбината, объединившего все производственно-технические подразделения (цеха, склады, автотранспортные, хозяйственные и другие службы). Киноконцерну и входящим в его состав организациям был предоставлен ряд налоговых, валютно-финансовых и кредитных льгот, направленных на обеспечение самостоятельного функционирования. Несомненно, одним из главных нововведений была передача киноконцерну «Мосфильм» исключительного права на прокат, демонстрацию и экспорт находящейся в собственности государства кинопродукции, созданной ранее киностудией «Мосфильм» и организациями, правопреемником которых она являлась. Это положение сыграло определяющую роль в сохранении киноконцерна «Мосфильм» в качестве основного производственно-технического комплекса отечественной киноиндустрии, поскольку в период кризиса кинопроизводства концерн обеспечивал свое развитие исключительно благодаря продаже прав на использование фильмов прошлых лет.

Реформа 1989 г. помимо радикальных преобразований системы кинопроизводства внесла существенные коррективы в организацию кинопроката и кинопоказа. Были отменены единые тарифы платы за прокат кинофильмов в процентах к сумме валового сбора от продажи билетов, а государственные кинозрелищные предприятия с момента перехода их на новые условия хозяйствования освобождались от уплаты налога с доходов от демонстрации кинофильмов и производили отчисления в бюджет от прибыли (дохода). У общественных организаций прибыль (доход) от демонстрации фильмов подлежала обложению подоходным налогом. Данные изменения были крайне важными, поскольку налог с доходов от демонстрации фильмов взимался независимо от финансовых результатов деятельности организаций кинопоказа, которая для большинства из них была убыточной и дотировалась из местных бюджетов. Отмена фиксированной доли прокатной платы в цене кинобилета произошла из-за того, что взаимоотношения между собственниками кино- и видеопродукции и организациями, осуществляющими кинопоказ, строились теперь на договорных началах. Кинозрелищным предприятиям (кинотеатрам) было предоставлено право самостоятельного решения вопросов формирования репертуара.

Несмотря на фундаментальный характер преобразований в кинематографии, нацеленных на создание условий для ее функционирования на принципах свободного предпринимательства, переход к рынку ознаменовался глубоким системным кризисом отрасли. При этом наиболее уязвимым звеном оказалось фильмопроизводство, продукция которого была вытеснена с экрана зарубежными кинолентами. Уже первые кинорынки, проводимые на территории России с начала 1989 г., обозначили неблагополучие отечественного кино в условиях свободной торговли. Советские фильмы не могли конкурировать с зарубежными ни по стоимости прав на прокат, ни по соответствию зрительским запросам. Последовавший вскоре после этого окончательный отказ от плановой системы хозяйствования и пришедшая ей на смену рыночная модель продвижения фильмов к зрителю обнаружили абсолютную неготовность экономики кинопроизводства к новым условиям, в результате чего произошел ее полный развал.

Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22 августа 1996 г.

В первые годы рыночных реформ в России производство кинопродукции сохранялось в основном благодаря государственному финансированию, которое, однако, было незначительным по объему (ввиду хронического дефицита федерального бюджета) и осуществлялось без четко определенной стратегии. Лишь в 1995 г. был выработан концептуальный подход к характеру взаимоотношений государства с киноотраслью, состоящий в том, что поддержка кинематографии признается одной из главных задач государственной политики в сфере культуры и носит

протекционистский характер.³ Указанные положения легли в основу Федерального закона от 22 августа 1996 г. «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 126-ФЗ), который до настоящего времени является главным нормативно-правовым актом, регламентирующим деятельность органов исполнительной власти в сфере кинематографии и порядок взаимодействия этих органов с организациями кинематографии при осуществлении поддержки производства, проката и продвижения фильмов, проведения киномероприятий, направленных на пропаганду отечественного киноискусства, реализации других мер, нацеленных на сохранение и развитие кинематографии.

Федеральным законом № 126-ФЗ установлено, что кинематография Российской Федерации, являясь неотъемлемой частью культуры и искусства, должна сохраняться и развиваться *при поддержке государства*.

В соответствии с законом государственная политика в области кинематографии основана на следующих принципах:

- признание кинематографии областью культуры и искусства, обязательным условием существования которой является развитие творческой, образовательной, производственной, технической, научной и информационной базы;
- ответственность государства за сохранение и развитие кинематографии;
- создание населению условий для доступа к произведениям кинематографии;
- взаимодействие в установленном порядке с органами государственной власти иностранных государств и международными организациями в установленной сфере деятельности.

Законом определены следующие направления государственной поддержки кинематографии:

- частичное государственное финансирование производства, проката и показа национальных фильмов, в том числе создания национальных фильмов для детей и юношества и национальных фильмов-дебютов;
- сохранение и развитие материально-технической базы кинематографии;
- создание условий для проката и показа национальных фильмов;
- реализация образовательных и научно-технических программ;
- проведение кинофестивалей и других мероприятий;
- участие национальных фильмов в международных кинофестивалях и других международных культурных мероприятиях.

Современные приоритеты государства

В последние несколько лет государственная политика в области кинематографии была направлена на решение стратегических отраслевых задач, основными из которых стали:

- совершенствование механизма государственной поддержки производства и проката национальных фильмов, направленное на более четкое структурирование финансирования кинопроектов;
- осуществление реструктуризации отраслевой инфраструктуры путем использования механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) в сферах кинопроизводства и кинопоказа, в том числе создание в малых и средних городах сети цифровых кинозалов и многофункциональных культурных центров, управляемой частным оператором;
- создание единой федеральной автоматизированной системы сведений о показах фильмов в кинозалах, позволяющей сделать открытыми и официальными оперативные данные о посещаемости фильмов и их кассовых сборах;

³ См. Указ Президента Российской Федерации от 15 апреля 1995 г. №785 «О протекционистской политике Российской Федерации в области отечественной кинематографии и мероприятиях в связи со 100-летием мирового и российского кинематографа».

- вовлечение региональных и муниципальных органов власти в работу по оживлению кинематографического сектора экономики, привлечению в него частных, в том числе иностранных, инвестиций, использованию географических, климатических, инфраструктурных и кадровых преимуществ для создания на территории Российской Федерации единого кинематографического пространства.

Государственное финансирование кинематографии

Государственное финансирование кинематографии из федерального бюджета осуществляется по двум основным группам расходов:

- Федеральная целевая программа (ФЦП) «Культура России (2012–2018 гг.)»;⁴
- Целевая статья расходов «Мероприятия в сфере культуры и кинематографии» (непрограммные расходы), в составе которой выделяются самостоятельные виды расходов – «Прочая закупка товаров, работ и услуг для государственных нужд» и «Субсидии юридическим лицам (кроме государственных учреждений) и физическим лицам – производителям товаров, работ, услуг».⁵

Государственное финансирование производства национального фильма, как правило, не может превышать 70 % сметной стоимости его производства и осуществляется по установленной форме контракта, заключаемого с продюсером. В исключительных случаях, с учетом художественной и культурной значимости кинопроекта, федеральный орган исполнительной власти в области кинематографии принимает решение о государственном финансировании национального фильма в размере до 100 % сметной стоимости его производства.

Государственная поддержка кинопроизводства осуществляется только в отношении национальных фильмов.⁶

Эволюция государственной поддержки российской киноиндустрии за последнее десятилетие (2002–2012)

В течение последних 10 лет приоритеты государственного регулирования кинематографии постепенно менялись, основной причиной чего служили общие тренды административной реформы в России и интенсивное развитие киноотрасли.

С 2002 г. были отменены льготы по налогу на прибыль для организаций, инвестирующих в производство и тиражирование национальных фильмов, а также для организаций кинематографии в части прибыли, направленной на строительство кинозалов, что соответствовало общему подходу по сокращению налоговых льгот с целью воспрепятствовать отмыванию денежных средств. Одновременно в качестве компенсации выпадающих финансовых ресурсов отрасли были увеличены ассигнования на прямую государственную поддержку производства и проката национальных фильмов (до 1 млрд руб. в 2002 г.). Административная реформа, начавшаяся в России в 2004 г., была продиктована стремлением сократить участие государства в экономике, но в киноотрасли это не привело к реальным изменениям. В 2002 г. Правительство РФ в целях содействия привлечению в кинопроизводство внебюджетных средств поручило Министерству культуры России использовать от имени Российской Федерации права на кинопродукцию, создаваемую при поддержке государства, в соответствии с долей государственного финансирования, имея в виду распределение доходов, полученных организациями кинематографии по результатам проката и других видов использования национальных фильмов.⁷ Однако данный механизм на практике не был реализован, и государственная поддержка до сих пор осуществляется на безвозмездной основе.

Более того, в том же 2002 г. Правительством было принято решение дополнительно увеличить ежегодное финансирование производства национальных фильмов из федерального бюджета на 500 млн руб. При этом была поставлена задача

⁴ Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22 февраля 2012 г. (N 209-р), см. в: <http://fcpkultura.ru/>

⁵ См. приложение 9 к Федеральному закону от 30 ноября 2011 г. № 371-ФЗ «О федеральном бюджете на 2012 г. и на плановый период 2013 и 2014 гг.», код 054 «Министерство культуры Российской Федерации».

⁶ Критерии национального фильма определены Федеральным законом № 126-ФЗ ([Федеральный закон 1996 г. «О государственной поддержке кинематографии» и определение национального фильма](#)).

⁷ Распоряжение Правительства РФ от 18 сентября 2002 г. (№ 1299-р).

обеспечить к 2006 г. производство до 100 игровых, до 65 анимационных и до 330 неигровых национальных фильмов в год, а также увеличить до 25 % долю отечественных кинопроизведений в общем объеме фильмов, демонстрируемых в кинотеатрах страны.⁸ Данная задача была решена: в 2006 г. при государственной финансовой поддержке было создано 105 полнометражных игровых, 65 анимационных и 459 неигровых фильмов.

После бурного роста объемов государственной поддержки (2002–2003 гг.) в 2004–2007 гг. наблюдалась стабилизация увеличения объемов финансирования – они росли темпами, соизмеримыми с инфляцией. Однако за последние несколько лет произошло увеличение государственной поддержки более чем в 2,5 раза.

С 2010 г. в России государственную поддержку киноотрасли осуществляют две организации – Министерство культуры Российской Федерации и Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино).

Общий объем государственных средств, выделенных из федерального бюджета на поддержку кинематографии в 2011 г., уменьшился на 3,6 % (до 4,8 млрд руб.) за счет Министерства культуры, тогда как финансирование Фонда кино было сохранено на уровне 2010 г., а затем постановлением Правительства РФ в декабре 2011 г. – увеличено на 335 млн руб. для производства анимационных фильмов. Таким образом, Фонд кино осуществлял в 2011 г. 67 % государственного финансирования кинематографии, а Министерство культуры – 33 %. В 2012-м из федерального бюджета на поддержку отечественного кинематографа году выделены средства в размере 5,9 млрд руб. – большая часть финансирования также приходится на Фонд кино (66 %).

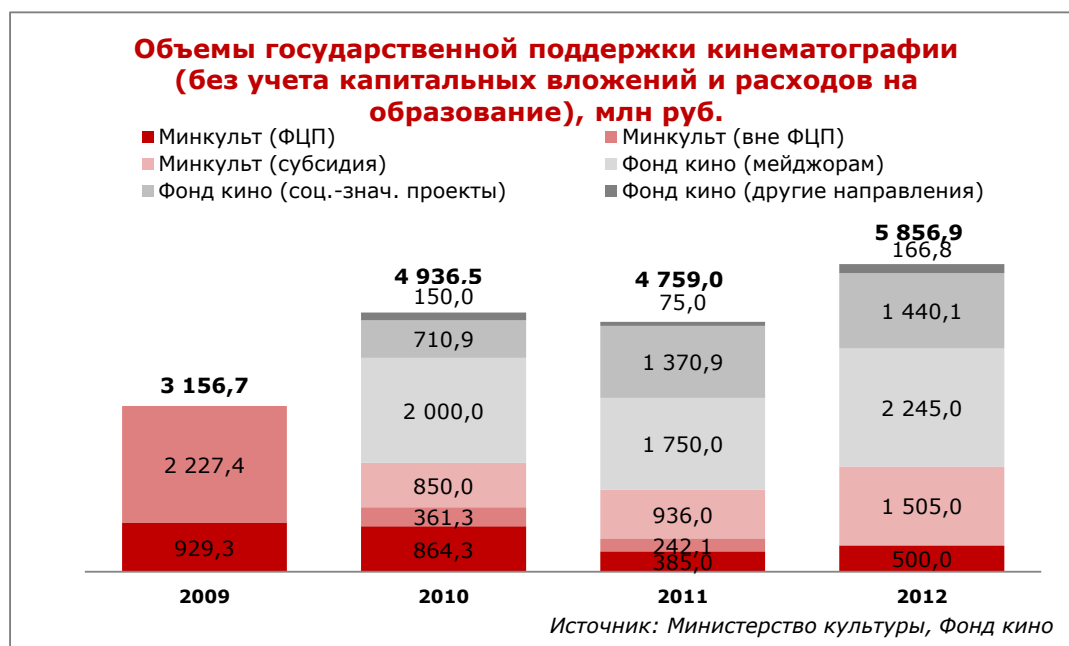


Рисунок 4. Объемы государственной поддержки кинематографии

По данным Департамента кинематографии Министерства культуры России, в 2011 г. число фильмов, произведенных при поддержке министерства, практически не изменилось – было завершено производство 640 картин. При этом количество завершенных игровых полнометражных фильмов сократилось на 15 % (до 51 фильма). Фондом кино в том же году были выделены средства на съемки 24 полнометражных игровых фильмов лидерами российского кинопроизводства (в 2010-м таких фильмов было 60), а также еще на 23 социально-значимых проекта полнометражных фильмов и на 21 мультфильм. Однако не ясно, сколько из фильмов, профинансированных Фондом кино в 2010–2011 гг., уже завершены производством. В любом случае, количество кинопрокатных лент, получивших господдержку на стадии производства, в 2011-м сократилось по сравнению с предыдущим годом.

⁸ Распоряжение Правительства РФ от 18 сентября 2002 г. (№ 1299-р).

Таблица 1. Выпуск кинопродукции с государственным финансированием

Наименование кинопродукции	2007	2008	2009	2010	2011	Разница 2010– 2011
При поддержке Министерства культуры РФ						
Игровые фильмы	78	101	78	60	51	-15,0%
В т. ч. полнометражные	66	89	66	54	39	-27,8%
Киножурналы	12	12	12	6	12	100,0%
Неигровые фильмы	555	612	326	439	483	10,0%
В т. ч. полнометражные	62	56	50	51	35	-31,4%
Короткометражные	493	556	276	388	448	15,5%
Анимационные фильмы	137	160	151	136	106	-22,1%
В т. ч. полнометражные	1	3	5	1	2	100,0%
Короткометражные	136	157	146	135	104	-23,0%
При поддержке Фонда кино за счет государственного финансирования						
Производство полнометражных игровых фильмов студиями-лидерами				60	24	-60,0%
Социально-значимые проекты: полнометражные игровые фильмы				17	23	35,3%
Социально-значимые проекты: Анимационные фильмы					21	-
Итого: выпуск киноvideофильмов	770	873	555	712	708	-0,6%

Источник: Министерство культуры

В 2011 г. Министерством культуры РФ на производство национальных фильмов было выделено 1563,1 млн руб.; в 2010 г. эта сумма была на 2 % больше – 1592 млн руб. На поддержку 51 игрового полнометражного фильма в 2011 г. Министерством культуры было выделено 738,7 млн руб. – на 10 % меньше, чем в 2010-м (тогда на 60 фильмов израсходовали 819,6 млн руб.).

Таким образом, по объемам господдержки кинопроизводства приоритет остается за Фондом кино.

Средства федерального бюджета выделяются также на государственную поддержку проката и продвижения российских фильмов, проведения киномероприятий, направленных на пропаганду отечественного киноискусства. В рамках данной программы в России ежегодно вручаются профессиональные кинематографические премии. Помимо национальных кинопремий «Ника» и «Золотой орел», премии кинокритики и кинопрессы «Белый слон» ежегодно вручаются национальная премия в области неигрового кино и телевидения «Лавровая ветвь», премия киноизобразительного искусства Гильдии кинооператоров Союза кинематографистов России «Белый квадрат», профессиональная премия кино- и видеобизнеса самым кассовым фильмам в российском прокате «Блокбастер», а также премия за достижения в области кинорекламы «Золотой движок».

В 2011 г. на проведение мероприятий по пропаганде отечественных фильмов из федерального бюджета было выделено 32,9 млн рублей.

Государственная поддержка национальных фильмов в прокате на территории Российской Федерации выделяется кинопрокатным компаниям на печать фильмокопий, субтитрирование, рекламу и иные расходы, связанные с продвижением фильмов на киноэкраны. Так же как и в случае с кинопроизводством, государственное финансирование проката национального фильма не может превышать 70 % сметной стоимости его проката.

В 2011 г. поддержку и продвижение в прокате по линии Министерства культуры получили 17 российских игровых фильмов. На указанные цели министерством было выделено 23,9 млн руб., что вдвое меньше по сравнению с 2010-м (52,8 млн руб.). Помимо этого в 2011-м в прокат вышли поддержанные Фондом кино 15 фильмов компаний – лидеров российского кинопроизводства (в 2010-м – 6 фильмов) и 8 фильмов социально значимой тематики (годом ранее – 1).

Государственная финансовая поддержка оказывается также в сфере информационно-пропагандистской работы. Так, в 2011 году на оказание услуг по подготовке и размещению тематических кинематографических материалов из федерального бюджета было выделено 6,36 млн рублей. Материалы размещались в журналах «Кинопроцесс», «Мир Техники Кино», «Киноведческие записки», «Искусство кино», «Кинотехник», «Action!/Менеджер. Кино» (оба – ООО «Метрополитен Э.Р.А.»), «Сеанс», а также в газетах «Экран и сцена», «СК-Новости». В 2012 г. по причине прекращения финансовой поддержки государства проект «Action! / Менеджер. Кино» был закрыт.

Государственная поддержка кинофестивалей

Еще одним направлением государственной поддержки кинематографии является организация и проведение на территории Российской Федерации международных и наиболее значимых российских кинофестивалей. В 2011 г. прошло около 40 всероссийских и международных кинофестивалей, а также около 30 национальных мероприятий, включая вручение кинопремий, профессиональные форумы и выставки, межрегиональные и региональные тематические мероприятия.

Два международных кинофестиваля в России имеют аккредитацию Международной федерации ассоциаций кинопродюсеров (FIAPF): Московский международный кинофестиваль и Международный кинофестиваль «Послание к человеку» (Санкт-Петербург). Главный международный кинофестиваль на территории России – Московский – относится к фестивалям класса «А», он проводится в конце июня. Также в июне проходит крупнейший национальный фестиваль «Кинотавр», который проводится с 1990 г. в Сочи и считается не только ведущим российским киносмотром, но и профессиональной площадкой для кинодеятелей. Не менее известный и авторитетный национальный фестиваль российского кино «Окно в Европу» проводится ежегодно в августе (г. Выборг). В отличие от фестиваля «Кинотавр» имеет конкурс неигрового кино.

Отдельно стоит отметить фестивали, специально организуемые для показа студенческих фильмов и дебютных работ (международный фестиваль «Дух огня» в Ханты-Мансийске, Международный кинофестиваль ВГИКа, международный конкурс «Святая Анна» и Открытый Санкт-Петербургский кинофестиваль фильмов студентов творческих вузов и киношкол «Начало»). С 2007 г. проводится международный кинофестиваль «новой волны» – «Завтра». В центре внимания данного конкурса оказались картины, отличающиеся авторским своеобразием и вместе с тем рассчитывающие на успех у публики.

При этом все российские фестивали получают поддержку от государства: в 2011 г. 37 российских кинофестивалей получили поддержку от Министерства культуры, 6 – от Фонда кино.

В 2012 г. ежегодно проводимый в Санкт-Петербурге Международный кинофорум объединил в себе четыре кинофестиваля. Кроме Петербургского кинофестиваля в рамках кинофорума проводились фестиваль студентов «Начало», Международный кинофестиваль неигрового, анимационного и документального кино «Послание к человеку», а также Всероссийский кинофестиваль «Виват, кино России!». За время кинофорума сеансы 68 разноплановых фильмов посетило не менее 100 000 зрителей. Существует предложение проводить в Санкт-Петербурге международный кинофестиваль категории «А», сопоставимый по масштабам с Московским международным кинофестивалем.

В рамках развития международных связей в кинематографии отечественные продюсеры и режиссеры могут получить бюджетные средства для участия в международных кинофестивалях. Так, в 2011 г. в бюджете Фонда кино были предусмотрены 75 млн руб. на поддержку проведения кинофестивалей в России, а также для представления российских кинематографистов на международных кинофестивалях и кинорынках. В рамках данной программы в 2011 г. субсидии были направлены 17 организациям для финансирования 18 проектов, среди них 13 компаний были продюсерами, получившими поддержку для участия в международных кинособытиях (68-й Венецианский кинофестиваль, Берлинский кинофестиваль, «Черногория-2011», фестиваль в Торонто).

Наконец, на территории России проводится ряд фестивалей, представляющих кинематографии других стран. Это Международный кинофестиваль стран Азиатско-Тихоокеанского региона «Меридианы Тихого», кинофестиваль дебютных фильмов кинематографистов стран Балтийского региона и Северной Европы «Балтийские дебюты», Международный фестиваль мусульманского кино «Золотой минбар», Открытый фестиваль кино стран СНГ, Латвии, Литвы и Эстонии «Киношок» и др. Существуют тематические и жанровые фестивали фильмов – экологических, детективных, комедийных, спортивных и др. Ежегодно на территории главного киноархива страны – Госфильмофонда России – проходит фестиваль архивного кино «Белые Столбы».

Отметим также, что с 2011 г. Фонд кино получил право заниматься продвижением отечественного кино за рубежом, а Министерство культуры запланировало продвигать на международном рынке российские артхаусные фильмы. Кроме того, в течение 2011 г. были подписаны соглашение о создании Российско-французской киноакадемии и договор в рамках Московского международного кинофестиваля о создании подобных организаций для сотрудничества с Италией и Германией (российско-германская киноакадемия начала работу во время Берлинского кинофестиваля-2012).

В целом в 2011 г. из федерального бюджета было выделено на проведение кинофестивалей 96,5 млн руб., еще 127 млн руб. – на Московский международный кинофестиваль и 92,6 млн рублей на киномероприятия за рубежом и международные мероприятия в России.

Централизованный импорт киноплёнки

Также в России проводится комплекс мероприятий, обеспечивающих централизованную закупку импортной киноплёнки. В рамках реализации программы «Культура России 2006–2011» государством было закуплено 2 572 980 метров импортной цветной позитивной киноплёнки. Однако с 2012 г. Министерство культуры РФ значительно сократило данную статью господдержки в связи с тотальным переходом кинематографа на цифровые технологии.

Государственные приоритеты по состоянию на 2012 г.

Таким образом, государственная финансовая поддержка в кинематографии в 2012 г. направлена на дальнейшее увеличение числа фильмов, создаваемых на российских киностудиях, на расширение и обогащение содержательных программ нашего кино, на создание кинокартин, востребованных массовой зрительской аудиторией. При этом приоритетной для российской кинематографии является необходимость создания фильмов, ставящих актуальные проблемы страны, на военно-патриотические и исторические темы, для детей и подростков; кинопроизведений ярких жанровых форм, любимых зрителем, картин-дебютов, способствующих выявлению талантливых творческих кадров. Решение проблем сохранения и развития отечественного кинопроката, укрепления позиций отечественного кинематографа на российском и мировом рынке остается по-прежнему актуальным.

1.1.2 Деятельность федеральных органов власти в сфере кинематографии.

Федеральная власть и Министерство культуры

В соответствии с Федеральным законом № 126-ФЗ полномочия по осуществлению государственной поддержки кинематографии возлагаются Правительством Российской Федерации на федеральный орган исполнительной власти, который взаимодействует с органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Положение о федеральном органе исполнительной власти в области кинематографии утверждается Правительством Российской Федерации.

Постановлением от 20 июля 2011 г. № 590 Правительство РФ утвердило Положение о Министерстве культуры Российской Федерации, на которое возложены функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере кинематографии.

Департамент кинематографии и модернизационных программ

В структуре Министерства культуры функционирует Департамент кинематографии и модернизационных программ, состоящий из пяти отделов.⁹ Как орган исполнительной власти Министерство культуры осуществляет поддержку производства и проката национальных фильмов, а также проведения мероприятий, таких как: кинофестивали на территории России, недели российского кино за рубежом, представление отечественной кинематографии на международных кинофестивалях и кинорынках (участие российских фильмов в международных фестивалях категории «А», организация стендов и павильонов российского кино на кинорынках и др.), международный кинорынок и форум ко-продукции на территории России, специальные конференции и круглые столы. С точки зрения господдержки кинопроизводства, к компетенции Минкультуры РФ отнесена поддержка проектов, реализация которых нацелена не столько на достижение экономических результатов, сколько на решение наиболее важных задач государственной политики в области кинематографии: обеспечение запросов детской киноаудитории, сохранение творческих специалистов отрасли, развитие национальной кинокультуры, повышение интеллектуального уровня нации.

Кроме того, Министерство культуры¹⁰:

- выдает прокатные удостоверения на кинопродукцию, выходящую в прокат на территории России (кинопрокат, DVD и видео, телепоказ всех форматов)¹¹;
- выдает удостоверения национального фильма¹²;
- ведет единый Государственный регистр кино- и видеофильмов¹³;
- выполняет функции государственного заказчика бюджетных целевых программ, в том числе по поддержке производства и проката национальных фильмов.

Разработка и внедрение новых инициатив, таких как бюджетные целевые программы, новые механизмы финансирования кинематографии, реорганизация и приватизация организаций кинематографии, отнесенных к ведению Министерства культуры России, подготовка изменений действующего законодательства в целях повышения эффективности государственного регулирования, – осуществляются Министерством культуры совместно с Министерством экономического развития и Министерством финансов.

В настоящее время Министерство культуры России осуществляет координацию и контроль деятельности в отношении 15 киностудий, а также ряда промышленных, научных, образовательных, конструкторских и проектных организаций кинематографии. К ведению министерства отнесена также внешнеэкономическая компания «Роскино» (прежнее название – «Совэкспортфильм»), выполняющая мероприятия по продвижению российских фильмов на зарубежные рынки и пропаганде отечественного кино за рубежом. Государственная политика в отношении указанных организаций осуществляется Министерством культуры и Федеральным агентством по управлению государственным имуществом (Росимуществом), подведомственным Министерству экономического развития. В структуре агентства выделено Управление организаций непромышленной сферы и зарубежного имущества, курирующее организации кинематографии.

Российский Фонд кино

Фонд кино был создан Правительством РФ по инициативе Комитета Российской Федерации по кинематографии (Госкино России) в январе 1995 г.¹⁴ В рамках подготовки к празднованию 100-летия мирового и российского кинематографа в

⁹ Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 16 августа 2012 г. № 892 «Об утверждении Положения о Департаменте кинематографии и модернизационных программ».

¹⁰ В соответствии с Положением о Министерстве культуры РФ, утвержденным Постановлением Правительства РФ от 20 июля 2011 г. № 590 (в ред. Постановлений Правительства РФ от 24 октября 2011 г. № 859, от 28 января 2012 г. № 43, от 19 апреля 2012 г. № 349, от 17 сентября 2012 г. № 930), и Положением о Департаменте кинематографии и модернизационных программ Министерства культуры Российской Федерации.

¹¹ Получение прокатного удостоверения обязательно для кинопродукции, выходящей в прокат на территории России, в соответствии с Указом Министерства культуры (№ 60) от 27 сентября 2004 г.

¹² Положение о национальном фильме, утвержденное Приказом Министерства культуры от 27 сентября 2004 г. (№ 60).

¹³ Фильм вносится в Государственный регистр и реестр после получения прокатного удостоверения.

¹⁴ Постановление Правительства Российской Федерации от 16 января 1995 г. № 44.

декабре 2009 г. постановлением Правительства Российской Федерации № 1215 «О Федеральном Фонде социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии» была утверждена новая редакция Устава Фонда, значительно расширившая круг его задач.

Основными задачами Фонда являются:

- содействие реализации социально-экономических программ в области отечественной кинематографии;
- оказание финансовой поддержки организациям, осуществляющим производство, прокат, показ и продвижение национальных фильмов;
- привлечение российских и иностранных инвесторов к финансированию производства, проката и показа национальных фильмов;
- аккумулирование финансовых средств для развития отечественной кинематографии, включая кинопроизводство, прокат, показ и продвижение национальных фильмов, а также реализацию некоммерческих киномероприятий;
- поддержка мастеров кино, специалистов и предпринимателей, работающих в сфере кинематографии.

Миссия Фонда – это прежде всего поддержка отечественной кинематографии, укрепление инфраструктуры производства фильмов, повышение качества российской кинопродукции и ее конкурентоспособности на внутреннем и мировом рынках, популяризация национальных кинофильмов в России и за рубежом. Решение этой задачи осуществляется путем поддержки создания и продвижения высококачественного национального кинопродукта для массового зрителя. Если Министерство культуры России определяет организации кинематографии, получающие субсидии, на основе оценки представленных ими кинопроектов, то Фонд кино на начальном этапе отбирает для осуществления поддержки продюсерские компании, отнесенные им к лидерам российского кинопроизводства, и выделяет каждой из них одинаковую сумму средств на производство полнометражных игровых фильмов (по 250 млн руб.).

Методика определения компаний-лидеров, получающих государственную поддержку

В марте 2010 г. Попечительским советом Фонда кино были определены восемь продюсерских компаний, включенных в состав лидеров российского кинопроизводства и получивших право на финансирование своих проектов за счет субсидий из федерального бюджета. Это «Централ Партнершип», «СТВ» «Студия ТРИТЭ», «Дирекция Кино» (дочерняя компания ОАО «Первый канал»), «Базелевс», «ArtPictures», «Рекун» и «Продюсерская фирма Игоря Толстунова (Профит)». Перечень лидеров был определен на основании ряда критериев, в числе которых были популярность проектов компании у зрителей, награды международных кинофестивалей, кассовая выручка, телевизионные рейтинги.

Практика отбора лидеров российского кинопроизводства поначалу вызвала бурные дискуссии в кинематографическом сообществе, поскольку данное понятие не имело законодательного определения и критерии отнесения продюсерских компаний к лидерам представлялись субъективными. Впоследствии ФАС усмотрела в процессе определения лидеров признаки нарушения антимонопольного законодательства. С целью преодоления этого недостатка в 2010 г. критерии «лидеров российского кинопроизводства» были установлены Правительством РФ.¹⁵ Они включают в себя:

- зрительскую оценку фильмов, выпущенных организацией кинематографии, выражающуюся в их посещаемости в период показа в кинотеатрах и в телевизионном рейтинге;
- профессиональную оценку фильмов, выпущенных организацией кинематографии, определяемую полученными наградами кинофестивалей и кинопремиями;

¹⁵ П. 7 Правил предоставления в 2011 г. субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2010 г. № 1212.

- продолжительность работы организации кинематографии на рынке и количество выпущенных ею фильмов с учетом их тиражей.

В начале 2011 г. механизм определения лидеров был формализован и закреплен отдельным приказом Фонда кино. Методика составления рейтинга отечественных кинокомпаний на 2011 г. была скорректирована по результатам консультаций с представителями кинематографической общественности. В частности, при разработке рейтинга были учтены отдельные предложения представителей киноотрасли, обращения председателя Ассоциации теле- и кинопродюсеров и президента Гильдии продюсеров России, мнение Министерства культуры РФ. В результате период учета фильмов, имеющих максимальное количество посещений в кинотеатрах и максимальные телевизионные рейтинги, был сокращен с 10 до 5 лет, а объектами оценки в 2011-м стали киноорганизации, непосредственно выступавшие продюсерами фильма, а не кинокомпании, участвовавшие в продюсировании и производстве фильма, как в 2010 г.

В соответствии с новой методикой список лидеров отечественного кинопроизводства, получающих финансирование от Фонда кино, сократился с 8 до 7 компаний, поскольку кинокомпания «Рекун-синема», откуда ушел автор самых популярных картин студии («Стиляги», «Кандагар», «Охота на пиранию» и «Страна глухих») Валерий Тодоровский, оказалась в рейтинге лишь на десятом месте. Кроме того, проекты Тимура Бекмамбетова стали финансироваться не через компанию «Базелевс», а через ООО «Таббак». Таким образом, в настоящее время лидерами российского кинопроизводства в целях получения поддержки от Фонда кино признаются «Централ Партнершип», «СТВ», «Студия ТРИТЭ», «Дирекция Кино», «Таббак», «Арт Пикчерс Студия» и «Продюсерская фирма Игоря Толстунова».

В 2012 г. методика отнесения организаций кинематографии к лидерам отечественного кинопроизводства еще более конкретизирована и закреплена в приказе Фонда кино от 28 апреля 2012 г. № 9¹⁶. В частности, установлено, что для составления рейтинга компаний в целях отнесения их к лидерам отечественного кинопроизводства по критерию «Посещаемость в период показа в кинотеатрах» принимается временной интервал с 1 января 2007 г. по 31 декабря 2011-го. Фильмы ранжируются в порядке убывания количества посещений. За первое место начисляется 100 баллов, за второе – 90 и далее с шагом в 10 баллов. В каждом году учитывается 10 фильмов, имеющих максимальное количество посещений. В качестве источников информации принимаются данные НП «АНКО», периодических изданий «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», корпорации «Рентрак» и ФГУП «Главный информационно-вычислительный центр Минкультуры России».

По критерию «Телевизионный рейтинг», оцениваемый период – тот же, что и по критерию «Посещаемость в период показа в кинотеатрах». Фильмы, показанные на телеэкране в текущем году и ранее бывшие в кинотеатральном прокате на территории РФ, ранжируются в порядке убывания телевизионного рейтинга. За первое место начисляется 50 баллов, за второе – 45 баллов и далее в порядке убывания с шагом в 5 баллов. В каждом году учитывается 10 фильмов, имевших наивысший телевизионный рейтинг. Источником информации являются данные компании «TNS Россия».

По критерию «Профессиональная оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии» выделяются два самостоятельных показателя: «Награды кинофестивалей» и «Профессиональные премии». Оценочный период по каждому из них тот же, что и для двух предыдущих критериев. По показателю «Награды кинофестивалей» учитываются главный приз (100 баллов), призы за лучшую режиссуру, лучший сценарий, лучшую операторскую работу, лучшую главную мужскую и женскую роль (60 баллов). Также баллы присваиваются за участие в конкурсной программе Каннского, Берлинского и Венецианского международных кинофестивалей (30 баллов), за главный приз Московского международного кинофестиваля (50 баллов) и за участие конкурсной программе этого кинофестиваля (30 баллов). По показателю «Кинопремии» баллы присваиваются за номинацию (80 баллов) и получение (100 баллов) национальным фильмом премии «Оскар» в номинации «Лучший фильм на иностранном языке»; за номинацию на получение (30

¹⁶ <http://www.fond-kino.ru/files/norm/prikaz-09-2012.pdf>

баллов) и получение (50 баллов) национальных кинопремий «Золотой орел» и «Ника». Источником информации являются данные сайтов кинофестивалей и кинопремий.

По критерию «Показатели продолжительности работы организации кинематографии на рынке и количество выпущенных ею фильмов с учетом их тиражей» используются 3 показателя: «Продолжительность работы на рынке», «Общее количество фильмов, выпущенных с учетом тиражей», «Количество фильмов, выпущенных с учетом тиражей, за которые организации кинематографии были начислены баллы по критериям «Зрительская оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии, выражающаяся в их посещаемости в период показа в кинотеатрах и телевизионном рейтинге» и «Профессиональная оценка фильмов, выпущенных организацией кинематографии, определяемая с учетом полученных этими фильмами наград кинофестивалей и кинопремий».

У первого из названных показателей оцениваемый период – с момента государственной регистрации юридического лица без дополнительных ограничений периода учета. Источник информации – данные из ЕГРЮЛ. Баллы присваиваются за количество лет работы на рынке (более 10 лет – 50 баллов, 5–10 лет – 40 баллов, менее 5 лет – 30 баллов). У второго показателя оцениваемый период – с 1 января 2002 г. по 31 декабря 2011-го. Способ начисления баллов: более 10 созданных фильмов – 50 баллов, 6–10 фильмов – 40 баллов; 5 и менее фильмов – 30 баллов. При этом учитываются только те фильмы, у которых тираж для кинотеатрального проката составляет более двух фильмокопий. Источник информации – данные периодических изданий «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», а также корпорации «Рентрак». У третьего показателя оцениваемый период в приказе не установлен, но очевидно, что он совпадает с периодом, установленным для критерия посещаемости и телевизионного рейтинга плюс критерия наград кинофестивалей и кинопремий. Соответственно совпадают и установленные источники получения информации. Если кинопроизводящая организация имеет менее трех фильмов, за которые были начислены баллы по критериям «Зрительская оценка» (посещаемость и телевизионный рейтинг) и профессиональная оценка (награды кинофестивалей и кинопремий), то она не может претендовать на включение в число лидеров российского кинопроизводства.

В июне 2012 г. Попечительский совет Фонда кино, определив конкретные параметры своего бюджета, также назвал и новый состав лидеров российского кинопроизводства. Из предыдущих составов отечественных мейджоров государственное финансирование продолжают получать «Art Pictures», «Дирекция кино», «СТВ», «Студия ТРИТЭ», «Таббак» и «Централ Партнершип». Место компании «Профит» заняла «Реал-Дакота», и к ней добавились три студии, известные в основном фестивальными успехами: «Коктебель», «Нон-стоп Продакшн» и ТПО «Рок». В общей сложности они получают 2,24 млрд рублей из 3,8 млрд, имеющих в 2012 г. в распоряжении Фонда.¹⁷

Возвратные условия

Необходимо подчеркнуть, что при воссоздании Фонда кино в 2009 г. было оговорено, что компании, которым Фонд оказывает поддержку за счет субсидий из федерального бюджета, перечисляют ему часть доходов, полученных от проката и других видов использования фильмов, созданных при этой поддержке, для использования в качестве дополнительного источника финансирования развития кинематографа. Это решение было принято на заседании Правительственного совета по развитию отечественной кинематографии 3 ноября 2009 г. и впоследствии закреплено в Уставе Фонда.¹⁸

Таким образом, была сделана новая попытка ввести «возвратный финансовый механизм» кинопроизводства, которая предпринималась еще в рамках федеральной

¹⁷ Приказ № 32 от 9 июня 2012 г. об утверждении перечня лидеров отечественного кинопроизводства на 2012 г.

¹⁸ П. 15-ж Устава Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2009 г. N 1215.

целевой программы «Культура России (2001–2005 гг.)»¹⁹, но не была реализована ввиду отсутствия необходимых правовых механизмов.

Учитывая, что в соответствии с постановлениями Правительства РФ от 31 декабря 2009 г. № 1216, от 31 декабря 2010 г. № 1212 и от 22 февраля 2012 г. № 149²⁰ поддержка проектов Фондом кино предоставляется на условиях, определяемых им самостоятельно, Фонд утвердил на 2012 г. следующие размеры отчислений лидерами отечественного кинопроизводства доли доходов, полученных от проката и других видов использования кинофильма, созданного при поддержке Фонда (пропорционально доле его участия в финансировании кинофильма)²¹:

- в случае поддержки производства комедии, анимационного фильма, проекта международного совместного производства – до 25 %;
- в случае поддержки производства иных проектов – 5 %;
- в случае поддержки проката – не менее 50 %.

Конкретные размеры отчислений устанавливаются условиями договора по решению Дирекции Фонда кино. В договоре с организациями кинематографии, получающими поддержку Фонда кино, устанавливается следующий порядок определения суммы отчислений. Вначале вычисляется доля участия Фонда в проекте, для чего сумма поддержки делится на общий объем бюджета производства и проката фильма. Полученная доля умножается на сумму дохода организации кинематографии от проката и других видов использования фильма. Доход от кинотеатрального проката определяется как разница между суммой валового сбора в кинотеатральном прокате, долей кинотеатра и долей прокатной организации (дистрибьютора). К доходу добавляются средства, вырученные от продажи прав распространения фильма на DVD, показа по эфирному, спутниковому и кабельному телевидению, размещению в Интернете и т. п. В результате умножения общей суммы дохода от проката и других видов использования фильма на долю участия Фонда кино определяется база отчислений Фонду. От этой базы и берется процент, дифференцированный в зависимости от вида, тематики и направления поддержки фильма. Конкретные условия внесения отчислений (например, особенности взаимоотношения с прокатной компанией) прописываются в каждом договоре отдельно после проработки вопроса финансово-производственным департаментом Фонда кино.

Следует отметить, что решениями Правительственного совета по развитию отечественной кинематографии от 1 февраля и от 21 ноября 2011 г. ряду федеральных органов исполнительной власти было поручено разработать механизм отчислений в Фонд кино части дохода от проката и других видов использования фильмов всеми организациями кинематографии, получившими прокатные удостоверения на территории Российской Федерации. Однако исполнение данных решений является весьма затруднительным. В соответствии с Налоговым кодексом РФ, с физических и юридических лиц могут взиматься только налоги и сборы, установленные этим кодексом. Бюджетным кодексом РФ определено, что неналоговые платежи в бюджет взимаются в случае использования юридическим или физическим лицом государственной собственности. Ряд обязательных платежей, взимаемых с юридических лиц и связанных с авторским правом, следует из части четвертой Гражданского кодекса РФ. Во всех перечисленных законодательных актах отсутствует основа для введения рассматриваемых отчислений. Для реализации данного решения Правительственного совета потребуется введение нового налога, что в условиях унификации налоговой системы представляется весьма проблематичным.

¹⁹ См. раздел I подпрограммы «Кинематография России» федеральной целевой программы «Культура России (2001–2005 гг.)», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 14 декабря 2000 г. № 955.

²⁰ В указанном постановлении Фонд кино не упоминается, поскольку, в соответствии с Бюджетным кодексом РФ, обязательства, ранее возлагавшиеся Правительством непосредственно на Фонд кино, должна выполнять организация, определяемая по итогам открытого конкурса. По результатам проведенного открытого конкурса такой организацией стал Фонд кино.

²¹ П. 22 Порядка и условий предоставления в 2012 г. средств на финансовое обеспечение и/или возмещение расходов, связанных с производством, прокатом, показом и продвижением полнометражных художественных и анимационных национальных фильмов лидерами отечественного кинопроизводства (утверждены приказом Фонда кино от 9 июня 2012 г. № 33). <http://www.fond-kino.ru/files/norm/prikaz-33-2012.pdf>

Другие постановления

Кроме того, Правительством РФ было запрещено «двойное финансирование» проектов, то есть не допускается предоставление Фондом кино за счет субсидий из федерального бюджета поддержки продюсерам-лидерам по проектам, которым была оказана или оказывается государственная поддержка Министерством культуры РФ.²² В то же время Фонду кино предоставили право направлять в 2011 г. средства на финансирование и/или возмещение расходов, связанных с созданием, прокатом, показом и продвижением полнометражных анимационных фильмов лидерами российского производства, фильмов социально значимой тематики, а также расходов, связанных с участием национальных фильмов в кинофестивалях и кинорынках. Наконец, в соглашениях Минкультуры России о предоставлении субсидий, заключаемых как с организациями кинематографии, так и с Фондом кино, стала предусматриваться оценка результативности использования субсидии.

Проекты социально значимой тематики

Фонд кино также оказывает поддержку проектов социально значимой тематики. С 2011 г. данное полномочие Фонда закреплено постановлением Правительства РФ от 31 декабря 2010 г. № 1212. Порядок предоставления Фондом кино поддержки проектам социально-значимой тематики установлен приказом Фонда от 28 апреля 2012 г. № 8.²³

Летом 2012-го в составе Фонда кино появился экспертный совет, состоящий из ведущих российских режиссеров и продюсеров, который будет заниматься отбором социально-значимых проектов для государственной поддержки. Особенностью данного органа является то, что он рассматривает отобранные сценарной группой Фонда проекты не только с художественной точки зрения, но и с учетом их прокатной перспективы.²⁴

Таблица 2. Распределение полномочий Министерства культуры и Фонда кино по финансированию кинематографии в России

	Министерство культуры Российской Федерации	Фонд кино
Инструменты финансирования	- размещение государственных заказов в рамках реализации федеральной целевой программы «Культура России (2006–2011 гг.)»; - размещение государственных заказов по целевой статье расходов федерального бюджета «Мероприятия по поддержке и развитию кинематографии»; - предоставление субсидий организациям кинематографии	- предоставление субсидий организациям кинематографии, осуществляющим производство и прокат национальных фильмов
Объект финансирования	- производство и прокат фильмов для детей и юношества, дебютных, авторских и экспериментальных художественных фильмов, киножурналов, документальных, научно-популярных, анимационных фильмов (субсидии); - продвижение отечественных	- расходы, связанные с производством, прокатом, показом и продвижением полнометражных художественных и анимационных национальных фильмов лидеров отечественного кинопроизводства; - расходы, связанные с производством, прокатом,

²² П. 10-е Правил предоставления в 2011 г. субсидий из федерального бюджета на поддержку кинематографии, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2010 г. № 1212.

²³ <http://www.fond-kino.ru/files/norm/prikaz-08-2012.pdf>

²⁴ Юсипова Лариса. Экспертиза социально значимых проектов стала многоступенчатой // Известия. 7августа 2012 г.

	Министерство культуры Российской Федерации	Фонд кино
	фильмов, в том числе на международных фестивалях и кинорынках (ФЦП); - закупка импортной киноплёнки; - проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в сфере кинематографии	показом и продвижением полнометражных художественных и анимационных национальных фильмов социально значимой тематики; - расходы, связанные с участием национальных фильмов в кинофестивалях и кинорынках

Источник: Министерство культуры, Фонд кино

Оптимизация работы Фонда кино в 2013 г.

22 ноября 2012 г. прошло совещание по оптимизации государственной поддержки отечественной кинематографии и разграничению функций Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии и Министерства культуры.

Оптимизация государственной поддержки отечественной кинематографии начнется с 2013 г. Новые правила будут разработаны в декабре, при этом компании-лидеры смогут завершить работу над всеми начатыми проектами по прежней схеме.

Фонд кино станет экономическим агентом Министерства культуры, причем дотационная деятельность первого будет контролироваться министерством. Во избежание дублирования функций двух субъектов господдержки их зоны ответственности будут более четко разграничены.

За министерством по-прежнему сохраняется поддержка кинопроизводства, проката, показа фильмов (для детей и юношества, дебютных, авторских, экспериментальных, короткометражных, анимационных). Оно будет принимать решения о поддержке и производстве фильмов, соответствующих стратегическим задачам государства, и оказывать ее, а также способствовать продвижению фильмов на международных кинофестивалях и кинорынках. В 2013 году Министерство получит 2,3 млрд руб. для распределения в виде госдотаций.

Фонд кино займется поддержкой возможных коммерчески успешных игровых, документальных и анимационных кинопроектов. В следующем году бюджет фонда составит 3 млрд руб. Примерно две трети средств продолжают выделяться на безвозвратной основе посредством финансирования производства фильмов компаний-мейджоров, коммерческих проектов других организаций кинематографии и субсидирования процентных ставок по кредитам, если продюсеру удастся привлечь таковые для производства фильма. Оставшиеся средства будут выделяться на возвратной основе в одной из трех форм (по выбору продюсера):

- полный возврат полученных средств,
- возврат с прибыли от проката фильмов пропорционально доле участия в финансировании проекта Фондом кино
- финансирование проката картин (печать копий, реклама, продвижение фильма и пр.). Кинематографистам будет разрешено в первую очередь возвращать деньги частным инвесторам, а затем уже – фонду.²⁵

Правительство Российской Федерации

Общее руководство деятельностью по реализации государственной политики в области кинематографии осуществляет Правительство Российской Федерации. В структуре Аппарата Правительства выделен Департамент, обеспечивающий подготовку вопросов, выносимых на заседание Правительства либо на совещания, проводимые Председателем Правительства и его заместителями, а также контролирующей выполнение поручений Правительства и направляющий на исполнение обращения организаций и граждан на имя Председателя Правительства и его заместителей.

²⁵ Бюджет на кино поделили между Фондом и Минкультуры, РИА Новости, 03.12.2012

Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии

В декабре 2008 г. в России создан Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии²⁶, который является постоянно действующим совещательным органом по разработке предложений, связанных с реализацией государственной политики в области кинематографии. Основными задачами Совета являются рассмотрение и подготовка предложений по:

- обеспечению повышения эффективности государственной поддержки производства, проката и показа отечественной кинопродукции и управления федеральной собственностью в сфере кинематографии;
- оказанию поддержки в продвижении и распространении отечественной кинопродукции за рубежом;
- развитию образования и науки и внедрению инновационных технологий в области кинематографии;
- разработке протекционистских мер по отношению к российскому кинорынку.

Председателем Совета является Председатель Правительства Российской Федерации, что подчеркивает значение, придаваемое кинематографии высшим органом исполнительной власти. Правительственный совет рассматривает стратегические вопросы развития киноотрасли, содействуя оперативному принятию согласованных решений на надведомственном уровне.

Госфильмофонд

В ведении Правительства находится Государственный фонд кинофильмов Российской Федерации (Госфильмофонд России), осуществляющий прием и хранение исходных материалов игровых и анимационных национальных фильмов и обязательных экземпляров зарубежных фильмов, выходящих в прокат на территории России. Те же функции в отношении неигровых фильмов осуществляет Российский государственный архив кинофотодокументов, находящийся в ведении Федерального архивного агентства (Росархива) Министерства культуры России.

Комитеты и комиссии по культуре в органах законодательной власти

Комитеты и комиссии по культуре созданы также в структуре Федерального собрания Российской Федерации (Комитет Государственной думы) по культуре, (Комитет Совета Федерации по науке, образованию, культуре и информационной политике) и в структуре Общественной палаты РФ (Комиссия по культуре и сохранению историко-культурного наследия). Помимо этого в структуре региональных и муниципальных администраций выделены органы и подразделения (министерства, управления, департаменты), ответственные за разработку и реализацию политики в сфере культуры (включая кинематографию) в рамках предоставленных полномочий. Однако не во всех регионах существуют специальные структурные подразделения, обеспечивающие функции государственного управления в сфере кинематографии. После ликвидации в бывших союзных республиках комитетов по кинематографии на их месте были созданы киноvideообъединения (КВО), совместившие функции бывших управлений проката и управлений кинофикации для осуществления проката фильмов и координации управления кинотеатрами на подотчетной территории. В большинстве российских регионов КВО по-прежнему существуют, хотя они уже не обладают значимостью при проведении государственной кинополитики. На выделенные из региональных бюджетов средства они приобретают фильмокопии отечественных картин и распределяют их по подведомственным кинотеатрам. Как правило, они остаются значимым источником предоставления фильмов для наполнения репертуара муниципальных кинотеатров, основная часть которых не оснащена современным кинотеатральным оборудованием и работает вторым и третьим экраном. Но таких кинотеатров остается все меньше и меньше.

²⁶ Положение о Правительственном совете утверждено постановлением Правительства РФ от 24 декабря 2008 г. № 1006.

1.1.3 Деятельность региональных и местных органов власти в сфере кинематографии

Учитывая федеративное государственное устройство России, органы власти регионов и муниципальных образований действуют в рамках полномочий, закрепленных за ними федеральным законодательством²⁷, а также в соответствии с нормативными правовыми актами, принимаемыми на региональном и местном уровнях.

Пунктом 2 статьи 26.3 Главы IV.1 «Общие принципы разграничения полномочий между федеральными органами государственной власти и органами государственной власти субъекта РФ» Федерального закона № 184-ФЗ²⁸ устанавливается исчерпывающий перечень полномочий региональных органов государственной власти по предметам совместного ведения, которые осуществляются данными органами самостоятельно за счет средств бюджета региона. При этом указанные полномочия могут в порядке и случаях, установленных федеральными законами, дополнительно финансироваться за счет средств федерального бюджета и федеральных государственных внебюджетных фондов, в том числе в соответствии с целевыми программами.

В число полномочий органов государственной власти субъектов РФ по предметам совместного ведения в соответствии с нормами статьи 26.3 Федерального закона № 184-ФЗ, которые можно применить и в сфере кинематографии, входят:

- предоставление среднего профессионального образования (за исключением образования, получаемого в федеральных образовательных учреждениях, перечень которых утверждается Правительством РФ);
- организация и поддержка учреждений культуры, в том числе кинематографии (за исключением федеральных государственных учреждений культуры и искусства, перечень которых утверждается Правительством РФ);
- организация и осуществление межмуниципальных инвестиционных проектов, в том числе в сфере кинематографии;
- осуществление международного сотрудничества, в том числе в сфере кинематографии, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Благодаря этой норме точно обозначена сфера, в которой органы власти субъектов РФ свободны в принятии приемлемых для территорий решений и несут финансовую ответственность за свои действия.

Возможности для местных инициатив

Второй из вышеперечисленных видов полномочий сформулирован более абстрактно и относится по своему содержанию к существующей сети учреждений кинематографии, находящихся в ведении субъектов РФ. В характеристике полномочия не указано, какие именно учреждения культуры и искусства могут находиться в региональном ведении. В связи с этим у субъектов РФ остается выбор в определении видов учреждений кинематографии, которые могут находиться в его ведении и финансироваться из регионального бюджета. Если относить это полномочие только к существующей сети учреждений, то с появлением негосударственных организаций, обеспечивающих предоставление того же набора и объема услуг, что и бюджетные учреждения кинематографии, реализация рассматриваемого полномочия потеряет свой смысл. Это в полной мере относится к кинотеатрам, часть которых остаются государственными или муниципальными учреждениями и финансируются из бюджета. При этом в России на сегодня отсутствует законодательно утвержденное понятие «специализированный» кинотеатр (то есть кинотеатр, получающий бюджетную поддержку исходя из репертуара, с которым он работает). Так, для государственных и муниципальных кинотеатров отсутствуют утвержденные требования относительно планирования репертуара. Ситуация может измениться с принятием

²⁷ Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

²⁸ Федеральный закон от 6 октября 1999 г. № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации».

«государственных» и «муниципальных» заданий, в которых появится возможность принимать требования к репертуарному планированию.

Закрепление полномочия по организации и участию в реализации межмуниципальных инвестиционных проектов позволяет российским регионам стимулировать развитие кинорынка на своей территории. В качестве межмуниципального инвестиционного проекта в сфере кинематографии может выступить строительство кинотеатров, в том числе многозальных, ориентированных не только на жителей конкретных поселений или городских округов, но и на близлежащие муниципальные районы; строительство киностудий, функционирование которых будет содействовать росту валового регионального продукта и занятости в регионе.

Осуществление международного сотрудничества в сфере кинематографии подразумевает проведение международных кинофестивалей, специальных мероприятий, выставок с участием зарубежных организаций кинематографии; стимулирование участия региональных киностудий в совместных с иностранными компаниями кинопроектах и проч.

Содействие в поиске природы для иностранных съемочных групп

В рамках данного полномочия возможно, в частности, привлекать к работе на территории региона зарубежные киносъемочные группы и создавать специализированную региональную организацию, ответственную за содействие в развитии кинопроизводства на территории (кинокомиссию). Идея создания российских кинокомиссий появилась несколько лет назад. В 2009-м подобные проекты были предложены сразу несколькими компаниями. Так, Фонд культурного развития межрегионального кинематографа открыл сайт, где представил базу данных российских городов для натуральных съемок; компания также предполагала оказывать всесторонние услуги по поддержке съемочных групп в регионах страны. Однако крупных проектов фонду привлечь пока не удалось.²⁹ При поддержке Министерства культуры компания «RFilms» также занялась разработкой онлайн-базы данных мест съемок в России³⁰ и выпустила ряд аналитических и справочных материалов, посвященных развитию кинопроизводства и производственной инфраструктуры в стране.³¹ Позже сотрудники компании продолжили разработку проекта уже под патронажем Фонда кино: сейчас они выпускают такие издания, как «Co-production Guide» и «Russia. Location Guide», представляемые на международных фестивалях для привлечения кинопроизводителей в Россию.³²

Первая же региональная кинокомиссия появилась в Санкт-Петербурге. Она является примером частно-государственного партнерства в рамках некоммерческой организации между Санкт-Петербургским государственным университетом кино и телевидения и петербургскими кинокомпаниями, на протяжении многих лет работающими с иностранными и российскими съемочными группами («Глобус Фильм», «Корона Фильм», «Управляющая Компания "КС"», «Мастерская Игоря Шадхана» и «АСТ»). Деятельность комиссии поддерживается городскими властями.³³ Недавно же об идее создания кинокомиссии заявило Министерство культуры Пермского края: она будет создана к 2013 г. с целью привлечения в Пермь российских и зарубежных продюсеров и разработки долгосрочной концепции программы развития киноиндустрии в этом регионе.³⁴ Однако в целом этот институт в России не развит.

Полномочия муниципальных властей в отношении киноиндустрии

Положениями Федерального закона от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ определяется перечень полномочий в рамках предметов исключительного ведения муниципальных органов власти. К сфере кино относится создание условий для организации досуга и обеспечения жителей услугами организаций культуры. Таким образом, на уровне

²⁹ См. <http://www.rusfilmcom.com/index.php>

³⁰ См. <http://www.filminrussia.com/search.html>

³¹ См. <http://www.rfilms.org/>

³² См. http://international.fond-kino.ru/location_guide.php

³³ См. <http://ru.film-commission.ru/>

³⁴ См. <http://kinometro.ru/blog/2012/07/perm-kinokomissiya/>

поселения и городского округа в сфере кинематографии должна проводиться политика по обеспечению населения услугами организаций кинематографии, прежде всего услугами кинопоказа. В идеальном случае создание условий для организации кинопоказа должно находиться в исключительном ведении муниципальных образований. Несмотря на это, организация кинопоказа рассматривается в Российской Федерации в настоящее время в качестве полномочия по предметам совместного ведения, финансирование которого осуществляется из средств региональных бюджетов, а также за счет федерального бюджета в случаях, не противоречащих законодательству Российской Федерации. Это произошло по причине недостатка бюджетных средств на уровне муниципалитетов, что вызвало своего рода эффект страхования социального риска: закрепление в качестве одного из полномочий субъектов РФ организацию и поддержку организаций кинематографии, к которым могут относиться как кинотеатры, так и организации, занимающиеся передвижным кинопоказом в сельской местности.

Наиболее активно реализует свои полномочия в сфере кинематографии Москва. Так, в феврале 2012-го столичные власти приняли решение о реконцепции более 60 кинотеатров, находящихся в городской собственности (ГУП «Объединенная дирекция по управлению имуществом комплексом киносетей» и ГБУК «Московское кино» префектуры Москвы). В отношении 15 объектов было принято решение о привлечении сторонних инвесторов (на условиях концессионных соглашений) для реконструкции, перестройки и редевелопмента (с обязательным условием сохранения функций кинопоказа), остальные кинотеатры планируется сохранить в существующих габаритах, но при этом разрешить арендаторам использовать 30 % площадей под размещение объектов общепита.³⁵ Концепция разрабатывается с участием департаментов культуры, имущества и Москомархитектуры. Осенью 2012-го Департаментом культуры Москвы было принято решение об объединении столичных детских кинотеатров в единую киносеть «Московский молодежный кинокультурный центр».³⁶

Помимо столицы многие регионы России с 2004 г. также реализуют собственные программы по развитию кинематографии, нацеленные на поддержку кинопроката. Причем особенно активны региональные власти стали в связи с переходом на цифровой кинопоказ: все больше муниципальных кинотеатров, особенно в малых городах, получают финансирование для приобретения цифровых кинопроекторов и серверов. Так, в Краснодарском крае в июле 2010-го была принята долгосрочная краевая целевая программа «Развитие инфраструктуры кинопоказа в Краснодарском крае» (на 2011–2015 гг.), согласно которой предполагается выделить 205 млн руб. на приобретение кинотехнологического оборудования и театральных кресел в целях модернизации кинозалов муниципальных учреждений культуры, а также на приобретение оборудования цифрового кинопоказа для залов муниципальной киносети «Кубанькино».³⁷ По состоянию на сентябрь 2012 г. в этой сети уже насчитывалось 15 цифровых кинозалов в городах с населением от 11 до 57 тыс. жителей.

1.1.4 Обзор нормативных актов, регламентирующих деятельность в сфере кинематографии.

Федеральный закон 1996 г. «О государственной поддержке кинематографии» и определение национального фильма

Как уже отмечалось, главным законодательным актом, регламентирующим взаимодействие игроков киноотрасли, является Федеральный закон от 22 августа 1996 г. № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Его положения посвящены направлениям государственного регулирования сферы кино и определению основных терминов, используемых в российских нормативно-правовых документах применительно к кинематографии. Одним из ключевых положений

³⁵ Столичные власти решили судьбу городских кинотеатров // РБК Daily. 4 марта 2012 г.

³⁶ Единая сеть детских кинотеатров будет создана в Москве // РИА Новости. 30 августа 2012 г.

³⁷ См.

<http://kultura.kubangov.ru/www/kultura.nsf/91ec8d66fd21aa2fc32570bf004b76c4/afcc472cb7a55da9c325781800235870!OpenDocument>

Федерального закона № 126-ФЗ является определение категории «национальный фильм». Государственная поддержка кинопроизводства в Российской Федерации предоставляется только в отношении фильмов, получивших статус национального фильма. Кроме того, статус национального фильма позволяет воспользоваться установленными законодательством налоговыми льготами. В декабре 2009 г. в Федеральный закон № 126-ФЗ были внесены изменения, в соответствии с которыми в России расширяются возможности по совместному кинопроизводству со странами, не имеющими международных договоров с Российской Федерацией и не являющимися членами Европейской конвенции по совместному кинопроизводству. Так, с 1 мая 2010 г. в соответствии с изменениями в Федеральном законе № 126-ФЗ фильм признается национальным, если:

1. продюсер фильма – гражданин Российской Федерации или юридическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке на территории Российской Федерации;
2. большинство авторов фильма – граждане Российской Федерации;
3. в состав съемочной группы фильма (режиссеры-постановщики, операторы-постановщики, операторы, звукооператоры, художники-постановщики, художники по костюмам, монтажеры, актеры-исполнители главных ролей) входит не более 30 % лиц, не имеющих гражданства Российской Федерации;
4. фильм снимается на русском языке или других языках народов Российской Федерации, за исключением случаев, когда использование иностранного языка является неотъемлемой частью художественного замысла;
5. не менее 50 % общего объема работ в сметных ценах по производству, тиражированию, прокату и показу фильма осуществляется организациями кинематографии, зарегистрированными в установленном порядке на территории Российской Федерации;
6. иностранные инвестиции в производство фильма не превышают 50 % сметной стоимости.

В качестве национального фильма рассматривается также фильм, производство которого осуществляется в соответствии с международными договорами Российской Федерации совместно с продюсерами фильма, являющимися иностранными гражданами, лицами без гражданства, иностранными юридическими лицами.

Авторы кинофильма

Основным законодательным актом, регламентирующим правовые аспекты, связанные с авторством, созданием и использованием аудиовизуальных произведений (фильмов), является часть четвертая Гражданского кодекса РФ, заменившая Закон Российской Федерации от 9 июля 1993 г. № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах».

Авторами фильма как аудиовизуального произведения признаются³⁸:

- режиссер-постановщик;
- автор сценария;
- композитор, являющийся автором музыкального произведения (с текстом или без текста), специально созданного для этого аудиовизуального произведения.

Аудиовизуальные произведения в терминах российского законодательства включают кинематографические произведения, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим (теле-, видеофильмы и другие подобные произведения), независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации.

Налоговые льготы

Налоговым кодексом РФ установлены льготы по налогу на добавленную стоимость³⁹ (18 % стоимости работ/услуг) для услуг кинотеатров, работ (услуг) по производству кинопродукции, выполняемых (оказываемых) организациями

³⁸ П. 2, ст. 1263 части 4 Гражданского кодекса РФ.

³⁹ Подпункты 20, 2, п. 2, ст. 149 части 2 Налогового кодекса РФ, утвержденного Федеральным законом от 5 августа 2000 г. (№ 117-ФЗ).

кинематографии, прав на использование (включая прокат и показ) кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма.

От обложения НДС также освобождены сборы кинотеатров от продажи кинобилетов⁴⁰ (на киносеансах всех фильмов – как имеющих статус национальных, так и не имеющих такового).

Кроме того, для учреждений культуры, к которым относятся и кинотеатры, дома кино, клубы и другие организации, где осуществляется платный кинопоказ, введена льгота по земельному налогу, зачисляемому в местные бюджеты и составляющему около 1,5 % от кадастровой стоимости земельного участка.

При ввозе на территорию Российской Федерации исходных материалов аудиовизуального произведения импортер также обязан заплатить таможенную пошлину, ставка которой составляет 10 % от таможенной стоимости для киноплёнки и для других материалов (к которым могут быть отнесены магнитные ленты и цифровые носители).⁴¹ При этом российские кинопрокатчики отмечали, что данная норма тяжело сказывалась на артхаусных фильмах, зачастую выходящих в ограниченный прокат (до 20 копий), поскольку сумма таможенной пошлины являлась для них слишком высокой по отношению к прочим расходам по выпуску фильма в прокат, а также – к доходам. Сейчас актуальность данной проблемы снизилась в связи с развитием цифрового кинопроката и невещественной передачи данных: исходные материалы фильмов все чаще передаются в России при помощи спутника или Интернета. В то же время в России продолжает действовать льгота по беспошлинному ввозу фильмов, участвующих в кинофестивалях и иных подобных культурных событиях.⁴²

В 2011 г. Комиссией Таможенного союза была снижена с 15 % до нуля ставка ввозной таможенной пошлины на цифровые проекторы. Данная мера введена сроком на пять лет. Теперь киносети могут сэкономить 10–15 тыс. евро на каждом новом цифровом зале, что очень актуально, учитывая требование правительства удвоить количество кинозалов в стране. Следует отметить, что пока это – единственная правительственная мера, способствующая активному переходу российского кинопоказа на цифровой формат.

Отчисления владельцам авторских прав

В октябре 2010 г. на основании части четвертой Гражданского кодекса РФ постановлением Правительства РФ был установлен авторский сбор с производителей и импортеров аудио- и видеоаппаратуры и носителей информации (CD, DVD, BD, флеш-карты и проч.). Сейчас сбор составляет 1 % от стоимости оборудования и материалов⁴³, взносы собирает аккредитованный Правительством РФ Российский союз правообладателей (РСП). До 15 % собранных средств РСП может использовать на собственные нужды. Данный сбор носит компенсационный характер, применяется в качестве меры борьбы с пиратством в сфере аудиовизуальных произведений. В начале 2012 г. правительством было предложено дифференцировать ставку авторского сбора, однако окончательное решение по данному вопросу до сих пор не принято, в связи со сложностями при расчете вреда, наносимого авторам частным копированием.

Помимо авторского сбора пункт 3 статьи 1263 четвертой части Гражданского кодекса закрепляет за композиторами, музыкальные произведения которых использованы в кинофильмах, право на вознаграждение за публичное исполнение либо сообщение в эфир или по кабелю таких АВП. В сфере кинопроката минимальное вознаграждение за использование музыкальных произведений с текстом или без текста при демонстрации кино-, теле- и видеофильмов и в кинотеатрах, видеосалонах и других общественных местах при платном для зрителей просмотре определено на

⁴⁰ П. 20 ст. 149 главы 21 Налогового кодекса РФ.

⁴¹ Определено для группы 37 («Кино-, фототовары») «Единым таможенным тарифом таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации», утвержденным Решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества (высшего органа таможенного союза) № 18 от 27 ноября 2009 г. и Решением Комиссии таможенного союза № 130 от 27 ноября 2009 г.

⁴² Согласно п. 5 ст. 150 главы 21 Налогового кодекса РФ, освобождается от налогообложения ввоз на таможенную территорию РФ всех видов произведений кинематографии, ввозимых специализированными государственными организациями в целях осуществления международных некоммерческих обменов.

⁴³ Постановление Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. № 829 «О вознаграждении за свободное воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях».

уровне 3 %, а при бесплатном для зрителей просмотре – 0,5 % от суммы дохода плательщика⁴⁴; оно выплачивается кинотеатрами в пользу аккредитованной организации (в настоящее время эти функции выполняет Российское авторское общество⁴⁵), – а минимальные ставки авторского вознаграждения определяются Правительством РФ.⁴⁶ Однако данная норма спорна. В результате длительной и интенсивной работы по сближению позиций кинотеатрального и продюсерского сообществ, Ассоциация продюсеров кино и телевидения и Гильдия продюсеров поддержали инициативу некоммерческого партнерства «Киноальянс» по вопросу «композиционных отчислений». Таким образом, по одному из самых острых вопросов, впервые появилась консолидированная позиция всех сегментов отечественной киноиндустрии, что создало условия для дальнейшей совместной деятельности. Постоянная работа по данному направлению уже привела к фактическому снижению базовой ставки с 1,5 % до 1,2 % и введению специальных ставок для сетевых (1 %), а также новых и реконструируемых (0,5 %) кинотеатров. «Киноальянс» продолжает добиваться снижения ставки до 0,3 %.

Правовая основа субсидирования кинематографии из федерального бюджета

В соответствии с Федеральным законом от 30 декабря 2008 г. № 308-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» государственное финансирование может осуществляться федеральным органом исполнительной власти в области кинематографии путем предоставления субсидий из федерального бюджета в случаях и в порядке, которые предусмотрены федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год и на плановый период и принимаемы в соответствии с нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации.

Единая автоматизированная информационная система учета кинобилетов (ЕАИС)

В соответствии с изменениями, внесенными в Федеральный закон № 126-ФЗ, в России с 1 мая 2010 г. действует единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС), которая обобщает и представляет пользователям данные о посещаемости и валовом сборе фильмов на основе информации о проданных кинобилетах. Законом определено, что федеральный орган исполнительной власти в области кинематографии (Министерство культуры России) осуществляет от имени Российской Федерации полномочия обладателя баз данных системы, обеспечивает ее внедрение и функционирование. При этом установлено, что порядок функционирования ЕАИС и условия предоставления содержащейся в ней информации определяются Правительством РФ. В процессе подготовки постановления Правительства о функционировании ЕАИС возникли существенные противоречия с кинотеатрами о порядке предоставления ими сведений оператору системы. Главным предметом разногласий явились периодичность передачи данных в центр и возможность привлечения для этих целей третьих лиц. Крупные киносети, оснащенные локальными системами обобщения информации о проданных кинобилетах, настаивали на том, чтобы такая передача осуществлялась в режиме онлайн с помощью автоматизированных билетно-кассовых комплексов, что позволит избежать фальсификации передаваемых сведений администраторами кинотеатров. Независимые демонстраторы фильмов, которым надлежало самостоятельно приобретать и устанавливать программно-аппаратные средства для работы в ЕАИС, доказывали, что требование передачи информации в режиме реального времени неминуемо приведет их к банкротству. Согласно постановлению Правительства РФ от 18 октября 2010 г. № 837, кинопоказчикам было предписано предоставлять в систему сведения о каждом проданном билете не реже одного раза в

⁴⁴ Постановление Правительства РФ № 218 от 21 марта 1994 г. «О минимальных ставках авторского вознаграждения за некоторые виды использования произведений литературы и искусства».

⁴⁵ <http://rao.ru>

⁴⁶ П. 4 ст. 1286 части 4 Гражданского кодекса.

час. При этом для кинозрелищных организаций, расположенных в городах с количеством жителей менее 100 тысяч человек и в сельских населенных пунктах, был установлен предельный срок перехода на передачу данных в режиме онлайн – до 1 января 2015 г.

Однако требование передачи в ЕАИС информации о проданных кинобилетах долгое время игнорировалось большинством независимых организаций кинопоказа, поскольку в законе не были предусмотрены конкретные меры административной ответственности, применяемые к нарушителям, а также не был определен субъект, наделенный необходимыми полномочиями в данной области. В этой связи Государственная дума РФ 26 октября 2012 г. утвердила штрафы для кинопрокатчиков за неверные сведения о показах – в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и отдельные законодательные акты Российской Федерации внесены изменения, устанавливающие ответственность за нарушение требований к функционированию единой федеральной автоматизированной системы сведений о показе фильмов в кинотеатрах: штраф в размере от 100 000 до 400 000 рублей, а при повторном нарушении в течение года – от 400 000 до 800 000 рублей. Полномочиями составления протоколов о правонарушениях наделено Министерство культуры РФ. Одновременно решается вопрос о замене бланка строгой отчетности «Кинобилет» чеком кассового аппарата с реквизитами, установленными Федеральным законом № 126-ФЗ, а также о присвоении каждому билету единого федерального серийного номера.

Защита детей

На работу рынка кинопоказа повлияло также вступление в силу с 1 сентября 2012 г. Федерального закона от 28 июля 2012 года № 139-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ограничения доступа к противоправной информации в сети Интернет». Согласно данному закону, вся информационная продукция⁴⁷ подлежит классификации – распределению по возрастным категориям детей в зависимости от ее тематики, жанра, содержания и художественного оформления. Часть поправок разработана Лигой безопасности Интернета и предполагает создание «черного списка» сайтов, содержащих противоправную информацию: детское порно, информацию, побуждающую детей к самоубийству, пропаганду наркотиков и т. д. Некоторые участники кинорынка опасаются, что такая фильтрация снизит скорость работы Сети и приведет к закрытию добропорядочных сайтов.

Квоты на показ российских кинофильмов

В 2012 г. также разрабатывался проект федерального закона, устанавливающего минимальную долю национальных фильмов в общем количестве сеансов, проводимых каждым кинотеатром в интервале от 12 до 24 часов. Однако обсуждение концепции данного законопроекта с представителями кинематографической общественности выявило резкое несогласие многих кинематографистов с самой идеей подобного подхода. В настоящее время прорабатывается целесообразность дальнейшей работы над указанным законопроектом и рассматриваются возможности использования альтернативных мер по защите национального кино в условиях его недостаточной доли на внутреннем аудиовизуальном рынке.

1.2 Система кинообразования в России.

Высшие учебные заведения

В России действуют два специализированных кинематографических вуза⁴⁸: Всероссийский государственный университет кинематографии (ВГИК) и Санкт-Петербургский университет кино и телевидения. Статистические данные главных киновузов свидетельствуют о небольшом росте роли государства в подготовке кадров для кинематографа в прошлом учебном году: в 2010–2011-м уже 24,1 % студентов

⁴⁷ Под информационной продукцией понимается аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий.

ВГИКа и СпбГУКиТа обучались за счет бюджетных средств, тогда как в 2009–2010-м – 21,6 %. По-прежнему во ВГИКе большая часть студентов учится бесплатно (61 %); в СпбГУКиТе таких учащихся существенно меньше (13 %).

Таблица 3. Деятельность специализированных высших учебных заведений России в области кинематографии за 2010–2012 учебные годы (сентябрь–июль)

Показатели	Учебные годы	Всероссийский государственный университет кинематографии (ВГИК), Москва		Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения (СпбГУКиТ), Санкт-Петербург	
		2010–2011	2011–2012	2010–2011	2011–2012
Количество выпускников		267	-	1066	-
Кол-во студентов		1746	1694	5809	5776
Кол-во иностранных студентов		185	179	167	91
Кол-во бюджетных мест		1069	1097	749	755
Кол-во факультетов		7		7	
Кол-во специальностей		11		32/24 ⁴⁹	
Кол-во аспирантов		66	77	92	93
Кол-во выпускников аспирантуры		12	-	22	-
Платные курсы (в т. ч. подготовительные)		11		23	

Источник: данные вузов

В то же время во многих высших учебных заведениях общей направленности имеются факультеты, обучающие студентов кинематографическим профессиям (как правило, это специалисты более широкого профиля, их готовят для работы не только в кино, но и на телевидении, в театре и т. п.). По числу специальностей среди некинематографических вузов лидируют Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. Литовчина и Московский институт телевидения и радиовещания «Останкино» (готовят 8 и 7 специальностей, соответственно), а также Санкт-Петербургский государственный университет, Московский и Казанский государственные университеты культуры и искусств (каждый по 4 специальности).

Наиболее распространенной специальностью в вузах общего профиля по итогам 2011 г. оказалась режиссура (довольно часто совмещенная с квалификацией «педагог», в том числе и в профессиональных киновузах – СпбГУКиТе). Также вузы активно готовят продюсеров (и менеджеров в сфере культуры), художников и операторов.⁵⁰ Наименее распространенной специальностью оказались сценаристы (кинодраматурги) – их готовят лишь в одном неспециализированном вузе (в Институте современного искусства в Москве).

⁴⁹ 32 – согласно стандартизации ГОС ВПО и 24 – согласно стандартизации ФГОС.

⁵⁰ Отметим, что квалификация «артист театра и кино» учитывалась нами лишь в тех вузах, где помимо этой присутствовали и другие кинематографические специальности.



Рисунок 5. Кинематографические специальности неспециализированных вузов

Число выпускников по кинематографическим специальностям в неспециализированных вузах колеблется от 3-х до более 100 человек на вуз за год, однако судить об общем количестве подготовленных в 2011-м специалистов нельзя, поскольку не все вузы, особенно коммерческие, согласились предоставить данные о числе выпускников, так же как и о числе бюджетных и внебюджетных мест по факультетам. Тем не менее полученная в ходе исследования информация позволяет оценить соотношение платных и бесплатных мест в вузах на уровне девять к одному, то есть на бюджетные средства студентов в вузах общей направленности по киноспециальностям готовят в девять раз меньше, чем на коммерческой основе (напомним, что в СПбГУКиТе это соотношение составляет один к восьми).

При этом частные коммерческие вузы отмечают ряд проблем, связанных с предоставлением услуг по долгосрочному образованию: как правило, большинство студентов не заканчивают свое обучение, группа может сократиться с 15 человек на первом курсе до 1–5 на последнем. Тем не менее вузы стараются выполнять свои обязательства по обучению той или иной профессии, даже себе в убыток, что не может не сказываться на рентабельности данного бизнеса в целом. Кроме того, студенты зачастую должны самостоятельно оплачивать производство своих дипломных проектов, хотя лучшие из них в некоторых вузах (а также киношколах, представленных ниже) могут получить государственные гранты на съемку дипломного фильма.

Образовательные программы, киношколы и курсы

Палитра образовательных программ в сфере кинематографии за пределами вузов в России крайне разнообразна: сюда можно отнести и двухлетние программы высших школ и курсов, и семинары и мастер-классы специалистов, и экспресс-программы в рамках студенческих кинофестивалей, а также различные лаборатории, практикумы и питчинги.

Всего подобных образовательных программ в России в 2011 г. насчитывалось около 30; все вместе они предлагали слушателям более 100 учебных курсов по 10–15 специальностям. Подавляющее большинство из них являются платными и предлагают долгосрочное обучение (от полугода до двух лет). Число выпускников каждой киношколы колеблется от 10 до 100 человек в 2011 г.

Наибольшее число курсов и специальностей предлагают «Moscow Film School», Высшие курсы ВГИКа, Высшая школа художественных практик и музейных технологий и киношкола «Cinemotion». При этом самыми «плодотворными» по числу выпускников (90–115) в 2011 г. можно назвать ту же «Moscow Film School», а также киношколы «Лестница» и «Арткино».

Как и в вузах, в киношколах и прочих образовательных программах самой распространенной специальностью является режиссура (входит в 29 образовательных программ); на втором месте – драматургия (наименее популярная в вузах): ею

занимаются 22 программы. Далее со значительным отрывом следуют продюсирование, режиссура монтажа и операторское мастерство.



Рисунок 6. Кинематографические специальности образовательных программ в 2011 г.

Часто киношколы организуются под эгидой крупных производственных баз (Свердловская киностудия, Мосфильм, телецентр «Останкино», Санкт-Петербургская студия документальных фильмов) – они готовят технических и творческих сотрудников «под себя». А различные краткосрочные курсы, мастер-классы и лаборатории получают все большее распространение в рамках каких-либо кинособытий (фестивалей, смотров, кинорынков и форумов) – их целью является повышение квалификации уже действующих специалистов отрасли или же просвещение дебютантов, студентов, начинающих кинематографистов.

Что касается географии российского кинообразования, то, естественно, большинство вузов и прочих образовательных программ располагаются в Москве; далее следуют Санкт-Петербург и Екатеринбург, также имеющие мощные кинопроизводственные базы. В то же время на юге страны, где периодически возникают планы по строительству «русского Голливуда», нет серьезной образовательной базы для специалистов в сфере кинематографии: в регионе только Краснодарский государственный университет культуры и искусства готовит режиссеров и операторов, а образовательные программы в Сочи проходят исключительно в рамках фестиваля «Кинотавр».

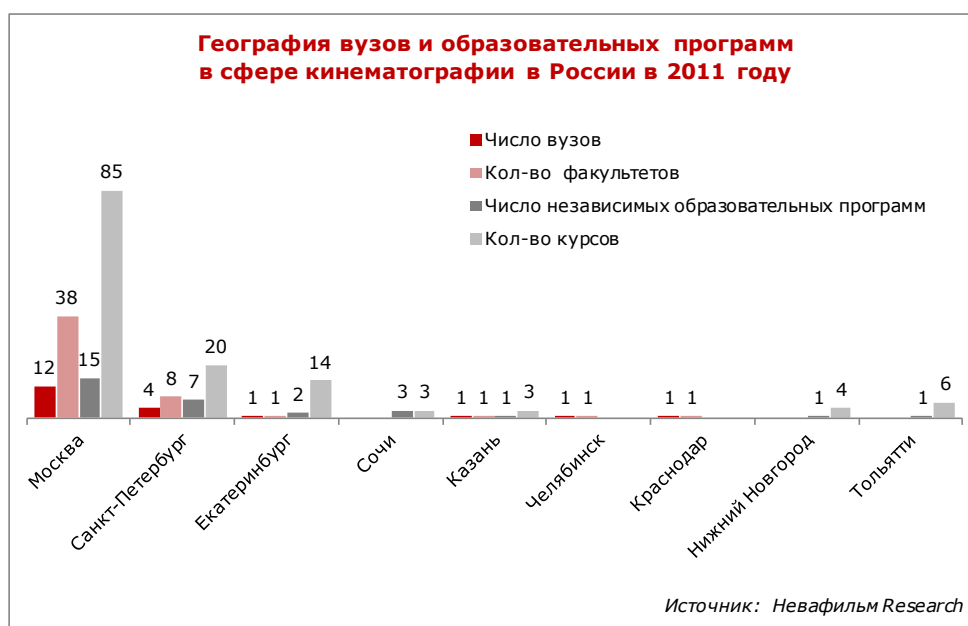


Рисунок 7. География вузов и образовательных программ в сфере кинематографии в России в 2011 г.

Таким образом, анализ ситуации в российском кинообразовании свидетельствует о том, что помимо специализированных вузов (ВГИК, СПбГУКиТ) кинокадры готовятся и вузами общей направленности, хотя зачастую это специалисты более широкого профиля, а число выпускников невелико; большинство из них проходят обучение на коммерческой основе. Режиссеры являются самой распространенной квалификацией как среди студентов, так и среди слушателей киношкол и курсов; в то время как кинодраматургов (сценаристов) готовят, прежде всего, кратко- и долгосрочные образовательные программы, а не вузы. С учетом того, что, по заверениям участников киноиндустрии, на рынке остро ощущается нехватка идей и качественных сценариев, представляются целесообразными меры по увеличению числа вузов, предлагающих студентам программы по кинодраматургии. Кроме того, потенциальным инвесторам, предполагающим развитие кинопроизводственной инфраструктуры страны, следует обратить пристальное внимание на наличие образовательной базы киноиндустрии в регионах предполагаемых инвестиций, поскольку отсутствие квалифицированных специалистов может серьезно затормозить работу будущих киностудий.

1.3 Деятельность организаций кинематографии, находящихся в государственной собственности.

Государственные киностудии

Государственные киностудии, отнесенные к ведению Министерства культуры России, являются коммерческими организациями (федеральными государственными унитарными предприятиями и открытыми акционерными обществами), поэтому прямая государственная поддержка им в настоящее время оказывается в исключительных случаях. Так, в 2010 г. киностудии «Ленфильм» была предоставлена субсидия в размере 60 млн руб. на проведение неотложного ремонта здания. На эти же цели в 2011-м была предоставлена субсидия киностудии «Союзмультфильм» в размере 6 млн руб.

Кроме того, многие из независимых продюсерских компаний и фирм, получивших государственную поддержку своих проектов, задействуют производственные мощности государственных киностудий, тем самым увеличивая их валовой доход и прибыль. Также и сами студии могут получить государственную поддержку на собственные кинопроекты, что является значимым фактором, определяющим экономическое состояние студий, поскольку она обеспечивает им получение средств независимо от результатов реализации созданного продукта. Однако нельзя сказать, что это государственная поддержка подведомственных киностудий, осуществляемая за счет средств федерального бюджета производства национальных фильмов. Поскольку отбор кинопроектов, представляемых продюсерами, осуществляется исходя из их творческой состоятельности и социально-культурной значимости и проводится независимыми экспертными советами и конкурсными комиссиями. Киностудии государственного сектора не имеют при отборе проектов никаких преимуществ перед кинопроизводителями, представляющими другие формы собственности.

В настоящее время государством контролируются 14 киностудий; кроме того, в ведении Министерства культуры находятся 4 киностудии в форме федеральных государственных унитарных предприятий. Больше половины государственных киностудий (8) располагается в Центральном и Северо-Западном Федеральных округах: в Москве и Санкт-Петербурге.

Таблица 4. Российские киностудии, находящиеся в государственной собственности

№	Название киностудии	Общее кол-во услуг
1.	ФГУП «Киноконцерн "Мосфильм"» (Москва)	15
2.	ОАО Центральная киностудия детских и юношеских фильмов им. М. Горького (Москва)	14
3.	ОАО «Центр национального фильма» (Москва) и Леннаучфильм (Санкт-	14

№	Название киностудии	Общее кол-во услуг
	Петербург)	
4.	ОАО «Киностудия "Ленфильм"» (Санкт-Петербург)	12
5.	ОАО «Свердловская киностудия» и «Страна» (Екатеринбург)	11
6.	ОАО «ТПО "Санкт-Петербургская студия документальных фильмов"» (Санкт-Петербург)	10
7.	ОАО «Западно-Сибирская киностудия» (Новосибирск)	н/д
8.	ФГУП «ТПО "Дальневосточная студия кинохроники"», (Хабаровск)	н/д
9.	ОАО «ТПО Северо-Кавказская студия кинохроники» (Владикавказ)	н/д
10.	ФГУП «ТПО киностудия "Союзмультфильм"»	
11.	ФГУП «Российская центральная киновидеостудия хроникально-документальных и учебных фильмов» (Москва)	н/д
12.	ОАО «Казанская киностудия» (Казань)	н/д
13.	ОАО «ТПО "Нижне-Волжская студия кинохроники"» (Саратов)	н/д
14.	ТПО «Ростовская киностудия» (Ростов-на-Дону)	н/д

Источник: данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

Большинство государственных киностудий (за исключением киноконцерна «Мосфильм») располагают устаревшим оборудованием и нуждаются в модернизации и в современном подходе к организации бизнес-процессов. Так, большинство федеральных государственных киностудий, расположенных не в Москве и Санкт-Петербурге и занимающихся в той или иной мере собственным производством (как правило, документальных фильмов), обладают крайне скудной производственной базой и не предоставляют услуг сторонним организациям, а порой даже не имеют сайтов, которые позволили бы оценить их производственные мощности.

Можно выделить следующие особенности текущего положения киностудий, находящихся в государственной собственности:

- имущественные комплексы студий расположены в большинстве случаев в центральной части городов, что делает их привлекательными для инвесторов, развивающих проекты строительства жилой и коммерческой недвижимости, но снижает их экономическую заинтересованность в развитии на студиях кинопроизводства по причине его меньшей доходности;
- положениями Указа Президента Российской Федерации от 4 апреля 2001 г. № 389 «О реорганизации федеральных государственных киностудий», а также ст. 16 Федерального закона № 126-ФЗ установлено, что обязательным условием приватизации организаций кинематографии является сохранение кинематографического направления в качестве основного вида их деятельности;
- положениями Указа № 389 Правительству РФ предписано в процессе реорганизации федеральных государственных киностудий, а также при последующем управлении принадлежащими государству пакетами акций созданных открытых акционерных обществ обеспечить сохранение в качестве основного вида их деятельности производство фильмов;
- Правительством РФ предписано Министерству имущества России при приватизации федеральных государственных киностудий обеспечивать соблюдение требований законодательства Российской Федерации о сохранении производства фильмов в качестве основного вида их деятельности⁵¹.

Частно-государственное партнерство

Одной из основных задач государства стало сохранение профиля деятельности киностудий как главного условия их дальнейшего развития, а также использование

⁵¹ П. 3 распоряжения Правительства РФ от 18 сентября 2002 г. (№1299-р).

механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП), позволяющих привлекать для этих целей инвестиционные и кредитные ресурсы. Сегодня ни одна российская государственная студия не привлекла частного инвестора, который стал бы ее совладельцем. В 2009 г. в рамках программы по реорганизации предприятий кинематографии, находящихся под контролем государства, осуществлялась разработка концепции реструктуризации хозяйствующих субъектов киноотрасли с применением механизмов ГЧП, исключающего продажу и репрофилирование деятельности этих организаций. Согласно данной концепции, предлагалось выделить пять базовых государственных киностудий (Мосфильм, Ленфильм, Киностудия им. Горького, Свердловская киностудия и Центр национального фильма), присоединив к ним оставшиеся. В случае интереса к студиям стратегического инвестора ведомство может рассмотреть вариант ГЧП, но с условием сохранения у государства доли в уставном капитале в размере не менее 25 % плюс одна акция. Так, например, в случае с Ленфильмом в качестве потенциального частного инвестора Министерство культуры рассматривало «RWS» («Всемирные русские студии»), являющуюся дочерней компанией АФК «Система». Была разработана концепция создания на базе Ленфильма и «RWS» открытого акционерного общества «Объединенная киностудия "Ленфильм"», однако данный план отозвали за несколько дней до обсуждения на общественных слушаниях в связи с негативными репутационными издержками.⁵² В августе 2012 г. по вопросу судьбы киностудии «Ленфильм» были проведены общественные слушания при участии представителей Министерства культуры РФ, на которых Общественным советом и советом директоров киностудии были представлены две концепции развития Ленфильма. В дальнейшем Общественный совет поддержал концепцию совета директоров ОАО «Киностудия "Ленфильм"». С учетом согласованной позиции двух общественных групп киностудии Министерство культуры РФ предполагает уже в октябре 2012 г. подготовить соответствующие материалы для представления предложений в Правительство РФ.

Развитие государственных киностудий

В то же время в России случаются прецеденты, когда на базе государственных студий при участии сторонних компаний создаются современные комплексы по предоставлению услуг монтажно-тонировочного периода. Так, например, на Киностудии им. Горького функционирует новый комплекс постпродакшн компании UMP, а Свердловская киностудия сотрудничает с группой продюсерских компаний «Страна».

Необходимость государственного участия в процессе развития киностудий обуславливается на сегодняшний момент недостаточностью развития кинопроизводственной инфраструктуры и низкой конкурентоспособностью России по сравнению с другими странами, привлекающими съемочные группы на свою территорию.

Объединение киноархивов

Реструктуризация организаций кинематографии, находящихся под контролем государства, проводится в целях повышения эффективности их деятельности и управления федеральными активами. Так, в 2010 г. были проведены мероприятия по реорганизации подведомственных Министерству культуры России фильмофондов, действующих в малоэффективной организационно-правовой форме государственных унитарных предприятий.⁵³ В результате все фильмофонды в два этапа были присоединены к ФГУП «Фильмофонд киностудии "Союзмультфильм"», который в 2008-м был переименован в ФГУП «Объединенная государственная киноколлекция» («ОГК»). В коллекцию были включены практически все существовавшие на тот момент фильмофонды, включая фонды Ленфильма, Центра научфильма, Киностудии детских и юношеских фильмов им. Горького, Свердловской киностудии и студии «Диафильм». Всего в коллекцию вошли более семи тысяч фильмов. Однако из-за непродуманного механизма реализации прав на киноколлекцию по этому вопросу стали возникать

⁵² <http://kinobizon.ru/>

⁵³ Распоряжение Росимущества от 23 июня 2008 г. (№ 721-р) и от 21 октября 2008 г. (№ 1717-р).

разногласия между «ОГК» и студиями-производителями фильмов, в результате чего в июне 2011 г. Правительство РФ дало поручение ликвидировать ФГУП «Объединенная государственная киноколлекция», вернуть Союзмультфильму права на картины, созданные в советский период, а права на остальные фильмы передать Госфильмофонду России. В этой связи Министерство культуры в рамках действующего законодательства приняло решение преобразовать ФГУП «ОГК» в федеральное государственное учреждение и последнее присоединить к ФГУ «Госфильмофонд». Соответствующее распоряжение правительства РФ было подписано 20 марта 2012 г. После проведения реорганизации функции, которые исполняла «ОГК» (в частности, сохранение и популяризация фильмов прошлых лет), переходят к Госфильмофонду.

Научно-исследовательские работы

В состав организаций киноотрасли, находящихся под контролем государства, также входят ОАО «Научно-исследовательский кинофотоинститут (НИКФИ)», ФГУП «Опытное производство Научно-исследовательского кинофотоинститута (ОП НИКФИ)», ОАО «Московский завод киноаппаратуры “Москинап”», раньше производивший кинопроекторные аппараты, ФГУП «Московское конструкторское бюро киноаппаратуры (МКБК)» (проектирование стереокамер, специального киносъёмочного оборудования для подводных съёмок и т. д.), ОАО «Кинотехника» (сдача в аренду кинооборудования, закупка, хранение и выдача импортных киноплёнок), ОАО «Гипрокино» (проектирование кинотеатров).

Все эти организации испытывают колоссальные экономические трудности в связи с отсутствием необходимого количества заказов, крайне устаревшим производственным аппаратом, острым кадровым дефицитом и практически полным отсутствием притока молодых специалистов, а также весьма незначительными объёмами бюджетных ассигнований, выделяемых на проведение НИОКР. Существенную долю в доходах этих организаций занимают средства от сдачи в аренду помещений.

В начале 2000-х гг. была предпринята попытка объединения всех научно-производственных, опытно-конструкторских и сервисных организаций, находящихся в ведении Министерства культуры России, в единый комплекс открытого акционерного общества «Российский кинопрокат», созданного по Указу Президента Российской Федерации от 4 апреля 2001 г. № 390. Однако ввиду нерешённых организационных вопросов эта попытка не увенчалась успехом. В 2009-м Правительственный совет по развитию отечественной кинематографии принял решение о создании на базе ряда подведомственных организаций Министерства культуры научно-образовательного центра Санкт-Петербургского государственного университета кино и телевидения, но и это решение до настоящего времени не выполнено.

Вместе с тем, учитывая наиболее высокую технологичность кино среди отраслей культуры и искусства, роль отечественной кинотехнической науки в обеспечении потребностей киноиндустрии должна быть значительно повышена. На сегодня Россия значительно проигрывает конкурентную борьбу ведущим мировым разработчикам кинооборудования и кинотехнологий. Однако в недалёком прошлом достижения российских ученых и инженеров в этой области не раз получали мировое признание. Так, в 1991 г. Американская киноакадемия удостоила Научно-исследовательский кинофотоинститут (НИКФИ) награды «Оскар» в номинации «За техническое достижение» в области создания технологий стереоскопического кинематографа. На базе этих технологий зародился столь популярный сегодня во всем мире формат 3D. Имелись существенные достижения в области голографического кино. Это говорит о том, что отечественная кинотехническая наука богата традициями и имеет достаточные внутренние резервы для своего возрождения.

Глава 2 КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ КИНОИНДУСТРИИ В ЦЕЛОМ

Итак, современный ландшафт отрасли кинематографии России начал формироваться в период проводимых в стране рыночных преобразований (1989 г.). В основе этого процесса лежит реформирование системы государственной поддержки производства и регулирования проката, проводимое одновременно со встраиванием страны в мировую систему авторского права и взаимодействия в аудиовизуальной сфере.

В 1995 г. Россия присоединилась к «Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений». В то же время в стране вступил в силу закон о поддержке кинематографии – базовый акт, регулирующий взаимодействие киноотрасли и государства. Его основные принципы до сих пор определяют направления господдержки кинопроизводства, проката национальных фильмов и продвижения отечественного кино в России и за рубежом. Тем не менее начавшаяся еще в конце существования СССР череда реформ (1989, 1995, 2002, 2010, 2011 гг.) продолжается и в 2012-м, когда решается вопрос о повышении доли возвратных средств, инвестируемых в кинопроизводство со стороны Фонда кино, последние два года игравшего ведущую роль в господдержке киноотрасли.

На международном уровне в сфере кинематографии Российская Федерация является сейчас членом Европейской аудиовизуальной обсерватории, Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве, а также Европейского фонда поддержки совместного кинопроизводства и проката кинематографических и аудиовизуальных работ «Евримаж». Страна имеет подписанные международные соглашения о совместном кинопроизводстве с шестью зарубежными государствами, а также со странами СНГ.

Кинопроизводство

В течение 2010–2012 гг. ежегодно в России производилось около 600 фильмов, порядка 10 % из них приходилось на анимационные ленты (полнометражные и короткометражные), еще 20 % – на полнометражные художественные фильмы, но львиную долю занимали документальные картины, снимаемые преимущественно за счет государственных средств (более 90 % неигровых фильмов производятся с привлечением бюджетного финансирования). При государственной поддержке снимается 60–70 % анимационных лент и около половины игровых художественных фильмов.

Сопоставление данных о бюджетах вышедших в прокат фильмов и об их кинотеатральных сборах свидетельствует не в пользу российских кинопроизводителей. Несмотря на успехи отдельных продюсерских компаний, большинство отечественных картин не окупается в кинопрокате. Поэтому судьба российского кинопроизводственного бизнеса во многом зависит от оказываемой государством финансовой поддержки отрасли.

С развитием государственных финансирующих институтов (в частности, Фонда кино) в России увеличивается доля бюджетных средств в общем объеме инвестиций в кинопроизводство: в 2010 г. они составили 19 % бюджетов *всех фильмов, снятых в России*, а в первом полугодии 2012-го уже 44 %. Аналогичными темпами растет господдержка и *полнометражных художественных* фильмов, где за рассматриваемый период объем бюджетных средств в общих инвестициях увеличился с 18 до 43 %. В 2012 г. средний бюджет одного полнометражного художественного фильма в России был оценен в 95 млн руб.; средний же объем средств, выделяемых на поддержку одного проекта Фондом кино и Министерством культуры, достиг 61 млн руб.

В то же время довольно много художественных фильмов в России производятся продюсерскими компаниями на собственные деньги и средства частных инвесторов, в том числе при помощи таких финансовых институтов, как паевые инвестиционные фонды (так, например, был снят полнометражный фильм «Смешарики» производства ГК «Рики медиа» – при участии фонда «Тройка диалог 3D»). Наиболее успешными продюсерами, чьи фильмы окупались в кинопрокате 2010–2012 гг., являются «Enjoy Movies», «Главкино», «Квартал-95» с продюсерским центром «ГОРАД», «Базелевс»

(«Таббак»), «Монументал пикчерз», «Дирекция кино», «Компания СТВ», анимационная студия «Мельница», а также «Центр национального фильма».

Отдельные российские продюсеры в последние годы вышли на международный рынок. Кто-то – путем продажи своих активов зарубежным компаниям (как «ВайТ Медиа», продавшая контрольный пакет акций одному из мировых лидеров по производству развлекательных телепрограмм «Endemol»), а кто-то, напротив, путем покупки (как Александр Роднянский, приобретший немецкого производителя и прокатчика «A Company» и начавший инвестировать средства в производство фильмов в США). В то же время голливудские мейджоры, до кризиса 2008–2009 гг. начавшие производство фильмов в России (такие, как «20th century Fox» и «Walt Disney»), в последние годы свернули эту деятельность.

Ко-продукция в России, несмотря на членство в международных организациях, развита слабо: в год снимается не больше 10 картин, причем официально в рамках международных договоров о сотрудничестве – менее половины этих фильмов. В 2012 г. наметилась тенденция к увеличению этого числа (за полгода было завершено больше фильмов, чем за предыдущие годы), что произошло благодаря деятельности недавно созданных Французско-российской киноакадемии и Германо-российского фонда поддержки совместных проектов на стадии разработки. Одновременно с этим увеличилась и доля бюджетного финансирования совместных проектов со стороны России, что является необходимым условием для существования отечественного кинопроизводства, фильмы которого регулярно не окупаются в кинотеатральном прокате.

Самыми плодотворными продюсерскими студиями в последние три года стали «Центр национального фильма», ТПО «Санкт-Петербургская студия документальных фильмов» и Леннаучфильм – они выпустили наибольшее число кинофильмов. В основном это были документальные ленты, снятые при поддержке государства. Крупнейшие же частные инвестиции в кинопроекты были сделаны такими продюсерскими компаниями, как АНО «Золотой орел», «Компания СТВ» и «Централ партнершип». Всего по состоянию к середине 2012 г. на российском рынке действует более 460 кинопроизводственных компаний.

Производственная инфраструктура

На территории России действуют 24 киностудии полного (или частично полного) цикла, в том числе 12 государственных, 12 частных и 2 государственно-частные, а также порядка 30 крупнейших сервисных компаний, предлагающих услуги в сфере кинопроизводства.

В настоящее время насчитывается более 100 съемочных павильонов, часть из которых расположена на государственных киностудиях, имеющих в основном устаревшее оборудование. То есть реально действующих современных павильонов для киносъемки оказывается меньше – около 70.

В 2008–2009 гг. на рынке наметился бум инвестиционных проектов по строительству киностудий в различных регионах страны. При этом инвесторы планировали окупить свои проекты не столько за счет прибыли от сдачи в аренду площадей киностудий и продажи помещений, сколько за счет продажи больших площадей коммерческой и жилой недвижимости, которые сооружались в непосредственной близости от киностудий. Но грянувший финансово-экономический кризис внес коррективы в эти планы, и сейчас в активной фазе находятся лишь три проекта (включая планы по модернизации государственной киностудии «Ленфильм»), которые могут увеличить российскую кинопроизводственную инфраструктуру еще примерно на 40 кинопавильонов.

Тем не менее участники кинорынка полагают, что в России будут востребованы услуги одной современной киностудии на юге страны (с широкими возможностями натуральных съемок и постановкой морских сцен) и новой киностудии в центральной части России. В то же время на юге страны, где периодически возникают планы по строительству «русского Голливуда», нет серьезной образовательной базы для специалистов в сфере кинематографии: в регионе только Краснодарский государственный университет культуры и искусства готовит режиссеров и операторов, а образовательные программы в Сочи проходят лишь в рамках фестиваля «Кинотавр».

В 2011–2012 гг. на рынке происходят процессы объединения и реорганизации киностудий, причем не только государственных, но и частных. Так, на базе государственных студий при участии сторонних компаний создаются современные комплексы по предоставлению услуг монтажно-тонировочного периода: на Киностудии им. Горького функционирует новый постпродакшн комплекс компании UMP, а Свердловская киностудия сотрудничает с группой продюсерских компаний «Страна». В 2011 г. были объединены мощности государственных «Центра национального фильма» и Леннаучфильма; частный владелец павильонов «Моя студия» стал партнером сервисной компании «Cinelab». В то же время 2012 г. АФК «Система» была вынуждена отказаться от объединения со студией «Ленфильм», а затем компания «RWS» закрыла студию в Москве. Также компания отказалась от планов по строительству второй очереди своей студии в Санкт-Петербурге по причине недостаточной загрузки студийных мощностей.

Крупнейшими киностудиями по числу предоставляемых услуг в России являются киноконцерн «Мосфильм», Киностудия им. Горького и UMP, Объединенная компания «Cinelab» и «Моя студия», «Центр национального фильма» и Леннаучфильм, киностудия «Ленфильм», Свердловская киностудия и «Страна», Санкт-Петербургская студия документальных фильмов, «Амедиа». В десятку лидеров по числу павильонных площадей также входят «Всемирные русские студии», Группа компаний «Новелла» (ТТО «ТВ-Фильм»), «Кинофабрика №2» и «Мэджик фильм».

Помимо студий на рынке действуют киносервисные компании, не имеющие собственных павильонов. Большинство из них расположено в Москве и Санкт-Петербурге. При этом в последнее время – благодаря переходу к цифровым технологиям в кино – возрастает значимость студий цифрового мастеринга и тиражирования, и компаний, предоставляющих такие услуги, становится все больше (сейчас их около 15). Услуги аренды съемочной и осветительной техники также довольно распространены (14 компаний). В то же время дефицит наблюдается в предоставлении услуг по печати кинокопий – этим занимается только одна независимая сервисная компания («Саламандра»); кроме того, лаборатория обработки пленки имеется еще на Мосфильме, а также две лаборатории работают совместно с киностудиями – им. Горького (UMP) и с «Моей студией» («Cinelab»). Вместе с тем на рынке идет активный процесс перехода на цифровые технологии кинопоказа, в связи с чем услуги лабораторий по обработке пленки становятся все менее актуальными и усиливается роль студий цифрового мастеринга и тиражирования: в 2011 г. их насчитывалось уже по пять среди независимых сервисных компаний и среди киностудий (или объединенных с ними сервисных компаний).

Уровень отечественных цен на предлагаемое оборудование и услуги киностудийных комплексов и сервисных компаний по России примерно одинаков. Существенные различия связаны с материально-техническим состоянием оборудования. В то же время дешевизна одних позиций в той или иной компании, как правило, компенсируется дороговизной других.

Лидирующими сервисными компаниями по номенклатуре предоставляемых услуг являются: «Ментор синема», «29 февраля», «Студия ВЕК», «Саламандра», «Art Veher Film», и «Rumedia» – все они, за исключением лаборатории «Саламандра», специализируются на услугах как съемочного, так и монтажно-тонировочного периода.

Основными проблемами отечественных компаний в сфере кинопроизводственных услуг является устаревающая база государственных студий, а также постепенный переход кинематографа на цифровые технологии, который ставит под угрозу существование крупных киностудийных комплексов с большим количеством павильонов: сейчас они требуются в основном для производства телевизионного контента, а также масштабных кинокартин, количество которых сравнительно невелико.

Кинотеатральная инфраструктура

Главную роль на российском рынке кинопоказа играют «современные кинотеатры», под которыми мы понимаем площадки, осуществляющие регулярный коммерческий кинопоказ с 35-мм кинопленки или с помощью цифровой кинопроекции, с многоканальным звуком в комфортабельном зале; кинопоказ и кинобар в таком

кинотеатре являются основными источниками дохода для собственника. Подобных кинотеатров на 1 июля 2012 г. в России насчитывается уже 994 (2894 современных кинозала). Помимо этого на территории России действуют порядка 10 автокинотеатров, распространению которых препятствуют климатические условия. Также насчитывается уже свыше 25 кинозалов IMAX, а к концу 2013-го их будет 40.

Бурный рост рынка происходил в начале 2000-х, когда шло активное восстановление утраченной за годы перестройки и перехода к рыночной экономике инфраструктуры кинопроката страны. До конца 2003 г. этот процесс шел за счет реконструкции зданий кинотеатров советской эры, затем – преимущественно путем открытия кинозалов в новых торгово-развлекательных центрах по всей стране (в результате чего сейчас в России 59 % кинозалов расположены в ТРК). Темпы роста рынка современного кинопоказа замедлились, что вызвано постепенным насыщением, а также началом нового этапа – переходом на цифровой кинопоказ.

Переход на «цифру» в России начался в 2006 г., и сегодня данный рынок также достиг стадии зрелости. Почти в 60 % современных российских кинозалов установлено цифровое оборудование – 1647 экранов (в 772 кинотеатрах), из них в 1590 – с возможность 3D-показа. Причем рост числа кинозалов, не оборудованных 3D, начался лишь в 2011 г. Изначально все новые цифровые залы имели аппаратуру для 3D-показа, сейчас же они отказываются от массовой установки данных систем, и в первом полугодии 2012-го уже 57 кинозалов их не имели. При этом кинотеатры в малых городах (с населением менее 100 тыс. жителей) стали в первом полугодии 2012-го самыми активными игроками, оцифровывающими свои залы. И часто это происходит при поддержке муниципальных властей. В то же время кинотеатры переходят на «цифру» своими силами, поскольку сделки VPF с дистрибьюторами в России не являются обязательными, и их смогли заключить лишь несколько крупнейших киносетей, информация о которых, за исключением «Синема парка», не является публичной.

Мы полагаем, что в ближайшие годы рост рынка современных кинотеатров и залов может существенно замедлиться в связи с распространением Интернета и развитием услуг видео по запросу в России, которые наряду с отсутствием пленочного кинопроката «ударят» по кинотеатрам-среднячкам, заставляя их закрываться, что и вынуждает отечественных кинопоказчиков спешить с переходом на «цифру».

Российский рынок кинопоказа достаточно сильно фрагментирован. На нем действует более 560 игроков, среди них сетевые игроки составляют 15 %. В последние два года в России активизировались не только процессы поглощения крупными операторами киносетей независимых кинотеатров путем покупки или подписания договоров репертуарного планирования, а также вывода из состава крупных сетей малозальных и «бесперспективных киноплощадок», но и случаи продажи самих этих киносетей. Недавние сделки по смене владельцев лидеров рынка («Синема парк» и «KinoStar» в 2011 г., «Кронверк синема» и «Формула кино», «Каро фильм» в 2012-м) – тому свидетельство.

Ведущие позиции среди киносетей в России удерживают «Синема парк», «Каро фильм», «Киномакс» (включая франшизы), «Кронверк синема», «Люксор», «Формула кино», а также крупнейшие региональные операторы, помимо управления собственными площадками объединяющие независимые кинотеатры на основе договоров репертуарного планирования, «Премьер-зал» и «Монитор».

Кинопрокат

Система независимого кинопроката начала формироваться в конце 1980-х – начале 1990-х. К 1991 г. на рынке появились компании, представлявшие голливудские студии-мэйджоры («Ист-Вест» – студии MGM, «United Artists», «Paramount», «Universal»; «Совэкспортфильм-Кинотон» – студия «20th century Fox»). Однако невероятными темпами в стране развивался пиратский видеорынок, что привело в мае 1991 г. к тому, что ассоциация кинопроизводителей США МРАА (Motion Pictures Association of America) объявила эмбарго на показ фильмов студий-мэйджоров в России. Последствия этого решения оказались катастрофическими для легального российского кинопроката. В Россию перестали поступать не только американские, но и европейские фильмы. Стартовал пиратский прокат 35-мм кинокопий крайне низкого

качества, бурно развивалось видеопиратство. Эмбарго было снято лишь в 1993-м (в результате борьбы легальных российских кинодистрибьюторов), однако система кинопоказа уже развалилась и кинотеатры стали в массовом порядке превращаться в торговые залы. К 1997 г. уровень кинопотребления в стране снизился до минимального уровня – 0,25 раза в год на душу населения. Возродиться российский рынок кинопроката начал в середине 1990-х – с началом восстановления инфраструктуры кинопоказа. Можно выделить несколько основных этапов развития этого рынка в России.

Этап I (1996–2002). Для возрождающегося кинорынка было характерно монопольное положение модернизированных кинотеатров по отношению к кинодистрибьюторам и кинозрителям. Каждый кинокомплекс, оснащенный многоканальным звуком и мягкими креслами, пользовался бешеной популярностью у публики, готовой платить любые деньги за кинобилет, а прокатчики вели отчаянную борьбу друг с другом за современные площадки, стремясь показать в них свои фильмы.

Именно на этом этапе сформировалась российская модель бизнес-отношений «кинотеатр – дистрибьютор», согласно которой валовые сборы распределяются между участниками рынка кинопроката в соотношении 50 на 50. Эта модель действует в России до сих пор. Также появились такие важные составляющие современной системы кинопроката, как регулярные кинорынки, традиционно проходящие в России ежеквартально. Был установлен день смены репертуара – четверг.

Этап II (2003–2007). 2003 год завершил эпоху реконструкции кинозалов. Усилилась конкуренция между кинопоказчиками – снизились цены на кинобилеты; смягчился дефицит киноплощадок, при этом позиция дистрибьютора существенно укрепилась – началась конкуренция между кинотеатрами за кассовые фильмы и лучшие условия проката.

На втором этапе также началось массовое формирование крупных региональных и федеральных киносетей. Прибыльный бизнес кинопоказа стал привлекать непрофильных игроков рынка – девелоперов торговых центров, которые открывали кинозалы на своих площадях и сами же ими управляли. Постепенно главные кинорынки столичных городов России – Москвы и Санкт-Петербурга – приблизились к насыщению, о чем стали свидетельствовать участвовавшие случаи закрытия современных кинотеатров, не выдержавших конкуренции. Операторы киносетей задумались о региональной экспансии, и к 2007 г. в большинстве крупных региональных центров (с населением свыше 1 млн чел.) действовали многозальные кинотеатры федеральных сетевых компаний.

Знаковым для российского кинопроката считается также 2004 г. – старт фильма «Ночной дозор», состоявшийся 27 июня, ознаменовал собой две новые тенденции на рынке:

- с этого момента отечественные фильмы сделали серьезную заявку на лидерство в российском прокате; впервые после распада СССР российский фильм занял первую строчку рейтинга кассовых сборов проката в странах СНГ;

- скачок популярности российских блокбастеров и посещаемости кинозалов в целом был обеспечен за счет поддержки проката фильма центральным эфирным каналом, заключавшейся не только в постоянной трансляции рекламных роликов, но также в длительном сопровождении фильма новостными сюжетами о ходе проката фильма в кинотеатрах, тематическими программами о процессе производства, интервью с актерами и режиссером, их участием в ток-шоу и т. п.

Этап III (2008–2011). Третий этап развития кинорынка в России характеризовался доминированием крупных игроков над более мелкими независимыми участниками рынка. Способность оказывать давление, имея в своем распоряжении сильный пакет фильмов («блокбастеров») или широкую сеть кинозалов, дает возможность крупным компаниям не принимать в расчет мнения своих менее влиятельных контрагентов. Релизы студий-мейджоров и российские разрекламированные блокбастеры пользовались повышенным спросом со стороны кинотеатров, готовых идти на различные уступки прокатчику. Фильмы независимых дистрибьюторов было очень сложно расписать по кинозалам, и прокатчикам часто приходилось уступать киносетям в числе сеансов и сроках проката, а иногда и в

процентном распределении кассовых сборов. Эта ситуация ущемляла права малых компаний как в сфере кинопроката, так и в сфере кинопоказа, мешала им получать доход, на который они могли бы рассчитывать при равноправии сторон, и препятствовала их развитию и расширению сети независимых игроков. Конец данному положению дел положил переход на цифровые технологии кинопоказа. 2010-й стал переломным для отечественных дистрибьюторов, поскольку все они – от мейджоров до независимых артхаусных компаний – адаптировались к новой реальности и начали выпускать фильмы в «цифре». А к концу 2011-го более половины кинозалов в стране стали цифровыми.

Этап IV (2012–...). Современный этап развития рынка кинопроката стал результатом перехода на цифровые технологии, происходившего на фоне безудержного стремления дистрибьюторов к увеличению тиражей фильмов. В новых технологических условиях расширять число экранов на своих релизах смогли не только представители мейджоров, но и независимые кинопрокатчики, многие из которых стали выпускать фильмы, которые никогда не вышли бы на пленке, только в цифровом формате. Это позволило расширить общий репертуар российских кинотеатров, в том числе и программами альтернативного контента (в 2009 г. вышло 10 программ, в 2010-м – 50, а в первом полугодии 2012-го – 24), однако привело к сокращению экранной жизни фильмов (с 57 дней в 2010 г. до 34 в 2012-м).

Реклама на телеканалах и масштабная поддержка фильмов с их стороны перестали играть важнейшую роль в продвижении картин в прокате: уменьшились и ее объемы и эффективность (в первом полугодии 2012 г. ни один фильм, поддержанный эфирным телеканалом, не вошел в десятку лидеров).

При этом феномен «ограниченного проката» пленочной эры (когда фильм, выпущенный тиражом до 20 копий, долгое время путешествовал по городам) сменился более широким выпуском артхаусных фильмов во многих кинотеатрах страны (порядка 60 % кинотеатров крупных городов проводят подобные показы), хотя и на небольшом количестве сеансов. Также летом 2012 г. пять российских кинотеатров вошли в состав сети «Eurimages/Europa Cinemas», что при поддержке фонда позволит этим кинотеатрам пополнить свой репертуар фильмами европейского производства.

Таким образом, мы можем констатировать, что движение в сторону главенствующего положения зрителя на рынке кинопроката началось (в противовес господству «блокбастера» на третьем этапе, «дистрибьютора» на втором и «кинотеатра» на первом). В дальнейшем эта «кастомизация» кинопроката в России должна только увеличиваться, иначе индустрия кинодистрибуции будет не в состоянии противостоять другим (индивидуальным) способам просмотра фильмов.

Ежегодно на экраны российских кинозалов выходит порядка 350 кинофильмов. В 2012 г. почти 90 % фильмов российского проката вышли в цифровом или гибридном формате, а доля исключительно цифровых релизов достигла 43 %. Все чаще используются альтернативные способы доставки цифровых копий фильмов из кинолабораторий в кинотеатры без использования физических носителей – через Интернет и по спутнику. Благодаря этим способам к сентябрю 2012 г. порядка 2,5 тысяч хард-дисков были сэкономлены прокатчиками и цифровыми лабораториями.

Кассовые сборы российского кинопроката (после кризисных 2008–2009 гг. и девальвации рубля) с 2010 г. продолжили свой рост, хотя и не такими высокими темпами, как прежде, и главным образом за счет повышения стоимости кинопосещения (благодаря росту числа 3D-релизов и цифровых 3D-залов). В 2011 г. они составили 34,0 млрд руб., а цена кинопосещения уже несколько лет превышает 200 руб. Посещаемость кинозалов также растет, но, как и в случае с кассовыми сборами и ценой билета, темпы ее роста снижаются. В 2011 г. кинотеатры посетили 159,8 млн россиян.

По числу наименований на российском рынке доминируют картины производства США. Что касается фильмов российского производства, то в последние годы их доля по количеству релизов сократилась с 24 % в 2009 г. до 18–19 % в 2011–2012 гг., а доля кассовых сборов снизилась с 26 % в 2008 г. до 17–18 % в 2011–2012 гг.

Среди европейских фильмов по общему числу релизов в российском прокате за период 2007–2012 гг. лидирует Франция, затем идут Великобритания, Германия,

Испания и Италия. По сумме кассовых сборов в российском кинопрокате лидирует Великобритания (5,9 % за период 2007-й – 1 июля 2012 г.).

Всего, по состоянию на середину 2012 г., на российском рынке кинодистрибуции действуют около 30 кинопрокатчиков. Лидерами рынка, по итогам первого полугодия 2012-го, являются представители студий-мейджоров «Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing», «Централ Партнершип» (представитель студии «Paramount»), «Каро Премьер» («Warner Bros.»), «20 век Фокс-СНГ» и «UPI» («Universal»); среди дистрибьюторов независимых фильмов – «Централ Партнершип», «Каропрокат», «Парадиз», «Наше кино» и «Вольга».

Рынок домашнего видео

Основной чертой развития российского рынка домашнего видео является постоянная борьба между лицензионной и пиратской видеопродукцией, корни которой уходят еще в советское прошлое. В начале 1990-х рынок зарождался на базе видеосалонов и проката видеокассет. Переломным моментом для развития DVD-продаж стал дефолт 1998 г., когда резкое удорожание лицензий на выпуск фильмов на видео и стоимости кассет привели к массовому разорению многих компаний. Лишь к 2002 г. диски пришли на смену исчезнувшему было видеокассетному рынку, однако это были пиратские DVD с несколькими фильмами. Побороть нелегальную продукцию удалось в период 2004–2006 гг. путем снижения цен представителями мейджоров и сокращением «окна» до выпуска фильмов на видеорынке. С 2007 г. в России появились первые диски Blu-Ray, которые должны были компенсировать снижение продаж DVD, вызванное распространением широкополосного доступа в Интернет (и связанного с этим пиратства в Сети) и мировым финансовым кризисом 2008–2009 гг.

Однако в последние два года российский видеорынок начал приходить в постепенный упадок. Основными признаками этого становятся сокращение не только объемов продаж видеодисков (по оценкам «IHS Screen Digest», в 2011 г. было продано 79 млн дисков оптом и 63 млн дисков в розницу – на 10 % меньше, чем в 2010-м; в 2012-м ожидается снижение еще на 9 % – до 55 млн дисков, проданных в розницу), но и числа активных дистрибьюторов (в частности, уход с рынка представителей мейджоров), закрытие заводов по производству видеоносителей, прекращение деятельности отраслевых периодических изданий («Бюллетень видеорынка» и «Видеомагазин»). Все чаще игроки выражают свои опасения по поводу скорого прекращения функционирования индустрии в связи с массовым переходом к невещественной дистрибуции.

В то же время, несмотря на спад DVD-индустрии, продолжает свое развитие рынок Blu-Ray – в России растет число устройств, способных читать диски такого формата. По данным «IHS Screen Digest» на конец 2011 г., российские домохозяйства, имеющие телевизор, оснащены DVD-плеерами на 70 %, а BD-плеерами – менее чем на 4 %, тогда как проникновение устройств для чтения Blu-Ray дисков в домохозяйствах с телевизорами высокой четкости уже гораздо выше – почти 12 %. Таким образом, потребители, привыкшие к высокому качеству изображения и звука, в большей степени склонны к потреблению видео в формате Blu-Ray. Как ожидается, в 2012 г. российские потребители купят около 2,5 млн дисков высокой четкости.

В первом полугодии 2012-го было выпущено 1202 DVD-издания и 356 релизов в формате Blu-ray. Эти цифры вполне сопоставимы с показателями первого полугодия 2011-го и выше данных предыдущих (кризисных) лет. То есть, несмотря на снижение продаж, рынок домашнего видео в России пока остается на плаву.

Число российских релизов по итогам первого полугодия 2012-го составило 223 наименования на DVD (19 % от общего числа видео изданий) и 28 BD (8 % от общего числа релизов – почти столько же, сколько в 2011 г.) – причем во втором квартале на BD было выпущено лишь 2 отечественных фильма.

Среди зарубежных релизов наибольшая часть приходится на видеопродукцию североамериканского региона, однако доля европейских стран тоже довольно значительна. А вот доля продукции других стран, в том числе Азиатского региона (без учета ко-продукции), сравнительно невелика и продолжает уменьшаться.

При этом существует разница между типами фильмов, которые выходят в разных форматах: на отечественном рынке лицензионных DVD-продаж преобладают релизы каталогов, тогда как на рынке Blu-Ray – новинки кинопроката. В целом же структура российского лицензионного рынка домашнего видео имеет ярко выраженную направленность на художественные кинофильмы.

К середине 2012 г. на российском рынке лицензионного видео насчитывалось около 20 игроков, крупнейшими из которых являлись представители голливудских мейджоров: «Двадцатый век Фокс СНГ»; «Уолт Дисней компани СНГ» (летом 2011-го компания объявила о сокращении отделов, занимающихся продвижением видеопродукции); «Видеосервис» (с 1997-го представляет интересы студии «Sony Pictures», с 2002-го по 2008-й – компании «Walt Disney Pictures»); «Новый диск» (с 2012 г. представляет на российском рынке релизы студии «Paramount»); «CP Digital» (с 2011 г. представляет релизы «Warner»). Следует отметить, что летом 2011 г. с рынка ушла компания «Universal Pictures Rus» – права на распространение видеоконтента мейджора на российском видеорынке были переданы дистрибьютору «Двадцатый век Фокс СНГ» в рамках договора, заключенного на три года.

Рынок видео по запросу

Рынок видео по запросу в России начался в 2005 г. в сетях коммерческого телевидения, предоставлявших услугу платы за просмотр фильмов, которые транслировались пользователю. С развитием каналов двусторонней связи распространение получали все более интерактивные сервисы, и на смену услугам платы за просмотр приходило все больше сервисов классического видео по запросу. Одновременно на рынке шло движение от платной бизнес-модели предоставления доступа к рекламной, при которой просмотр становится для зрителя бесплатным. Первый этап становления этого сегмента рынка сбыта кинопродукции в России завершился к 2010 г., когда произошло резкое увеличение потенциального числа пользователей сервисов видео по запросу (благодаря развитию инфраструктуры платного ТВ и широкополосного доступа в Интернет).

Для второго этапа (2011–2012 гг.) стало характерно увеличение не только числа сервисов, но и размеров их каталогов – благодаря масштабному притоку крупных инвестиций в эту сферу. Третьим же этапом, который может начаться уже в 2013 г., станет приход на российский рынок крупных международных игроков видео по запросу (таких, как «Sony» и «Microsoft», iTunes или «Hulu»).

К середине 2012 г., по данным исследования Фонда «Общественное мнение», месячная аудитория Интернета в стране достигла 59,4 млн пользователей (51 %), а среднесуточная – 45,1 млн (39 %). В то же время распространенность технологии доставки видео по запросу через сети операторов платного ТВ, по оценке «J'son & Partners Consulting», к началу 2012 г. достигла 28,6 млн домохозяйств, подключенных к технологиям кабельного, спутникового и IP телевидения, или 52 %, что сопоставимо с числом жителей, имеющих доступ к ШПД.

Всего в середине 2012 г. на российском рынке видео по запросу действовало уже около 60 операторов различных медиа, предлагающих услуги посредством нескольких технологий. Наибольшее число компаний насчитывалось в сегменте интернет-сервисов (48 %) и кабельного телевидения (IPTV – 21 %); при этом число компаний, осваивающих сервисы AppStore (и других магазинов приложений для смартфонов и планшетов), – самый быстрорастущий сегмент рынка.

Лидером рынка видео по запросу в сетях платного ТВ является «Триколор ТВ», в августе 2012 г. отметивший подключение 11-миллионного абонента и предлагающий сервис pay-per-view под названием «Кинозалы». Второе место удерживает «Кабельное телевидение от МТС». На третьем – «Ростелеком», в 2012 г. завершивший объединение своих подразделений, действовавших в разных федеральных округах; доступ к сервисам VoD имеют пользователи IPTV оператора.

По данным компании «LiveInternet», ведущие позиции на рынке видео по запросу в Интернете занимают ivi.ru (который наряду с бесплатными для пользователя фильмами предлагает сейчас и платный каталог – под маркой «ivi+»), tvigle.ru и mego.ru, работающие по рекламной модели.

Таким образом, российская киноиндустрия является своеобразным сплавом финансируемого преимущественно из госбюджета кинопроизводства и частного рынка сбыта кинопродукции, на котором господствуют зарубежные фильмы. Возвратные механизмы инвестированных в полнометражные художественные фильмы бюджетных средств пока не сформированы, однако при выборе продюсеров-лидеров, финансируемых Фондом кино, учитываются как профессиональная оценка снятых ими картин, так и коммерческие результаты продюсеров в кинопрокате и на телевидении.

В технологическом плане киноиндустрия стремительно переходит на цифровые технологии – как съемок (что вынуждает менять формы господдержки, в частности, отказываться от централизованной закупки киноплёнки Министерством культуры), так и кинотеатральной дистрибуции (уже более половины кинозалов имеют цифровые проекторы, и более 90 % фильмов выходят в цифровом формате) и домашнего видео (происходит стремительное сокращение рынка физических носителей на фоне развития сервисов видео по запросу в Интернете).

Новые технологические возможности меняют картину рынка сбыта, расширяя доступ российских зрителей ко все большему числу фильмов и альтернативного контента, а новые формы потребления кинопродукции диктуют грядущие изменения форматов взаимодействия с аудиторией (начиная от кастомизации сервисов видео по запросу и специализации кинотеатров и заканчивая изменением жанров и форматов импортируемых и производимых фильмов – от блокбастеров, выходящих при широкой рекламной поддержке, к специализированным картинам для узких групп потребителей). И на этой новой формирующейся карте российского кинорынка все более отчетливо проступает кинозритель как главное действующее лицо, от которого будет зависеть будущее всей отрасли.

Глава 3 ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ РАЗЛИЧНЫХ ВЕТВЕЙ ОТРАСЛИ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ

3.1 Кинопроизводство в России: продюсерские и производственные компании

3.1.1 Структура отрасли

Методологические аспекты

Для анализа состояния кинопроизводственной сферы в Российской Федерации был взят список фильмов, завершенных в 2010-м, 2011-м и в первой половине 2012-го. Список составлялся на основе данных, полученных от продюсерских компаний и киностудий, из базы издания «Бюллетень кинопрокатчика», от Министерства культуры РФ, а также из открытых источников (сайты Kinopoisk.ru и Кино-театр.рф). Из итогового списка были исключены короткометражные художественные фильмы, поскольку сбор информации по ним крайне затруднителен в связи с закрытостью рынка: данные имеются лишь о фильмах, произведенных в рамках высших учебных заведений, а также участвовавших в различных кинофестивалях.

По этой же причине (закрытость рынка) информация о бюджетах и объемах господдержки имеется не обо всех проектах. Для фильмов с недостающими данными по одному из этих показателей оценочный расчет второго был произведен с помощью средних арифметических значений по фильмам соответствующей категории с известными бюджетами и господдержкой. При этом в 2010 г. доля фильмов, по которым не были предоставлены бюджеты, составила 10%, а размеры господдержки – 3%. В первом полугодии-2012 не известны бюджеты для 28% произведенных фильмов, размеры господдержки – для 2%. В то же время в 2011 г. доля проектов с неизвестными размерами инвестиций оказалась гораздо выше – 76% бюджетов фильмов и 60% господдержки. В связи с этим не представляется возможным оценить общий объем инвестиций в кинопроизводство, особенно для 2011 г. Однако можно произвести сопоставление доли частных и государственных инвестиций в кинопроизводство.

Также следует отметить особенности методологии определения количества фильмов. Так, при подсчете числа произведенных анимационных и документальных фильмов короткометражные многосерийные проекты считались по числу наименований, тогда как в документах Министерства культуры фигурируют подсчеты, основанные на числе серий фильмов. При составлении рейтингов российских компаний-производителей (в случае совместного производства фильмов) бюджеты, господдержка и кассовые сборы учитывались в полном объеме у каждого производителя.

Общее состояние рынка

В результате анализа состояния кинопроизводственной сферы в Российской Федерации (в части игрового, неигрового и анимационного кино) было установлено, что в среднем в год производится около 600 фильмов. В течение 2010 г. было завершено производством 577 фильмов, в том числе – 76 анимационных (полнометражных и короткометражных), 133 полнометражных художественных и 368 документальных (полнометражных и короткометражных). В 2011 г. общее число завершенных производством российских проектов составило 597, из них полнометражных художественных – 103, полнометражных и короткометражных анимационных – 58 и документальных – 436. Таким образом, в 2011 г. произошел небольшой рост объемов российского кинопроизводства по сравнению с 2010-м, когда в экономике еще ощущалось влияние предыдущих кризисных лет. Однако подтвердить наметившуюся тенденцию роста объемов кинопроизводства не представляется возможным, поскольку еще не подведены итоги 2012 г. и мы можем оперировать лишь промежуточными показателями. Так, по имеющимся данным на июнь 2012-го, в течение первой половины этого года российскими продюсерами было произведено всего 126 фильмов (20 полнометражных и короткометражных анимационных, 44 полнометражных художественных и 62 полнометражных и короткометражных документальных).

Очевидно преобладание производства документального контента на российском рынке. Это может быть обусловлено тем, что эти картины снимаются в основном за счет бюджетных средств, в то время как художественные фильмы в основном производятся при большем участии собственного капитала продюсеров.

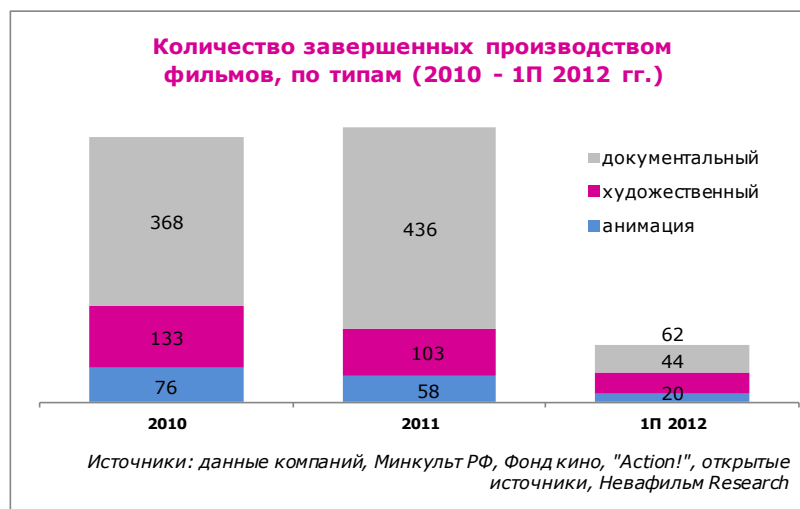


Рисунок 8. Количество завершенных производством фильмов, по типам (2010-й – первая половина 2012 г.)

Сопоставление данных о бюджетах (производственной себестоимости – без учета расходов на продвижение) вышедших в прокат фильмов и об их кинотеатральных сборах свидетельствует не в пользу российских кинопроизводителей (что впрочем, не является специфически российской проблемой – она касается всех независимых кинопродюсеров в мире). Лишь 11 картин из 58 в 2010 г. собрали в прокате сумму, перекрывающую бюджет. Самыми успешными российскими картинами в кинопрокате 2010 г. стали «Три богатыря и Шамаханская царица» (производство анимационной студии «Мельница» и «Компании СТВ»), «Кандагар» («Рекун-синема»), «О чем говорят мужчины» («Квартет «И», «Квадрат-фильм») и «Елки» («Базелевс», «Таббак»).

В 2011 г. список российских продюсеров, чьи фильмы показали наиболее выдающиеся результаты в прокате, повторился: в четверку лучших российских картин вошли «Елки-2» («Базелевс»), «Иван Царевич и Серый волк» (анимационная студия «Мельница» и «Компания СТВ») и «О чем еще говорят мужчины» («Organic films» и «Квартет «И»). Самые лучшие результаты проката показал фильм «Высоцкий. Спасибо, что живой...» производства «Дирекции кино» совместно с «Монументал пикчерз». Однако в целом из 53-х российских картин, вышедших в широкий прокат в 2011-м, лишь 15-ти удалось собрать кассу, превышающую их производственный бюджет.

В первой половине 2012 г. большинство отечественных фильмов по-прежнему не окупается в прокате: из 14 картин, вышедших в кинотеатральный прокат, насчитывается всего четыре таких, чей бюджет был покрыт их кассовыми сборами в кинотеатрах, – это «Мама» и «Няньки» (производства «Enjoy Movies»), «8 первых свиданий» (совместное производство компании «Квартал-95» и ПЦ «ГОРАД») и «Самоубийцы» («Стриж и ко Медиа», «Ортодокс»).

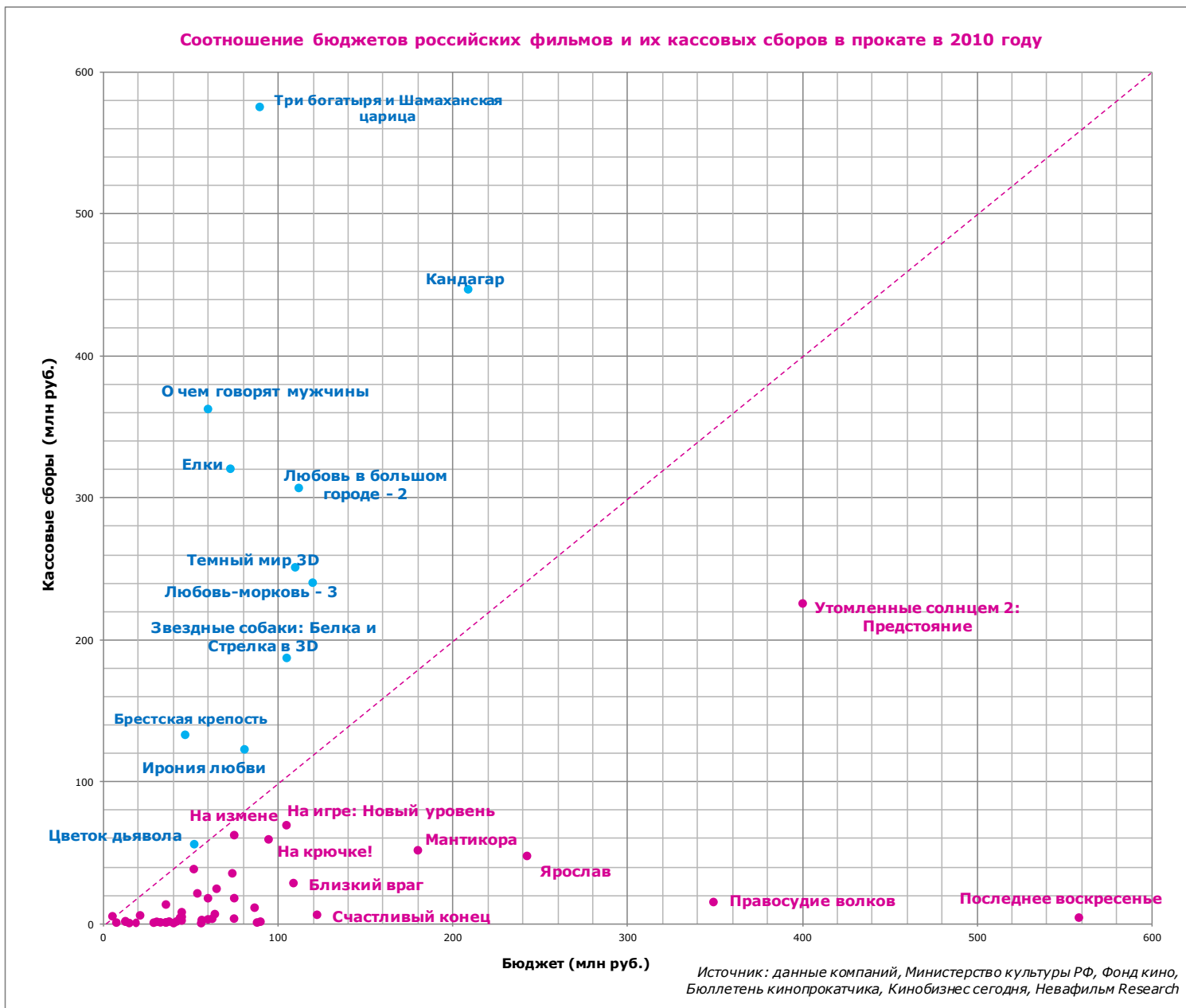


Рисунок 9. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2010 г.

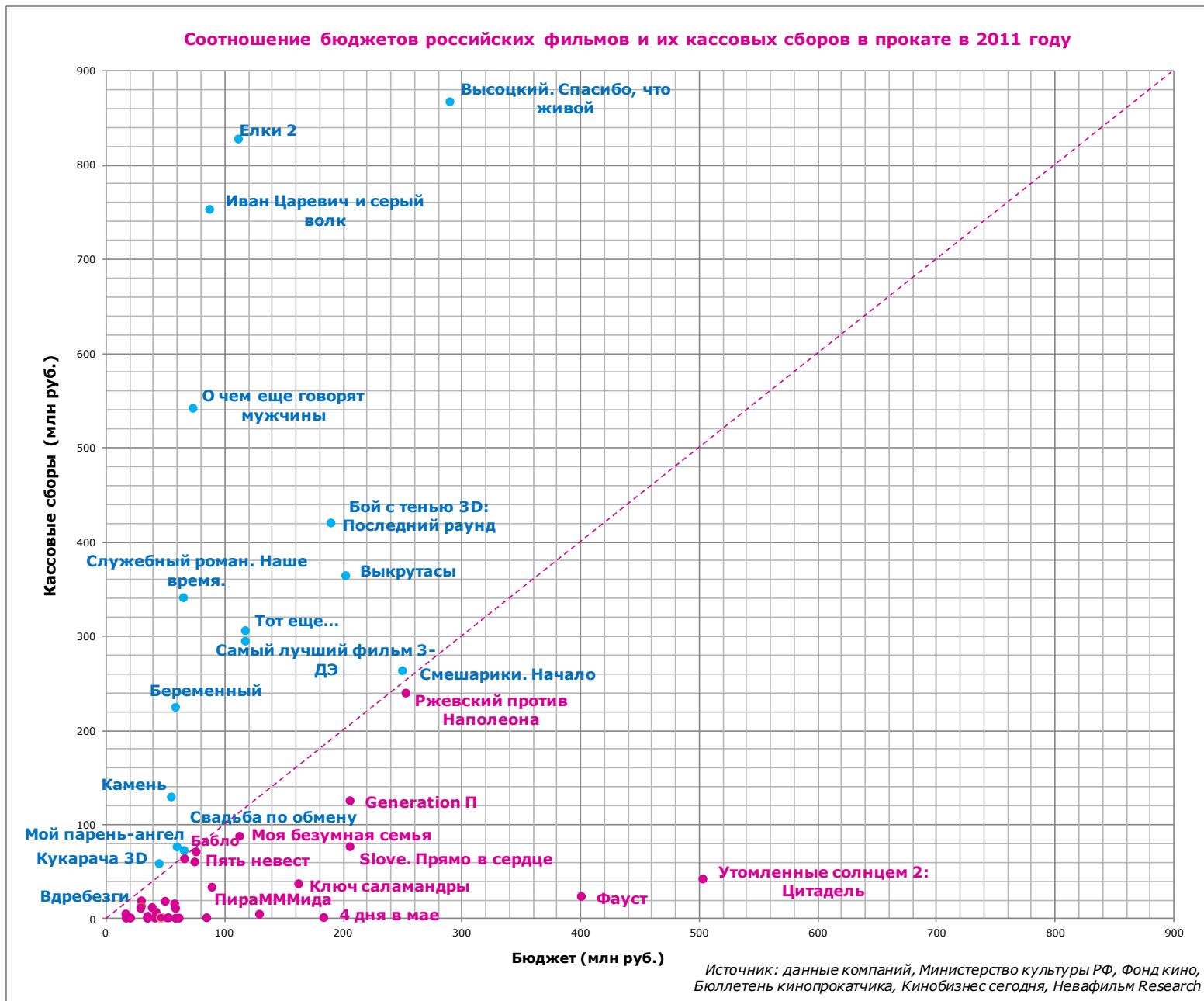


Рисунок 10. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2011 г.

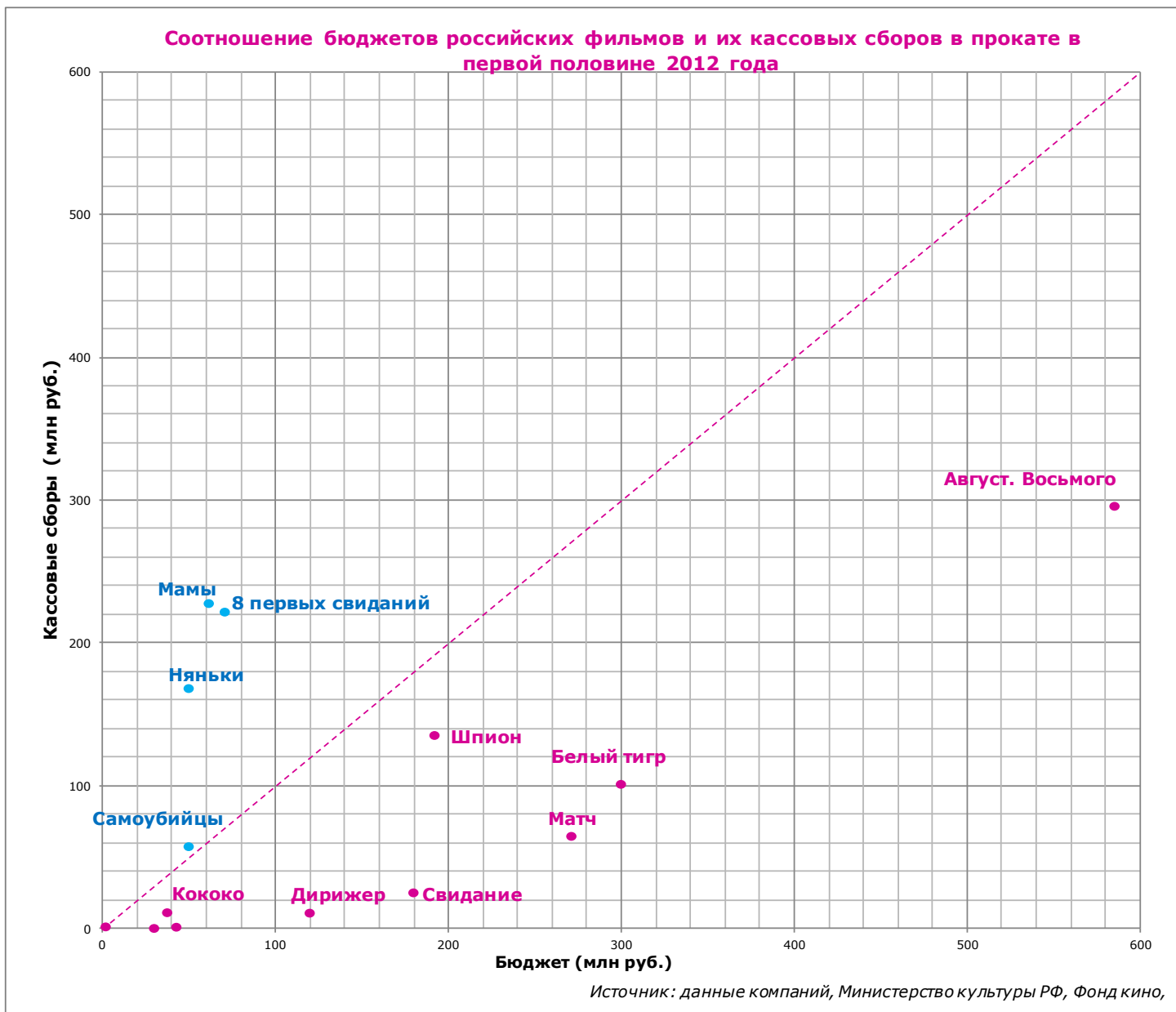


Рисунок 11. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в первой половине 2012 г.

Самыми успешными российскими продюсерскими компаниями в кинопрокате в 2010 г. стали, соответственно, «Компания СТВ», анимационная студия «Мельница», а также «Центр национального фильма».⁵⁴

Таблица 5. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2010 г.

Компания	Число фильмов в прокате	Суммарные кассовые сборы фильмов компании (млн руб.)
Компания СТВ	4	591,58
Мельница	1	575,07
ЦНФ	4	552,53
Рекун-синема	1	446,58
Интерфест	2	362,40
Квадрат-фильм	1	362,25
Базелевс	1	320,17
Леополис	2	307,30
Централ Партнершип	2	256,68
Шаман Пикчерс	1	250,73

Источники: данные компаний, «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

В 2011 г. лидерами среди российских продюсеров по результатам кинопроката были «Базелевс», «Монументал пикчерз» и «Дирекция кино».

Таблица 6. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2011 г.

Компания	Число фильмов в прокате	Суммарные кассовые сборы фильмов компании (млн руб.)
Базелевс, Таббак	3	1 319,88
Монументал пикчерз	2	1 161,08
Дирекция кино	1	866,76
Компания СТВ	6	839,96
Мельница	1	752,51
Леополис	3	613,24
Централ Партнершип	5	578,42
Organic Films	3	562,69
Квартет И, Стрела, Квадрат-фильм	1	541,45
Enjoy Movies	2	529,56

Источники: данные компаний, «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

В первой половине 2012-го самыми успешными российскими продюсерскими компаниями по результатам кинопроката являются «Enjoy Movies», «Главкино» и «Квартал-95» с продюсерским центром «ГОРАД».

Таблица 7. Топ-5 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в первом полугодии 2012-го

Компания	Число фильмов в прокате	Суммарные кассовые сборы фильмов компании (млн руб.)
----------	-------------------------	--

⁵⁴ При совместном производстве результаты картин учитываются у каждой продюсерской компании.

Компания	Число фильмов в прокате	Суммарные кассовые сборы фильмов компании (млн руб.)
Enjoy Movies	2	396,00
Главкино	1	295,92
Квартал-95, ПЦ «ГОРАД»	1	221,79
Студия «ТРИТЭ», ВГУП «ВГТРК»	1	135,36
Мосфильм, Курьер	1	101,12

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, Невафильм Research

Однако, несмотря на успехи отдельных продюсерских компаний, большинство отечественных картин не окупается в кинопрокате. Ситуацию спасает то, что многие фильмы снимаются с привлечением финансирования Министерства культуры РФ и Фонда кино. Таким образом, судьба российского кинопроизводственного бизнеса во многом зависит от оказываемой государством финансовой поддержки отрасли.

Господдержка

Анализ объемов господдержки показал, что финансовое участие Министерства культуры и Фонда кино в производстве национальных фильмов довольно существенно. Так, в 2010 г. финансовая поддержка государства оказывалась для 98 % завершенных производством документальных, 93 % анимационных и 58 % художественных картин.⁵⁵ В 2011 г. доля участия государства распределилась между данными типами картин как 98 %, 62 % и 45 % соответственно. По итогам первой половины 2012-го, государство финансово участвовало в производстве 84 % документальных, 70 % анимационных и 41 % художественных картин, завершенных за этот период.



Рисунок 12. Количество завершенных производством фильмов, по типам и наличию господдержки (2010 - 1П 2012 гг.)

⁵⁵ Напомним, что здесь и далее приводятся данные как по короткометражным, так и по полнометражным документальным и анимационным фильмам, а по художественным картинам – только по полному метру.

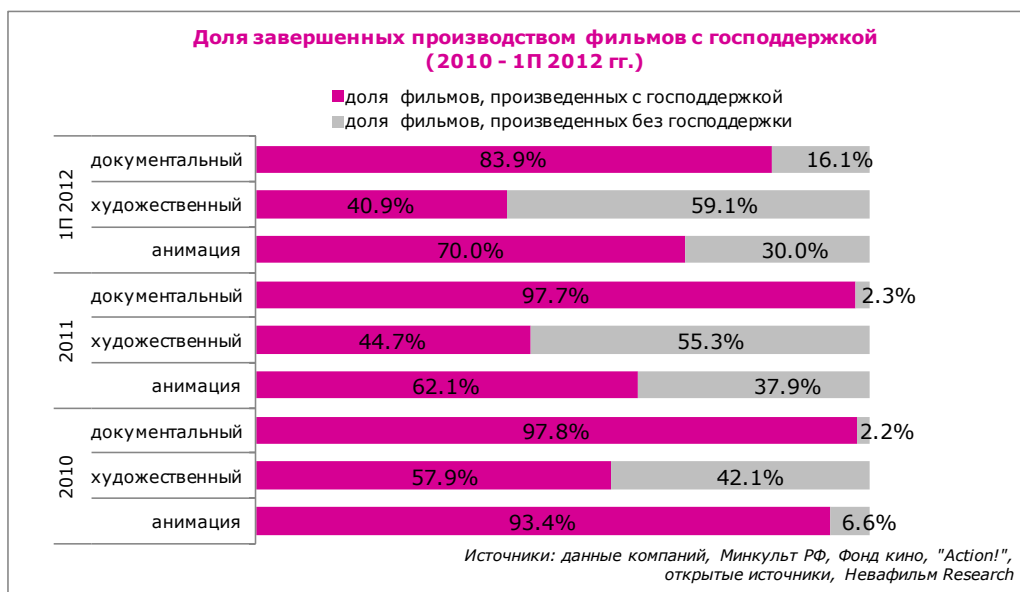


Рисунок 13. Доля завершенных производством фильмов с господдержкой (2010 - 1П 2012 гг.)

Средняя доля государственных инвестиций в общем объеме денежных средств, затрачиваемых на производство российских фильмов (включая картины, снятые без господдержки), имеет тенденцию к увеличению. По итогам первой половины 2012 г., она составляет уже 44 %. Рост данного показателя обусловлен активным развитием государственных финансовых институтов для поддержки отечественного кинематографа, в частности – деятельностью Фонда кино. Именно в 2012 году было завершено производство большинства картин, впервые снятых при его поддержке,



Рисунок 14. Доля государственного финансирования в общем бюджете всех завершённых производством фильмов (2010 - 1П 2012 гг.)

Между тем в общих объемах инвестиций в производство *полнометражных художественных фильмов*, по оценке Невафильм Research, участие государства в 2012 г. составляет около 43 % (против 18 и 24 % в 2010-м и 2011 гг. соответственно). Всего в производство 44 полнометражных игровых фильмов,

законченных к середине 2012 г., было вложено более 2,5 млрд руб.⁵⁶, из которых 1,1 млрд пришлось на бюджетные средства.⁵⁷ При этом средний бюджет одного полнометражного художественного фильма в России может быть оценен на уровне 95 млн руб.; средний же объем средств, выделяемых на поддержку одного проекта Фондом кино и Министерством культуры, достигает 61 млн руб. (заметим при этом, что средний бюджет художественного фильма, получающего господдержку, выше, чем в целом по рынку, – 120,7 млн руб. в первом полугодии 2012).

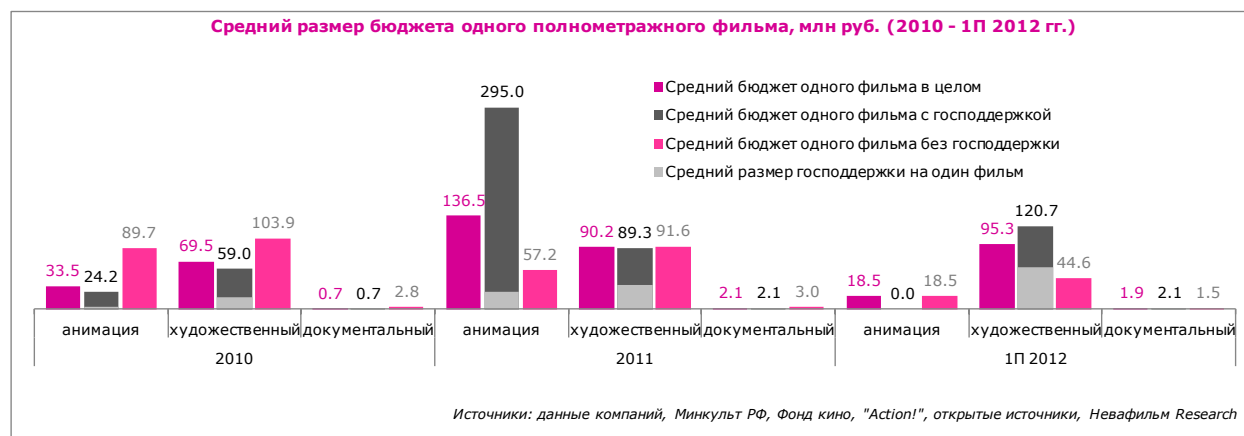


Рисунок 15. Средний размер бюджета одного полнометражного фильма, млн руб. (2010 - 1П 2012 гг.)

Любопытно проследить, как распределяется доля государственной поддержки производства между фильмами различных типов и хронометража. Для расчета данного показателя мы взяли картины, получившие государственную поддержку производства, оставив за скобками фильмы, снятые на собственные средства продюсеров и частных инвесторов. Для каждого фильма была рассчитана доля государственного участия: отношение объема госфинансирования к производственному бюджету фильма. После чего была найдена средняя арифметическая доля участия государства по всем рассматриваемым типам фильмов в отдельности: анимационным и документальным (короткий и полный метр), а также художественным (только полнометражные картины). В 2010 г. наибольшую господдержку производства, рассчитанную таким образом, получили короткометражные документальные и полнометражные анимационные фильмы – в среднем по 62 % и 52 % на фильм соответственно. Средняя доля государства в финансировании полнометражных художественных картин составила менее 40 % бюджета одного фильма.

Таблица 8. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в 2010 г. (среднее арифметическое)⁵⁸

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	51,7%	51,8%
Художественные фильмы	н/д	38,1%
Документальные фильмы	62,0%	40,0%

Источники: Министерство культуры, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

⁵⁶ Сумма известных бюджетов по 27 фильмам.

⁵⁷ Напомним, что в виду высокого уровня неопределенности объемы инвестиций в кинопроизводство в 2011 г. не могут быть определены.

⁵⁸ В расчет включены только те картины, производству которых оказывалась поддержка государства.

Столь относительно невысокие показатели господдержки производства отечественных фильмов в 2010 г. обусловлены остаточными влияниями кризиса на кинопроизводственную сферу в России и связанное с ними сокращение государственного финансирования кинематографии.

Однако уже в 2011 г. доля государственного участия в производстве российских картин различных типов существенно возросла. Наибольшую господдержку снова получили полнометражные анимационные и короткометражные документальные фильмы – 93 % и 70 % сметной стоимости одного фильма соответственно. Один художественный (игровой) фильм финансировался государством в среднем наполовину.

Таблица 9. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в 2011 г. (среднее арифметическое)⁵⁹

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	57,7%	92,6%
Художественные фильмы	н/д	51,7%
Документальные фильмы	69,7%	67,5%

Источники: Министерство культуры, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

В первой половине 2012 г. наибольшую господдержку производства (в отношении к производственному бюджету одной картины соответствующего типа) получили документальные фильмы как коротко-, так и полнометражные – 70 % и 83 % на фильм соответственно. По-прежнему высокой осталась доля госфинансирования анимационных фильмов: она составила 72 % бюджета одной короткометражной картины такого типа.

Таблица 10. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в первой половине 2012 г. (среднее арифметическое)⁶⁰

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	72,3%	0.0%
Художественные фильмы	н/д	52,8%
Документальные фильмы	70,2%	78,9%

Источники: Министерство культуры РФ, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

В то же время, если учесть *весь объем инвестиций в кинопроизводство по типам кинопродукции*⁶¹, то доля бюджетных средств в отрасли будет меньше, особенно в сфере производства полнометражных фильмов: в анимации государственные инвестиции в 2010 году составили чуть более 10 %, в художественном кино 18 %, в документальном – 37 %.

⁵⁹ В расчет включены только те картины, производству которых оказывалась поддержка государства.

⁶⁰ В расчет включены только те картины, производству которых оказывалась поддержка государства.

⁶¹ Для расчета данного показателя по каждому типу кинопродукции суммарный объем господдержки делится на сумму инвестиций.

Таблица 11. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершённые производством фильмы в 2010 году

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	51.2%	10.3%
Художественные фильмы	-	18.0%
Документальные фильмы	46.7%	37.1%

Источники: Министерство культуры, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

В 2011 году участие государства в производстве анимации сократилось (до 6 % для полнометражных фильмов и до 32 % для короткометражных), а в производстве полнометражных художественных и документальных – увеличилось (до 24 % и до 65 % соответственно). Впрочем, данные по 2011 году не достаточно полные для категоричных оценок этих изменений.

Таблица 12. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершённые производством фильмы в 2011 году

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	32.1%	6.1%
Художественные фильмы	-	24.2%
Документальные фильмы	26.7%	65.4%

Источники: Министерство культуры, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

В первом полугодии 2012-го доля государственного участия в общем объеме инвестиций составила 73 % для короткометражных анимационных фильмов (полнометражных с господдержкой завершено не было); при производстве документальных – 62 % в бюджетах короткометражных фильмов и 55 % полнометражных; при производстве художественных полнометражных картин доля господдержки в общем объеме инвестиций достигла рекордно высокого значения – 42,8%.

Таблица 13. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершённые производством фильмы в первой половине 2012 г.

	Короткометражные фильмы	Полнометражные фильмы
Анимационные фильмы	73.4%	0.0%
Художественные фильмы	-	42.8%
Документальные фильмы	62.4%	54.5%

Источники: Министерство культуры, Фонд кино, данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

Таким образом, несмотря на растущую долю государственного финансирования, а также на появление Фонда кино, довольно много фильмов производится продюсерскими компаниями на собственные деньги и средства частных инвесторов. В особенности это касается художественных кинокартин и полнометражных анимационных, в производстве которых доля участия государства остается наименьшей из всех типов кинопродукции.

3.1.2 Основные тенденции

В 2010 г. кризисные явления в российской экономике все еще давали о себе знать. Тем не менее можно отметить некоторые события в сфере перемены собственников продюсерских компаний. Так, молодая продюсерская компания

Тимура Ванштейна «ВайТ Медиа» в марте 2010 г. продала контрольный пакет акций одному из мировых лидеров по производству развлекательных телепрограмм «Endemol»: согласно условиям сделки, предполагается совместное инвестирование проектов и принятие решений по стратегическим вопросам; кроме того, «ВайТ Медиа» получила эксклюзивное право на использование библиотеки «Endemol» в России и СНГ – в свою очередь последняя стала дистрибьютором российских проектов «ВайТ Медиа» за рубежом. А объединенная компания «AR Films» Александра Роднянского и «Нон-стоп продакшн» Сергея Мелькумова, созданная осенью 2009-го для продюсирования телевизионных и полнометражных фильмов, 1 марта 2010-го объявила о приобретении 51 % акций дистрибьюторской компании «Кино без границ».

Среди главных событий в сфере российского кинопроизводства, произошедших в 2011 г., стоит отметить два направления – активизацию финансовой сферы и международные изменения, касающиеся российского рынка.

В 2011 г., впервые после обрушившегося на мировую экономику кризиса, в России начали «оживать» финансовые институты кинопроизводства. Так, в июне, в рамках Санкт-Петербургского экономического форума, были объявлены две новости. АФК «Система» совместно со страховой компанией «European Film Bonds» начали предоставлять российским продюсерам услуги по гарантии завершения производства (Completion bond) – впервые подобную услугу в 2007 г. предложили «ПИФ Кинофонд» и «Film Finance Rus», однако их деятельность была приостановлена в 2009 г. из-за кризиса. Аналогичная участь постигла и «БФГ Медиа-Продакшн» – ЗПИФа по инвестированию кинопроизводства. На том же экономическом форуме в Петербурге в 2011 г. компании «Базелевс» и «Тройка диалог» презентовали новый инвестиционный фонд «Тройка диалог 3D» (первым его проектом стали «Смешарики»).

Еще одним знаменательным событием в финансовой сфере можно считать намерение Сбербанка и банка «ING» предоставить «Всемирным русским студиям» кредит на сумму 1,2 млрд руб. под залог прав на библиотеку видеоконтента. Подобная практика кредитования могла бы кардинально изменить ситуацию на российском кинорынке, поскольку способствовала бы развитию системы финансирования кинопроизводства на основе займов продюсерам под имеющуюся у них интеллектуальную собственность.

Важным событием 2011 г. можно считать выход компании «AR Films» на рынок международного кинопроизводства: премьера фильма Билли Боба Торнтон «Машина Джейн Мэнсфилд», спродюсированного Александром Роднянским, состоялась на Берлинском кинофестивале; в ближайших планах компании – производство еще шести картин в США. «AR Films» также приобрел немецкую кинопроизводственную и прокатную «A Company».

В то же время в сентябре руководство студии «Walt Disney» объявило о решении приостановить кинопроизводство на национальных языках в Китае, России и на Ближнем Востоке; при этом российское отделение студии уверено, что производство телевизионных фильмов сохранится – с целью наполнения эфира федерального телеканала «Disney», с начала 2012 г. начавшего вещание на частоте «Семерки». Таким образом, «Книга Мастеров», вышедшая на экраны кинотеатров в 2009-м, оказалась единственным кинофильмом студии, снятым на русском языке.

3.1.3 Игроки

Рейтинг российских кинопроизводителей по числу фильмов

Самыми плодотворными продюсерскими студиями⁶² по итогам 2010-го – первой половины 2012-го можно назвать «Центр национального фильма», ТПО «Санкт-Петербургская студия документальных фильмов» и «Леннаучфильм», выпустившие наибольшее число кинофильмов. Все перечисленные студии специализируются на производстве документального кино с большой долей государственной поддержки.

Крупнейшие инвестиции в проекты, по имеющимся у нас данным, были сделаны такими продюсерскими компаниями, как АНО «Золотой орел», «Компания СТВ» и «Централ партнершип». Однако составить детальный рейтинг продюсеров по суммарным бюджетам завершенных производством проектов не представляется возможным ввиду того, что не все компании предоставили финансовые данные.

Таблица 14. Топ-50 российских кинопроизводителей по числу завершенных производством проектов в 2010-м – первой половине 2012-го

	Производитель (киностудия)	2010	2011	1П 2012	Всего проектов
1	ЦНФ, ЦНФ-Анима	26	22		48
2	Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	20	11	12	43
3	Леннаучфильм	9	11		20
4	СНЕГА	10	3	6	19
5	Киностудия им. М. Горького	2	5	11	18
6	Мастер-фильм	5	6	7	18
7	Дальневосточная киностудия	5	4	7	16
8	СТВ	6	7	3	16
9	Свердловская киностудия	11	3	2	16
10	Валдай		9	5	14
11	Фонд "Губерния" (Мастер-фильм)	5	4	5	14
12	Риск-фильм	4	9		13
13	ВГИК	1	10	1	12
14	Параджаноф фильм	4	4	3	11
15	Анимос	6	4	1	11
16	Студия Продюсерского Кино	5	6		11
17	ТПО Рок	3	5	1	9
18	Хорошо продакшн	3	6		9
19	Мастер	4	5		9
20	Казанская киностудия кинохроники	5	4		9
21	КВАРТ	4	1	3	8
22	Централ партнершип	2	5	1	8
23	Резонанс	3	5		8
24	Гранат	4	4		8
25	Западно-Сибирская киностудия	4	4		8
26	Совинфильм	4	4		8
27	ДС фильм	2	1	4	7
28	СПБГУКИТ		5	2	7
29	Парадиз	2	5		7
30	Сириус	2	5		7
31	Россфильм	3	4		7
32	А-фильм	4	3		7
33	Лотос Вижн	4	3		7

⁶² В случае совместного производства количество фильмов учитывалось у каждого производителя.

	Производитель (киностудия)	2010	2011	1П 2012	Всего проектов
34	ГП РЦСДФ	6	1		7
	АТК-Студио	2	2	2	6
36	Уралфильм	2	2	2	6
37	Интерфест (Реал-Дакота)	3	1	2	6
38	Орел	3	2	1	6
39	СМ-Фильм	3	2	1	6
40	Стелла	3	2	1	6
41	Ленфильм	4	1	1	6
42	Гармония	2	4		6
43	ДИК	2	4		6
44	Искра	2	4		6
45	Мордовия-фильм	2	4		6
46	КиноАртель	3	3		6
47	КЛИО-XXI	3	3		6
48	Магафильм	3	3		6
49	Ракорд	3	3		6
50	Сине-Про	3	3		6

Источники: данные компаний, Министерство культуры РФ, Фонд кино, Невафильм Research, открытые источники

Классификация российских кинопроизводителей

Участниками российского рынка кинопроизводства являются продюсерские центры и независимые продюсерские компании, государственные, частные и государственно-частные киностудии, а также мастерские при кинематографических высших учебных заведениях. По состоянию на середину 2012 г., на российском рынке действует более 460 кинопроизводственных компаний.

Таблица 15. Классификация игроков российского рынка кинопроизводства

Тип	Крупнейшие представители (по количеству проектов, завершённых производством в 2010-м – первой половине 2012-го)	Основные сегменты рынка
Продюсеры, получившие статус лидеров кинопроизводства и поддержку Фонда кино (2010–2012 гг.)	«Компания СТВ», ТПО «Рок», «Централ Партнершип», «Интерфест» («Реал-Дакота»), «AR Films» («Нон-стоп продакшн»), «Базелевс» («Таббак»), «ПРОФИТ», «Рекун Синема», Студия «ТРИТЭ», «Art Pictures Studio», «Коктебель», «Дирекция кино»	Художественные фильмы
Независимые продюсерские компании	«Парадиз», «Орел», «Стелла», «Стар медиа», «Леополис», «Enjoy Movies», «Квадрат-фильм», «ВВП-Альянс», «Золотой век», «Метроном-фильм», «Слово. Новый век»	Художественные фильмы
	«СНЕГА», «Мастер-фильм» (Фонд «Губерния»), «Валдай», «Риск-фильм», «Параджанов-фильм», «Студия продюсерского кино», «Хорошо продакшн», «Резонанс», «А-Фильм», «СМ-Фильм»	Документальные фильмы
	«Анимос», Анимационная студия «Пилот» А. Татарского	Анимация

Тип	Крупнейшие представители (по количеству проектов, завершенных производством в 2010-м – первой половине 2012-го)	Основные сегменты рынка
Государственные киностудии	Мосфильм, Ленфильм	Художественные фильмы
	«Центр национального фильма», Санкт-Петербургская студия документальных фильмов, «Леннаучфильм», Казанская студия кинохроники, Западно-Сибирская студия	Документальные фильмы
Государственно-частные партнерства	«Киностудия им. М. Горького», Свердловская киностудия («Страна»)	Художественные и документальные фильмы
Частные киностудии	«Амедиа», «Всемирные русские студии» (RWS)	Художественные фильмы
	Дальневосточная киностудия	Документальные фильмы
Высшие учебные заведения	ВГИК, СПбГУКИТ	Учебные фильмы

Источники: данные компаний, Министерство культуры РФ, Фонд кино, Невафильм Research, открытые источники

Основные игроки российского кинопроизводства, фильмы которых выходят на рынок кинотеатрального проката

В данный список включены российские продюсерские компании, фильмы которых показали наилучшие результаты в российском прокате в период с 2010-го по первую половину 2012 г., а также продюсеры-лидеры, получившие поддержку Фонда кино за аналогичный период. В строке «Количество фильмов» указывается число проектов компании, завершенных производством в 2010-м – первой половине 2012 г.

«AR Films» («Нон-стоп Продакшн»)

Сайт: <http://www.a-r-films.com>, <http://www.nonstop-kino.ru/>

Год основания: 2009

Количество фильмов: 4

Главный продюсер: Александр Роднянский, Сергей Мелькумов

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

«Art Pictures Studio»

Сайт: <http://www.art-pictures.ru/>

Год основания: 1992

Количество фильмов: 2

Главный продюсер: Федор Бондарчук, Дмитрий Рудовский

Дополнительная деятельность компании: -

«Enjoy Movies»

Сайт: <http://enjoy-movies.ru/>

Год основания: 2010

Количество фильмов: 4

Главный продюсер: Георгий Малков

Дополнительная деятельность компании: -

«Organic Films»

Сайт: <http://www.organicfilms.ru/>

Год основания: 2009

Количество фильмов: 3
Главный продюсер: Екатерина Герасичева
Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

«Базелевс» («Таббак»)

Сайт: <http://www.bazelevs.ru/>

Год основания: 1994

Количество фильмов: 4

Главный продюсер: Тимур Бекмамбетов

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

«Дирекция кино»

Сайт: -

Год основания: 2006

Количество фильмов: 1

Главный продюсер: Анатолий Максимов

Дополнительная деятельность компании: -

«Интерфест» («Реал-Дакота»)

Сайт: <http://www.interfest.ru/>

Год основания: 1975

Количество фильмов: 6

Главный продюсер: Ренат Давлетьяров

Дополнительная деятельность компании: организация и проведение международных и отечественных кинофестивалей на территории России и за рубежом

«Коктебель»

Сайт: <http://www.koktebelfilm.ru/>

Год основания: 2003

Количество фильмов: 2

Главный продюсер: Роман Борисевич

Дополнительная деятельность компании: -

«Компания СТВ»

Сайт: <http://www.ctb.ru/>

Год основания: 1992

Количество фильмов: 16

Главный продюсер: Сергей Сельянов

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция

«Леополис»

Сайт: <http://www.leopolis.ru/>

Год основания: 2007

Количество фильмов: 5

Главный продюсер: Сергей Ливнев, Лев Николау

Дополнительная деятельность компании: -

Анимационная студия «Мельница»

Сайт: <http://melnitsa.com/>

Год основания: середина 1990-х

Количество фильмов: 3

Главный продюсер: Сергей Сельянов

Дополнительная деятельность компании: -

«Монументал пикчерз»

Сайт: <http://www.monumental-pictures.ru/>

Год основания: 2007

Количество фильмов: 3

Главный продюсер: Михаэль Шлихт

Дополнительная деятельность компании: -

«ПРОФИТ» («Продюсерская Фирма Игоря Толстунова»)

Сайт: <http://www.profitkino.ru/>

Год основания: 1995

Количество фильмов: 4

Главный продюсер: Игорь Толстунов

Дополнительная деятельность компании: -

Продюсерский центр «Парадиз»

Сайт: <http://www.paradisegroup.ru/production/>

Год основания: 2003

Количество фильмов: 7

Главный продюсер: Геворг Нерсисян, Армен Манасарян

Дополнительная деятельность компании: кинодистрибуция, кинопоказ

«Рекун-синема»

Сайт: <http://www.racooncinema.com/>

Год основания: 1996

Количество фильмов: 3

Главный продюсер: Илья Неретин

Дополнительная деятельность компании: -

Группа компаний «Рики» («Рики медиа»)

Сайт: <http://www.riki-group.ru/>

Год основания: 2003

Количество фильмов: 1

Главный продюсер:

Дополнительная деятельность компании: производство игр, издательство, мерчандайзинг

Студия «ТРИТЭ»

Сайт: <http://www.trite.ru/>

Год основания: 1987

Количество фильмов: 2

Главный продюсер: Никита Михалков, Леонид Верещагин

Дополнительная деятельность компании: -

ТПО «Рок»

Сайт: <http://rockfilm.ru/>

Год основания: 1991

Количество фильмов: 9

Главный продюсер: Алексей Учитель

Дополнительная деятельность компании: -

«Централ Партнершип»

Сайт: <http://www.centpart.ru/>

Год основания: 1996

Количество фильмов: 8

Главный продюсер: Марк Лоло

Дополнительная деятельность компании: кино- и теледистрибуция

«Центр национального фильма» («ЦНФ»)

Сайт: <http://www.cnf.ru/>

Год основания: 1933

Количество фильмов: 48

Главный продюсер: Владимир Бажин

Дополнительная деятельность компании: -

3.2 Состояние кинопроизводственной инфраструктуры

3.2.1 Структура отрасли

Действующие на российском рынке кинопроизводства компании можно разделить на несколько категорий, в зависимости от реализуемых ими функций:

- киностудии (частные и государственные);
- сервисные компании (все принадлежат частным владельцам).

Как правило, крупные киностудийные комплексы полного цикла (киностудии) выполняют также функции продюсерских центров. Государственным же студиям данный вид деловой активности обычно не приносит значимого дохода, тогда как частные студии делают больший акцент на производстве ТВ-продукции.

Киностудии

Производственные мощности российской кинопромышленности по состоянию на 2011 г. включают более 100 павильонов. Четыре крупнейшие киностудии имеют от девяти до 16 павильонов: среди них «Амедиа», Мосфильм и две объединенные компании («Моя студия» и «Cinelab» в Москве, а также московский «Центр национального фильма» и петербургский Леннаучфильм).

Таблица 16. Топ-10. Крупнейшие киностудии России в 2012 г. по числу павильонов

№	Студия	Расположение	Кол-во павильонов, шт.	Кол-во павильонов различного размера, м ²				Кол-во натуральных площадок	Кол-во хромакеев
				до 400	400-800	800-1000	>1000		
1	«Амедиа»	Москва	16	3	7	4	2	1	2
2	Мосфильм	Москва	13	4	3	3	3	3	1
3	Объединенная компания «Cinelab» и «Моя студия»	Москва	11	-	2	3	6	-	1
4	«Центр национального фильма» и Леннаучфильм	Москва, Санкт-Петербург	9	5	4	-	-	1	2
5	«Всемирные русские студии»	Санкт-Петербург	6	2	4	-	-	-	1
6	Киностудия им. Горького и UMP	Москва	5	-	4	-	1	-	1
7	Группа компаний «Новелла» (ТТО «ТВ-Фильм»)	Москва	5	-	-	5	-	-	-
8	Кинофабрика №2	Москва	4	1	2	-	1	-	1
9	Ленфильм	Санкт-Петербург	3	-	2	1	-	-	1
10	«Мэджик фильм»	Москва	3	-	2	-	1	-	2

Источник: данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

Практически все крупнейшие киностудии также предлагают услуги по аренде операторской техники, звуковых и осветительных приборов, подбору декораций, костюмов и реквизита, монтажно-тонировочные услуги. Лидерами сектора являются Мосфильм, киностудия «Амедиа» и объединенная компания «Cinelab» и «Моя студия». Мосфильм является старейшей государственной киностудией, а частные «Амедиа» (входит в состав группы компаний Леонарда Блаватника «Access Industries») и «Cinelab» были открыты в начале 2000-х.

Большинство государственных киностудий (за исключением Мосфильма) располагают устаревшим оборудованием и нуждаются в модернизации и в современном подходе в организации бизнес-процессов. Так, большинство региональных государственных киностудий, занимающихся в той или иной мере собственным производством, как правило документальных фильмов, обладают крайне скудной производственной базой и не предоставляют услуг сторонним организациям, а порой даже не имеют сайтов, которые позволили бы оценить их производственные мощности.

В то же время в России случаются прецеденты, когда на базе государственных студий при участии сторонних компаний создаются современные комплексы по предоставлению услуг монтажно-тонировочного периода. Так, например, на Киностудии им. Горького функционирует новый постпродакшн комплекс компании UMP, а Свердловская киностудия сотрудничает с группой продюсерских компаний «Страна». Объединяются и частные компании сектора: в 2011 г. владелец павильонов «Моя студия» стал партнером сервисной компании «Cinelab» (постпродакшн). То есть на российском рынке кинопроизводственных услуг идут процессы укрупнения, а также расширяется спектр государственно-частного партнерства в сфере кинопроизводственных услуг.

В 2012 г. в структуре российских киностудий произошли некоторые изменения. Так, в августе АФК «Система» была вынуждена отказаться от объединения со студией «Ленфильм», а затем ее компания «RWS» закрыла студию в Москве.⁶³ Также компания отказалась от планов по строительству второй очереди своей студии в Санкт-Петербурге. Причиной этому стала недостаточная загрузка студийных мощностей и уменьшение числа заказов.

Таблица 17. Ассортимент услуг российских киностудийных комплексов

№	Название киностудии	Собственность	Съемочный период							Монтажно-тонировочный период							Общее кол-во услуг	
			Павильоны	Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Реквизит	Декорации	Обработка пленки	Монтаж	Тон-студия	Компьютерная графика	Телекино	Печать		Цифровой мастеринг, DCP, KDM
1	Мосфильм	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	15
2	Киностудия им. Горького и UMP	гос.-частная	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	14
3	Объединенная компания «Cinelab» и «Моя студия»	частная	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	14

⁶³ Планы Владимира Евтушенкова по созданию русского Голливуда рушатся // Ведомости. 6 сентября 2012 г.

№	Название киностудии	Собственность	Съемочный период								Монтажно-тонировочный период						Общее кол-во услуг
			Павильоны	Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Реквизит	Декорации	Обработка пленки	Монтаж	Тон-студия	Компьютерная графика	Телекино	Печать	
4	«Центр национального фильма» и Леннаучфильм	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	14
5	Ленфильм	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	12
6	Свердловская киностудия и «Страна»	гос.-частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	11
7	Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	гос.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	10
8	«Амедиа»	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	10
9	«Югра-фильм»	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	7
10	Группа компаний «Новелла» (бывшая ТПО «ТВ-Фильм»)	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	7
11	«Всемирные русские студии»	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	6
12	«Мэдрик фильм»	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	4
13	Кинофабрика №2	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	4
14	«СЛ-студия»	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	4
15	«Донская, 32» («Павильон продакшн»)	частная	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	2
-	АНО «Краснодарская киностудия им. Н.Минервина» (Краснодар)	частная															н/д
-	ОАО «Западно-Сибирская киностудия» (Новосибирск)	гос.															н/д
-	ФГУП «ТПО "Далькиностудия"», студия кинохроники (Хабаровск)	гос.															н/д
-	ОАО «ТПО "Северо-Кавказская студия кинохроники"» (Владикавказ)	гос.															н/д
-	ФГУП «Российская центральная киностудия»	гос.															н/д

№	Название киностудии	Собственность	Съемочный период							Монтажно-тонировочный период							Общее кол-во услуг
			Павильоны	Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Реквизит	Декорации	Обработка пленки	Монтаж	Тон-студия	Компьютерная графика	Телекино	Печать	
	хроникально-документальных и учебных фильмов» (Москва)																
-	ООО «Дальневосточная киностудия» (Хабаровск)	частная															н/д
-	ОАО «Казанская киностудия» (Казань)	гос.															н/д
-	Нижне-Волжская студия кинохроники (Саратов)	гос.															н/д
-	ТПО «Ростовская киностудия»	гос.															н/д
	Всего		15	12	12	14	9	6	10	13	5	11	10	9	6	3	5

Источник: данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

Киносервисные компании

К сервисным были отнесены компании, оказывающие кинопроизводственные услуги, но не имеющие собственных павильонов. Все они являются частными и располагаются в Москве и Санкт-Петербурге. Наиболее широко представлены на рынке услуги монтажа и компьютерной графики (их предоставляют около 15 компаний), а также аренды съемочной и осветительной техники (14 компаний). В то же время острый дефицит наблюдается в предоставлении услуг по печати кинокопий – этим занимается только одна независимая сервисная компания («Саламандра»); кроме того, лаборатория обработки пленки имеется еще на Мосфильме, а также две лаборатории работают совместно с киностудиями – им. Горького (UMP) и с «Моей студией» («Cinelab»). Вместе с тем на рынке идет активный процесс перехода на цифровые технологии кинопоказа, в связи с чем услуги лабораторий по обработке пленки становятся все менее актуальными и усиливается роль студий цифрового мастеринга и тиражирования: в 2011 г. их насчитывалось уже по пять среди независимых сервисных компаний и среди киностудий (или объединенных с ними сервисных компаний).

Таблица 18. Ассортимент услуг российских сервисных компаний

№	Названия сервисных компаний	Съемочный период							Монтажно-тонировочный период							Общее кол-во услуг
		Камеры	Операторская техника	Свет	Звук	Транспорт	Реквизит	Декорации	Обработка пленки	Монтаж	Тон-студия	Компьютерная графика	Телекино	Печать	Цифровой мастеринг, DCP, KDM	
1	Ментор синема	+	+	+	+	+				+	+	+				8
2	29 февраля	+	+	+	+					+		+			+	7
3	Студия ВЕК	+	+	+						+	+	+				6
4	Саламандра								+		+		+	+	+	5
5	Art Vecher Film	+	+	+						+	+					5
6	Rumedia (Даниан фильм)	+	+	+		+				+						5
7	Rentacam	+	+	+		+										4
8	Богдан и Бригада	+	+	+		+										4
9	X-Ray	+	+	+		+										4
10	Cinematronic Studio	+	+	+								+				4
11	Кинопрограмма XXI век	+	+	+						+						4
12	Изарус-фильм					+				+	+					3
13	ИМТ групп		+	+		+										3
14	АСТ	+	+	+												3
15	Cinelex									+		+			+	3
16	Квадрат	+					+			+						3
17	Russian Film Group									+	+	+				3
18	ННГ	+		+						+						3
19	Нарти мувиз		+	+						+						3
20	Группа Компаний "Bazelevs"									+	+	+				3
21	Cinematoka									+		+				2
22	Компания "Невафильм"										+				+	2
23	Central Production International Group										+				+	2
24	Мельница (тон-студия "Мини Синема")										+	+				2
25	PS TVC									+		+				2
26	New Wave Production	+								+						2
27	Star media				+	+										2
28	Росар Медиа (BS Grahfics Production)											+				1
29	Студия "Мы"											+				1
	Всего	14	13	14	3	8	1	0	1	16	10	12	1	1	5	

Источник: данные компаний, открытые источники, Невафильм Research

Цены на киносервисные услуги в России

Что касается ценовой политики отечественных киностудийных комплексов и сервисных компаний, то в большинстве случаев подобные данные не находятся в открытом доступе, а потому анализ цен на предлагаемое оборудование и услуги может быть произведен по ограниченному числу компаний. Мы использовали восемь прайс-листов, из которых были выбраны аналогичные позиции и модели оборудования. Полученные данные свидетельствуют о том, что в целом уровень цен по России примерно одинаков; существенные различия связаны с материально-техническим состоянием оборудования. В то же время дешевизна одних позиций в той или иной компании, как правило, компенсируется дороговизной других.

Таблица 19. Примеры цен на аренду оборудования у российских кинопроизводственных компаний в 2012 г.

№		Наименование оборудования	Марки и технические характеристики оборудования	Названия компаний							Средняя стоимость за смену, руб.		
				Cinelab	Cine-matronic Studio	X-Ray	АСТ	Богдан и Бригада	Кино-студия им. Горького	Свердловская кино-студия		Миди-синема	
				Цена за смену, руб									
1	Камеры	Камеры	MOVIECAM SL						21 240р.	20 500р.		20 870р.	
			Ariflex 435	8 500р.			9 912р.	18 000р.			8 850р.		11 316р.
			Ariflex BL				6 608р.	4 800р.					5 704р.
			Arricam Studio	27 000р.				37 100р.					32 050р.
2	Тележки	Тележки	Magnum		6 000р.		5 400р.		5 000р.	4 720р.		5 280р.	
			Гоблин				2 100р.			2 000р.			2 050р.
3	Прочее операторское оборудование	Краны	от 2,5 до 4 м				7 000р.	5 400р.		3 100р.		5 167р.	
			от 4 до 6 м				9 000р.	7 500р.				8 250р.	
			8м		27 000р.					25 000р.		26 000р.	
			10м		35 000р.		34 000р.					34 500р.	
4	Генераторы	Генераторы	6 Kwt					1 500р.		1 770р.		1 635р.	
			10 Kwt					4 000р.		4 720р.		4 360р.	
5	Свет	Осветительные приборы	Dedolight 150 W 24 V				1 500р.	1 200р.			826р.	1 175р.	
			HMI (18 Kwt)				6 000р.	6 000р.	10 000р.		8 260р.		7 565р.
			Tungsten (2 Kwt)					450р.			732р.		591р.

№		Наименование оборудования	Марки и технические характеристики оборудования	Названия компаний								Средняя стоимость за смену, руб.
				Cinelab	Cine-matronic Studio	X-Ray	АСТ	Богдан и Бригада	Кино-студия им. Горького	Свердловская кино-студия	Миди-синема	
				Цена за смену, руб								
6	Звук	Рекордер	EDIROL R4 pro					500р.		1 003р.		752р.
		Микрофон "Пушка"					800р.		590р.		695р.	
		Стойки					100р.		118р.		109р.	
		Микшерные пульта	16CH Soundcraft				1 000р.		354р.		677р.	
		Усилитель	RAM audio				1 500р.				1 500р.	
		Сабвуфер	Das Audio				1 000р.				1 000р.	
7	Вспомогательное оборудование	Дым машина					1 500р.		1 416р.		1 458р.	
		Сромакеу	формат 20`*30`		3 000р.		2 250р.				2 625р.	
		Рама	формат 20`*20`			900р.	600р.		142р.		547р.	
		Текстиль	формат 20`*20`			600р.	500р.		47р.		382р.	
		Отражатель					300р.		66р.		183р.	
8	Монтаж	Цифровой монтаж								8 800р.	8 800р.	
		Перезапись видео								20 800р.	20 800р.	
		Перезапись								33 600р.	33 600р.	
		Кодирование								33 600р.	33 600р.	

Источник: сайты компаний, Невафильм Research

Лидеры рынка кинопроизводственных услуг России

По объемам выпускаемых проектов на рынке кинопроизводственных услуг России можно выявить нескольких лидеров. Среди государственных студий это:

- киноконцерн «Мосфильм», который не только предоставляет полный комплекс кинопроизводственных услуг, но и имеет собственное производство – компания оказывает производственные услуги не менее чем 200 кинокартинам ежегодно;
- Киностудия им. Горького, с 2011-го объединившаяся с производственной базой сервисной компании UMP; по итогам 2011 г., на студии было снято не менее десяти собственных фильмов (документальных, художественных и анимационных);
- Свердловская киностудия («Страна») – объем собственного производства в 2011 г. составил семь документальных фильмов;
- объединенные «Центр национального фильма» и Леннаучфильм – абсолютные лидеры по числу снятых документальных фильмов (20 проектов в 2011 г.);
- Санкт-Петербургская студия документальных фильмов – с 17 неигровыми картинами по итогам 2011 г.

Среди частных киностудий и кинопроизводственных компаний выявить лидера по объемам производства сложнее, поскольку эти данные, так же как и цены, редко находятся в открытом доступе, если вообще в компании ведется статистика привлеченных проектов. Тем не менее среди частных студий можно выделить «Star Media» (с шестью художественными фильмами собственного производства в 2011-м), «Всемирные русские студии», «Квадрат», «29 февраля» и группу компаний «Базелевс» (по три проекта).

Проекты по строительству новых киностудий

Спрос на кинопроизводственные мощности современного уровня в предкризисные 2006–2008 гг. спровоцировал появление множества проектов строительства киностудий при участии частных инвесторов. Характерно, что в данной сфере инвесторы планировали окупить свои проекты не столько за счет прибыли от сдачи в аренду площадей киностудий и продажи помещений, сколько за счет продажи больших площадей коммерческой и жилой недвижимости, которые сооружались в непосредственной близости от киностудий. Этот бум инвестиционных проектов объективно был продиктован в первую очередь неудовлетворенностью участников рынка уровнем и ценой предоставляемых услуг (большинство проектов инициированы продюсерскими компаниями), а также потребностями рынка в новых технологиях и восполнении дефицита кадров посредством их подготовки в жестких условиях действующего производства. Однако в настоящее время о судьбе большинства из запланированных в 2008–2009 гг. проектах по строительству киностудий ничего не известно: скорее всего, они были заморожены. Невозможным дальнейшее развитие многих инвестиционных проектов по созданию новых кинопроизводственных мощностей сделали, в частности, кризисные финансово-экономические условия. Это повышает значение проектов, которые на данный момент остались в активной стадии разработки (в случае, если они будут реализованы): в 2011 г. дали о себе знать «Ленфильм XXI» и «Главкино».

Петербургский «Ленфильм XXI» изначально задумывался как проект ВГТРК и «Всемирных русских студий» (АФК «Система»). Компании планировали получить под него кредит от госбанков на сумму 110–120 млн долларов. Однако данный проект не получил одобрения кинообщества, и в

сентябре 2012-го решение о дальнейшей судьбе старейшей российской студии было вынесено Министерством культуры РФ на общественные слушания. Незадолго до слушаний АФК «Система» официально отказалась от участия в возрождении Ленфильма, сославшись на высокие репутационные издержки⁶⁴, и на повестке дня остались две концепции: одна из них принадлежала Совету директоров студии, вторая – Общественному совету при ОАО «Ленфильм». В итоге Министерство культуры («Росимущество») поддержало проект Совета директоров, предполагающий сохранение студии в государственной собственности и в ее прежнем помещении. Данная концепция предполагает сосредоточение основных съемочных мощностей и услуг постпродакшен в имеющихся четырех павильонах студии в центре Санкт-Петербурга. Развивать студию предполагается за счет коммерческих кредитов и привлечения частных партнеров для строительства новых съемочных павильонов и управления инфраструктурой объекта. Объем необходимых инвестиций в проект оценивается в 1,5 млрд руб.⁶⁵ Генеральным директором студии назначен Эдуард Пичугин. Программа восстановления Ленфильма рассчитана на три года, однако руководство проекта ожидает кардинальных изменений уже к концу 2013-го. Предполагается не только возрождение легендарного студийного комплекса, но и привлечение российских и зарубежных партнеров для участия в ко-продукции.⁶⁶

Московское «Главкино» официально должны открыть до конца 2013 г., но уже сейчас там ведутся съемки одного из проектов «Камеди Клуб». К февралю 2012-го были открыты 22 000 м² площадей (в том числе все съемочные павильоны) из 33 000 м². У студии пять совладельцев: 50 % долей ООО «Главкино» принадлежит частному инвестору Виталию Головачеву, по 16,67 % – гендиректору «Первого канала» Константину Эрнсту и фонду «Мета» владельца банка «Уралсиб» Николая Цветкова; 16,8 % — режиссеру Федору Бондарчуку и 5 % — гендиректору студии Илье Бачурину. Среди ее совладельцев был и банк ВТБ, который в конце 2009 г. вышел из проекта, но согласился полностью его профинансировать. Банк выделил «Главкино» кредиты на 2,7 млрд руб. (около 84 млн долл., из них 919 млн руб. под 9,75 % и 1,78 млрд руб. под 10,25 % годовых) сроком до 31 декабря 2018 г. под залог земли, акций и другого имущества студии. Окупятся эти инвестиции, по предварительной оценке, через 12 лет после начала строительства. «Главкино» станет одной из крупнейших студий в России по площади съемочных павильонов (почти 12 000 м²). В компании заявляли, что на 70–80 % новая киностудия будет занята под телевизионные проекты.

В Москве сложно найти свободную площадку с хорошей транспортной доступностью по приемлемой стоимости, чтобы построить на ней студию «с нуля». Именно поэтому девелоперам приходится искать альтернативные варианты: большинство из заявленных проектов планируется реализовывать в Подмосковье и в других городах России. Так, например, в середине 2012 г. Министерством культуры Московской области были объявлены планы о строительстве в Коломне «русского Голливуда» под названием «Колливуд» на месте бывшей шелкокрутильной фабрики.⁶⁷ Инвестиции в проект превысят 300 млн руб., а готовые съемочные павильоны планируется отдать

⁶⁴ Ленфильм для двоих // www.vedomosti.ru. 10 сентября 2012 г.

⁶⁵ Болецкая Ксения. Будущее Ленфильма // Ведомости. 26 сентября 2012 г.

⁶⁶ Все спекуляции вокруг Ленфильма остались в прошлом // www.izvestia.ru. 17 октября 2012 г.

⁶⁷ В Коломне появится российский аналог американского Голливуда // www.realestate.ru. 3 июля 2012 г.

для работы молодых кинематографистов, а также для проведения экскурсий (после того, как на студии начнут снимать «значимые» фильмы).

Помимо этого Министерство культуры Пермского края договорилось с организацией «Пермкино» о развитии в течение 2013-2014 гг. киноиндустрии в регионе.⁶⁸ Для реализации этих планов предполагается создание Пермской кинокомиссии и привлечение кинопроектов российских и зарубежных инвесторов для съемок художественного и документального кино в регионе. Вопрос о строительстве отдельной киностудии для этих целей пока остается открытым, поскольку в основном реализация проектов планируется с использованием уже имеющихся в регионе производственных мощностей.⁶⁹

Таблица 20. Проекты строительства новых киностудий в России

№	Студия	Расположение	Общая площадь, га	Инфраструктура	Инвестиции, млн руб.	Стадия развития проекта
1	Главкино ⁷⁰	Подмосковье (Глухово)	8	Гостиницы, торговый комплекс, офисы, мастерские, гаражи	9 000	завершение
2	Колливуд	Подмосковье (Коломна)	3,5	Гостиница, хостелы, рестораны, кинотеатр, киношкола	300	планирование проекта, переговоры
3	Ленфильм	Санкт-Петербург	4,1 (10 550 м ² – новый павильон-трансформер)	Гостиница, ресторан, культурно-музейный заповедник, экскурсионные центры	1 500	планирование проекта
4	Медиапарк ⁷¹	Подмосковье (Константиново)	140 (60 000 м ² – съемочные павильоны)	Тематический парк развлечений, жилой комплекс	42 000	заморожено

Источник: открытые источники

В условиях временного спада производства одними из главных вопросов стали обеспечение всех студий заказами и прогноз темпов восстановления объема производства. Общий объем заявленных инвестиций в строительство кинокомплексов составляет примерно 53 млрд руб. Количество планируемых павильонов близко к 40, а общая площадь кинокомплексов, включая сопутствующую инфраструктуру и развлекательные парки, превысит 155 га. Таким образом, все заявленные проекты могут существенно увеличить уже имеющиеся производственные мощности в России, но главное – все они призваны популяризировать кинопроизводство в стране посредством соседства киностудий с гостиницами, жилыми и торговыми комплексами, развития культурных, образовательных и развлекательных функций российских кинофабрик.

Тем не менее участники кинорынка полагают, что в России будут востребованы услуги одной современной киностудии на юге страны с широкими возможностями натуральных съемок и постановкой морских сцен и новой современной киностудии в центральной части России.⁷² В роли южной

⁶⁸ В Перми создается кинокомиссия для привлечения проектов российских и зарубежных продюсеров // www.chitaitext.ru. 17 июля 2012 г.

⁶⁹ В Перми будут снимать // Коммерсантъ Власть, № 29 (983). 23 июля 2012 г.

⁷⁰ Гончарова Ольга, Аминов Халиль. «Уралсиб» режиссирует «Главкино» // Коммерсантъ, № 130/П (3947). 28 июля 2008 г.

⁷¹ «Евразия Сити» свернула кино // Коммерсантъ, № 210 (4027). 19 ноября 2008 г.

⁷² Общественный доклад о состоянии российской киноиндустрии, возможностях и перспективах ее развития до 2015 г. Подготовлен по результатам Конференц-форума

пока выступает Ялтинская киностудия (Украина), однако изменчивая политическая ситуация не позволяет постоянно пользоваться ее услугами. В то же время на юге страны, где периодически возникают планы по строительству «русского Голливуда», нет серьезной образовательной базы для специалистов в сфере кинематографии: в регионе только Краснодарский государственный университет культуры и искусства готовит режиссеров и операторов, а образовательные программы в Сочи проходят лишь в рамках фестиваля «Кинотавр».

Что касается киностудий на территории Москвы, то они экономически не очень выгодны из-за высокой стоимости земли и серьезных транспортных проблем. Однако выбор между любой московской и новой студией в другом городе может быть сделан в пользу последней только при наличии в ней полного цикла услуг. Именно этот фактор является главным условием для нормального развития киностудии.

Также негативное влияние на деятельность российских киностудий оказывает активное развитие цифровых технологий в кинематографе. Так, по словам директора киностудии «Мосфильм» Карена Шахназарова, многие студии в ближайшее время могут оказаться на грани закрытия, поскольку масштабные декорации и павильоны требуются в основном для съемок крупных исторических фильмов, которых производится достаточно мало.⁷³ Решать эту проблему крупным студиям (в частности, Мосфильму) пока удастся за счет привлечения телевизионных проектов, которым нужны павильоны.

3.2.2 Основные игроки рынка кинопроизводственных услуг в России. Киностудии

«Амедиа» (ЗАО «Медиа Сити»)

Сайт: <http://www.media-city.ru>, <http://www.amediafilm.com>

Город: Москва

Год основания: 2004

Форма собственности: частная

АНО «Краснодарская киностудия им. Н. Минервина»

Сайт: -

Город: Краснодар

Форма собственности: частная

ЗАО «Всемирные русские студии» («Russian Word Studios»)

Сайт: <http://www.rwstudios.ru>

Город: Санкт-Петербург

Год основания: 1998

Форма собственности: частная

ЗАО «Главкино»

Сайт: <http://glavkino.ru>

Город: Москва

Год основания: 2012

Форма собственности: частная

кинематографической общественности «Российская киноиндустрия 2008: анонс будущего». 25 августа 2008 г., Москва.

⁷³ Крупным студиям грозит серьезный кризис // РИА Новости. 17 августа 2012 г.

Группа компаний «Новелла» (ТТО «ТВ-Фильм»)

Сайт: <http://www.tto.ru>

Город: Москва

Год основания: 2000

Форма собственности: частная

«Донская, 32» («Павильон продакшн»)

Сайт: <http://donskaya32.ru>

Город: Москва

Год основания: н/д

Форма собственности: частная

ОАО «ТПО «Центральная киностудия детских и юношеских фильмов имени М. Горького»»

Сайт: <http://www.gorkyfilm.ru>

Город: Москва

Год основания: 1915

Форма собственности: ОАО со стопроцентным государственным участием

Кинофабрика №2

Сайт: -

Город: Москва

Год основания: н/д

Форма собственности: частная

ОАО «Киностудия «Ленфильм»»

Сайт: <http://www.lenfilm.ru>

Город: Санкт-Петербург

Год основания: 1908

Форма собственности: ОАО со стопроцентным государственным участием

ФГУП «Киноконцерн «Мосфильм»»

Сайт: <http://www.mosfilm.ru>

Город: Москва

Год основания: 1920

Форма собственности: государственная

ЗАО «Студия Мэджик Фильм»

Сайт: <http://www.magicfilm.ru/>

Город: Москва

Год основания: 2006

Форма собственности: частная

ТПО «Нижне-Волжская студия кинохроники»

Сайт: -

Город: Саратов

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ОАО «Западно-Сибирская киностудия»

Сайт: -

Город: Новосибирск

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ОАО «Казанская киностудия»

Сайт: -

Город: Казань

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ОАО «ТПО "Северо-Кавказская студия кинохроники"»

Сайт: -

Город: Владикавказ

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

Объединенная компания «Моя студия» и ООО «Cinelab»

Сайт: <http://www.mystudio.su> и <http://www.cinelab.ru>

Город: Москва

Год основания: 2001

Форма собственности: частная

ООО «Дальневосточная киностудия»

Сайт: <http://vk.com/dvkinost>

Город: Хабаровск

Год основания: н/д

Форма собственности: частная

ООО «Санкт-Петербургская студия документальных фильмов»

Сайт: <http://www.cinedoc.ru>

Город: Санкт-Петербург

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ОАО «Свердловская киностудия» и компания «Страна»

Сайт: <http://www.stranamedia.com>

Город: Екатеринбург

Год основания: 1943

Форма собственности: государственно-частная

«СЛ-Студия»

Сайт: -

Город: Москва

Год основания: н/д

Форма собственности: частная

ООО «Телесити»

Сайт: <http://www.telealliance.ru>

Город: Москва

Год основания: 2007

Форма собственности: частная

ТПО «Ростовская киностудия»

Сайт: -

Город: Ростов-на-Дону

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ФГУП «Российская центральная кино-видеостудия хроникально-документальных и учебных фильмов»

Сайт: -

Город: Москва

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ФГУП ТПО «Далькиностудия», студия кинохроники

Сайт: -

Город: Хабаровск

Год основания: н/д

Форма собственности: государственная

ОАО «Центр национального фильма» и «Леннаучфильм»

Сайт: <http://www.cnf.ru>, <http://lennauchfilm.ru/>

Город: Москва, Санкт-Петербург

Год основания: 1933

Форма собственности: государственная

Кинокомпания «Югра-фильм»

Сайт: <http://www.ugra-film.ru>

Город: Ханты-Мансийск

Год основания: 2003

Форма собственности: частная

Сервисные компании

Кинокомпания «29 февраля»

Сайт: <http://29f.org>

Год основания: 2004

Основные направления деятельности:

организация производства кино- и телефильмов, анимационного кино; производство компьютерной графики и спецэффектов; организация и проведение павильонных и выездных съемок; производство рекламы и видеоклипов, монтажно-тонировочных работ

Киностудия «Art Vecher Film»

Сайт: <http://avecherfilm.com>

Основные направления деятельности:

создание малобюджетного цифрового кино

«Cinelex»

Сайт: <http://cinelex.ru/>

Основные направления деятельности:

монтаж кинокартин, трейлеров, музыкальных видеоклипов, рекламных роликов; компьютерная графика, цветокоррекция, дизайн проектов, звуковая студия

«СинеСофт»

Сайт: <http://www.cinesoft.ru>, <http://cinemateka.ru/>

Год основания: 2009

Основные направления деятельности:

разработка программ для производства и распространения медиаконтента

«Cinematronic Studio»

Сайт: <http://cinematronic.ru>

Год основания: 2003

Основные направления деятельности:

видеопроизводство (рекламные ролики, презентационные фильмы, онлайн видеотрансляции), аренда съемочного оборудования

Кинокомпания «ННГ»

Сайт: <http://www.hhg.ru/>

Год основания: 1998

Основные направления деятельности:

коммерческое кино- и видеопроизводство, организация и проведение съемок, постпродакшн, продвижение фильмов, организация кинопоказов, поддержка студенческого кино, прокат съемочной техники, некоммерческая и арт-деятельность

Кинокомпания «New Wave Production»

Сайт: <http://www.nwp.tv>

Год основания: 2009

Основные направления деятельности:

производство полнометражных фильмов, телесериалов, рекламы; девелопмент проектов, разработка сценариев и сценарных заявок, организация подготовительного периода и планирования, съемочного процесса, монтажно-тонировочные работы, постпродакшн, дистрибуция и размещение визуальной продукции

Студия «PS TVC»

Сайт: <http://pstvc.ru/>

Год основания: 1993

Основные направления деятельности:

телевизионные рекламные ролики, музыкальные клипы, монтаж, кастинг, адаптация рекламных роликов, радиоролики, корпоративные фильмы, тиражирование, мультипликация, компьютерная графика, DVD авторинг

Кинокомпания «RUmedia» («Даниан-фильм»)

Сайт: <http://www.ru-media.com>

Год основания: 2006

Основные направления деятельности:

полный цикл кинопроизводства и реализация проектов (телевизионные сериалы, художественные фильмы, рекламные и музыкальные видеоролики, телеконтент для цифровых и кабельных каналов)

«Russian Film Group» («RFG»)

Сайт: <http://www.russianfilmgroup.ru/>

Основные направления деятельности:

производство художественных и документальных фильмов, телевизионных программ и анимации, музыкальных клипов и рекламных роликов; оказание полного комплекса услуг в области постпродакшн (монтаж, компьютерная графика, озвучание); дистрибуция, приобретение и реализация прав на кино-, теле- и видеопродукцию; информационная поддержка проектов PR

Группа компаний «Star Media»

Сайт: <http://www.starmediafilm.ru/>

Основные направления деятельности:

сейлз-хаус спецпроектов; аренда оборудования, транспорта, костюмов, реквизита

Кинокомпания «X-Ray»

Сайт: <http://www.xraycompany.ru/>

Год основания: 2009

Основные направления деятельности:
предоставление полного комплекса услуг по обеспечению съемочного процесса; аренда и продажа оборудования

«АСТ» («Агентство съемочной техники Сергея Астахова»)

Сайт: <http://www.actfilm.ru/>

Год основания: 1999

Основные направления деятельности:
аренда съемочного оборудования

ООО «Богдан и бригада»

Сайт: <http://www.bogdanibrigada.ru/>

Год основания: 2000

Основные направления деятельности:
аренда съемочного оборудования, транспорта

Группа компаний «Baselevs»

Сайт: <http://www.bazelevs.ru/>

Год основания: 1994

Основные направления деятельности:
полный цикл кинопроизводства (продюсирование, выбор природы для съемок, кастинг, техническое обеспечение съемок в России и за рубежом), полный спектр постпродакшн услуг любой сложности (монтаж, озвучивание, компьютерная графика и анимация, спецэффекты для кино и видео)

«Изарус-фильм»

Сайт: <http://izarus.ru>

Основные направления деятельности:
услуги постпродакшн, аренда транспорта

«Интернешнл Муви Техник» («ИМТ»)

Сайт: <http://www.imt-group.ru/>

Основные направления деятельности:
аренда осветительной и операторской техники

Производственная студия «Кинокомпания «Квадрат»

Сайт: <http://kvadratstudio.ru/>

Год основания: 2009

Основные направления деятельности:
аренда операторской и монтажной техники, костюмов, реквизита, оружия и исторических машин, офисов и просмотрового зала; бухгалтерское и юридическое сопровождение съемок

Творческое объединение «Кинопрограмма XXI век»

Сайт: <http://www.kp21vek.ru/>

Год основания: 2000

Основные направления деятельности:
кино- и видеопроизводство (художественные, документальные и презентационные фильмы, рекламные ролики); монтаж; аренда оборудования

ЗАО «Компания “Невафильм”»

Сайт: <http://www.nevafilm.ru>

Год основания: 1992

Основные направления деятельности:

тон-студии в Санкт-Петербурге и Москве. Озвучивание, дублирование на русский и украинский языки, сведение и кодирование фонограмм Dolby, производство цифровых копий фильмов, мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP, управление ключами воспроизведения фильмов

Тон-студия «Миди Синема» (студия анимационного кино «Мельница»)

Сайт: <http://www.midicinema.ru/>, <http://www.melnitsa.com>

Год основания: 1992

Основные направления деятельности:

запись речи, шумов; монтаж фонов, создание и монтаж FX; перезапись TV, перезапись кино и кодирование звука в системе Dolby

Кинокомпания «Ментор Синема»

Сайт: <http://www.mentor-cinema.ru>

Год основания: 1988

Основные направления деятельности:

аренда съемочного оборудования, аренда монтажно-тонировочного оборудования, транспорта

Холдинг «ROSAR Multimedia»

Сайт: <http://www.rosarmedia.ru>

Год основания: 2003

Основные направления деятельности:

создание инновационных медиатехнологий (digital-технологии); мультимедийные инсталляции и 3D-визуализации; разработка новых продуктов в области indoor-рекламы, шоу-бизнеса и event-мероприятий

ООО «Рентакам»

Сайт: <http://www.rentacam.ru>

Год основания: 2004

Основное направление деятельности:

аренда кинотехники

ООО «Творческая лаборатория Саламандра»

Сайт: <http://www.salamandra.ru>

Год основания: 1998

Основное направление деятельности:

современные технологии обработки киноплёнки и цифровой обработки изображения

Кинокомпания «Студия ВЕК»

Сайт: <http://www.studiavek.ru/>

Год основания: 1994

Основные направления деятельности:

производство и техническое обеспечение фильмов (художественных, документальных, научно-популярных, рекламных, телесериалов и т. п.)

3.2.3 Тенденции развития отрасли

Таким образом, по состоянию на середину 2012 г. в России действуют более 100 съемочных студийных павильонов. При этом, однако, большинство государственных киностудий (за исключением Мосфильма) располагают устаревшим оборудованием и нуждаются в модернизации и в современном

подходе в организации бизнес-процессов. Так, многие региональные государственные киностудии, занимающиеся в той или иной мере собственным производством (как правило, документальных фильмов), обладают крайне скудной производственной базой и не предоставляют услуг сторонним организациям. При этом реально действующих съемочных павильонов в России по итогам 2011 г. оказалось около 70.

В то же время в России появляются прецеденты частно-государственного партнерства – когда на базе государственных студий при участии сторонних компаний создаются современные комплексы по предоставлению услуг монтажно-тонировочного периода. Так, например, на Киностудии им. Горького функционирует новый постпродакшн комплекс компании UMP, а Свердловская киностудия сотрудничает с группой продюсерских компаний «Страна». Объединяются и частные компании сектора: в 2011-м владелец павильонов «Моя студия» стал партнером сервисной компании «Cinelab» (постпродакшн). То есть на российском рынке кинопроизводственных услуг идут процессы укрупнения, а также расширяется спектр государственно-частного партнерства в данной сфере.

Помимо студий на рынке действует большое количество киносервисных компаний, не имеющих собственных павильонов. Большинство из них расположены в Москве и Санкт-Петербурге. При этом в последнее время – благодаря переходу к цифровым технологиям в кино – возрастает значимость студий цифрового мастеринга и тиражирования, и компаний, предоставляющих такие услуги, становится все больше.

Уровень отечественных цен на предлагаемое оборудование и услуги киностудийных комплексов и сервисных компаний по России примерно одинаков. Существенные различия связаны с материально-техническим состоянием оборудования. В то же время дешевизна одних позиций в той или иной компании, как правило, компенсируется дороговизной других. Так, средний уровень цен на операторское оборудование колеблется в пределах 2–35 тыс. руб. за смену, в зависимости от типа предоставляемой продукции. Цены на световое, звуковое и вспомогательное оборудование колеблются в промежутке 1–7 тыс. руб. за смену. Услуги цифрового монтажа предоставляются российскими киностудиями и сервисными компаниями в среднем по цене 8 тыс. руб., а стоимость одной смены перезаписи достигает 30 тыс. руб.

Основными проблемами отрасли является устаревающая кинопроизводственная база государственных студий, а также постепенный переход кинематографа на цифровые технологии, который ставит под угрозу существование крупных киностудийных комплексов с большим количеством павильонов: сейчас они требуются в основном для производства телевизионного контента, а также масштабных кинокартин, количество которых сравнительно невелико. Также на рынке ощущается нехватка квалифицированных кадров в регионах, которая ставит под сомнение возможность осуществления проекта по строительству так называемого «русского Голливуда» на юге страны.

Следует отметить, что после бума инвестиционных проектов, случившегося в России в 2008-2009 гг., на рынке наступило некоторое затишье под влиянием кризисных финансово-экономических условий. Многие проекты, заявленные в то время, по сей день находятся на стадии планирования либо заморожены. Однако несмотря на это, в настоящее время на рынке присутствует и несколько активно развивающиеся крупных инвестиционных проектов по созданию киностудий, успешная реализация которых планируется в ближайшие несколько лет.

3.3 Кинопоказ

3.3.1 Структура отрасли

Современный рынок кинопоказа

Под «современным кинотеатром» мы понимаем кинотеатр, осуществляющий регулярный коммерческий кинопоказ с 35-мм киноплёнки или с помощью цифровой кинопроекции, с многоканальным звуком в комфортабельном зале; кинопоказ и кинобар в таком кинотеатре являются основными источниками дохода для собственника. Именно такие кинотеатры играют реальную роль на современном рынке кинопоказа в России.

В то же время, по определению отечественной государственной статистики, основной единицей рынка является «киноустановка» – достаточно размытый термин для кинотеатра или кинозала, значение которого самостоятельно трактуется местными органами управления кинематографией, предоставляющими статистику числа киноустановок для Министерства культуры РФ. Однако Министерство культуры РФ предпринимает шаги к стандартизации типов кинотеатров.

По официальным данным, в 2011 г. в стране насчитывалось 4383 киноустановки (1322 в городах и 3061 в сельской местности). Однако специалисты Невафильм Research расценивают сельские киноустановки как крайне незначительно участвующие в российском кинорынке (по большей части они не функционируют или осуществляют несколько сеансов в неделю по символическим ценам – 5–10 руб. за посещение). Такие кинотеатры работают с репертуаром второго-третьего экранов, сотрудничая с региональными киноvideопрокатными организациями и фильмофондами, часто также используют для показов DVD-проекторы и в конечном итоге не играют серьезной роли в реальном кинобизнесе страны, поскольку приносят небольшие доходы. С каждым годом число киноустановок уменьшается, что связано как с сокращением числа действующих устаревших киноплощадок, так и с ухудшающимся положением дел с получением отчетности из регионов. Однако эти данные не отражают объективное состояние рынка кинопоказа и могут свидетельствовать лишь о продолжающемся упадке системы государственной киносети и отчетности в стране.



Рисунок 16. Динамика числа киноустановок в России

В число современных кинотеатров не включены автокинотеатры. Этот сегмент рынка развивается в России с 2002 г., когда первый «Кинодром» был открыт в Москве. В настоящее время в стране насчитывается около десяти подобных площадок (помимо столицы автокинотеатры работают в Нижнем Новгороде, Перми, Набережных Челнах, Калининграде, Омске, Хабаровске).

Большинство из них оснащены видеопроекцией и работают только в летний период, представляя фильмы через несколько недель или месяцев после премьеры. Но есть кинотеатры, такие как «Ночной дозор» в Калининграде и «Автокинотеатр» в Хабаровске, использующие высококачественное цифровое кинооборудование. В целом российские климатические условия препятствуют широкому распространению подобных кинозалов, а также ведут к закрытиям этих площадок.

Рынок современного кинопоказа в России продолжает расширяться, хотя темпы его роста замедлились, что вызвано постепенным насыщением рынка. По данным Невафильм Research на 1 июля 2012 г., в России насчитывается 2894 современных кинозала в 994 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,9). При этом почти в 60 % современных российских кинозалов установлено цифровое оборудование – 1647 экранов (в 772 кинотеатрах), из них в 1590 – с возможностью 3D-показа.

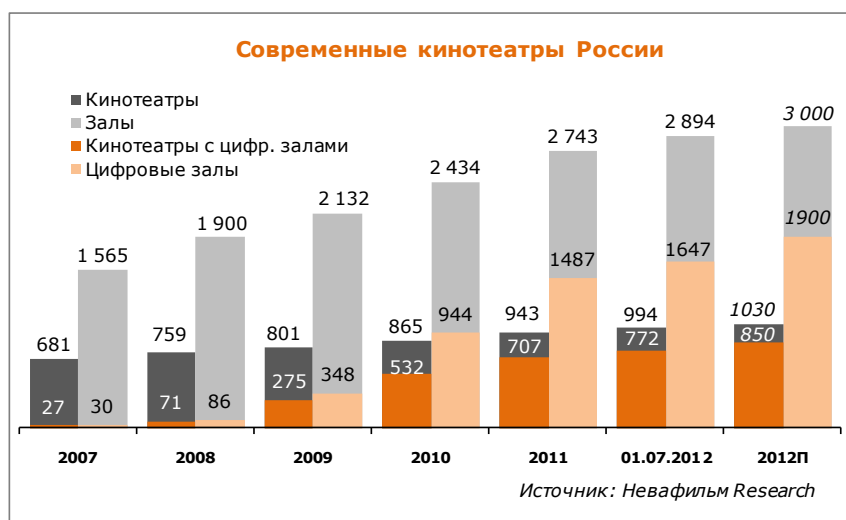


Рисунок 17. Современные кинотеатры России



Рисунок 18. Динамика открытия и закрытия современных кинотеатров в России

В целом по стране рост общего числа современных кинозалов составил за год 13,6 % (1 июля 2011 г. в России действовало 2547 залов в 890 кинотеатрах), а с 1 января по 1 июля 2012 г. рынок вырос на 5,5 % (за тот

же период 2011-го – на 4,6 %). К концу 2012 г. общее число современных кинозалов в стране может приблизиться к 3000 (около 1030 кинотеатров). Таким образом, мы полагаем, что годовые темпы роста в 2012-м сократятся до 9 %, что обусловлено конъюнктурой рынка (усилением конкуренции во всех городах с населением свыше 100 тыс. жителей, распространением Интернета и развитием сервисов видео по запросу).

Таблица 21. Рейтинг городов-миллионников по количеству современных кинозалов на 100 тыс. жителей на 1 июля 2012 г. (Московский регион = 100 %)

Место 01.07.12	Место 01.07.11	Город	Численность населения (тыс. чел.)	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.	% от уровня Московского региона
1	1	Екатеринбург	1 383,4	17	81	5,85	130%
2	2	Новосибирск	1 473,7	16	79	5,36	119%
3	4	Казань	1 143,5	11	60	5,25	117%
4	3	Санкт-Петербург	4 848,7	48	246	5,07	113%
5	6	Московский регион ⁷⁴	12 683,1	123	571	4,50	100%
6	5	Челябинск	1 130,3	11	50	4,42	98%
7	7	Ростов-на-Дону	1 089,9	10	47	4,31	96%
8	8	Уфа	1 071,6	8	40	3,73	83%
9	9	Самара	1 165,0	6	40	3,43	76%
10	11	Омск	1 154,0	9	38	3,29	73%
11	10	Волгоград	1 021,2	7	32	3,13	70%
12	12	Нижний Новгород	1 259,7	12	36	2,86	63%

Источник: Невафильм Research

Кинотеатры в торгово-развлекательных центрах

В настоящее время более половины современных кинозалов России (30 % кинотеатров) располагается в торгово-развлекательных центрах (ТРЦ).

Доля кинозалов, расположенных в торгово-развлекательных центрах, продолжает расти. За прошедшие полгода она выросла на 0,6 %, а кинотеатров – сократилась на 1,4 %, составив 58,8 % и 31 % соответственно (1702 зала в 307 кинотеатрах в ТРЦ). При этом данный сегмент растет быстрее всего рынка в целом: тогда как общее число залов и кинотеатров с 1 июля 2011-го выросло на 14 % и 12 % соответственно, годовой прирост экранов и кинотеатров в ТРЦ составил 20 % и 18 %.

⁷⁴ В Московский регион (Greater Moscow) входят следующие населенные пункты ближайшего Подмосковья: Барвиха, Видное, Дзержинский, Долгопрудный, Зеленоград, Кашира, Котельники, Красногорск, Люберцы, Московский, Мытищи, Одинцово, Реутов, Химки. Общая численность населения региона, по данным переписи населения 2010 г., составила 12,7 млн чел.



Рисунок 19. Кинотеатры и залы в ТРЦ

Число залов в кинотеатрах, мультиплексы

Доля залов в мультиплексах в общем числе современных кинозалов России с 2010 г. держится на отметке в 25 %, а доля самих мультиплексов в общем числе кинотеатров – в среднем около 8 %. И более 90 % кинозалов мультиплексов расположены в торгово-развлекательных центрах.

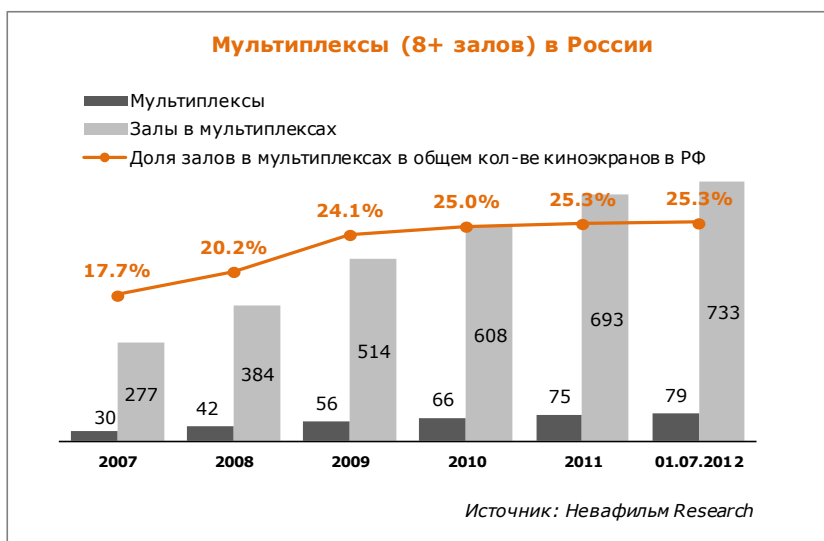


Рисунок 20. Мультиплексы (8+ залов) в России

Большинство же действующих кинотеатров в России остаются однозальными (42,5 %). Если рассматривать группы кинотеатров по количеству залов, то наибольшее число российских кинозалов расположено в миниплексах (кинотеатры с 3–7 киноэкранами) – 60 % кинозалов и 50 % кинотеатров.

Таблица 22. Распределение современных кинотеатров России по количеству залов на 1 июля 2012 г.

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву кинотеатров	Изменение доли кинотеатров к 01.07.2011	Доля рынка по кол-ву залов	Изменение доли залов к 01.07.2011
1-зальные	422	422	42,5%	-0,7%	14,6%	-0,5%
2 зала	197	394	19,8%	-0,2%	13,6%	-0,4%
3 зала	78	234	7,8%	0,2%	8,1%	0,1%

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву кинотеатров	Изменение доли кинотеатров к 01.07.2011	Доля рынка по кол-ву залов	Изменение доли залов к 01.07.2011
4 зала	90	360	9,1%	-0,4%	12,4%	-0,8%
5 залов	50	250	5,0%	0,6%	8,6%	1,0%
6 залов	45	270	4,5%	-0,1%	9,3%	-0,3%
7 залов	33	231	3,3%	0,3%	8,0%	0,6%
Итого МИНИПЛЕКСЫ	493	1739	49,6%	0,5%	60,1%	0,2%
8 залов	35	280	3,5%	0,0%	9,7%	-0,1%
9 залов	19	171	1,9%	0,0%	5,9%	-0,1%
10 залов	11	110	1,1%	0,0%	3,8%	-0,1%
11 залов	5	55	0,5%	0,1%	1,9%	0,2%
12 залов	4	48	0,4%	0,1%	1,7%	0,2%
13 залов	2	26	0,2%	0,1%	0,9%	0,4%
14 залов	2	28	0,2%	0,0%	1,0%	-0,1%
15 залов	1	15	0,1%	0,0%	0,5%	-0,1%
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	79	733	7,9%	0,2%	25,3%	0,3%
Всего в России	994	2894	100,0%		100,0%	

Источник: Невафильм Research

Что же касается кинотеатров с цифровыми залами, то сейчас в миниплексах среднее число цифровых экранов составляет 2,6, в мультиплексах – 7,2; то есть кинопоказчики, владеющие большим числом залов, скорее стремятся оснастить все залы в комплексе оборудованием цифрового кинопоказа, тогда как меньшие кинокомплексы не торопятся полностью перейти на «цифру».

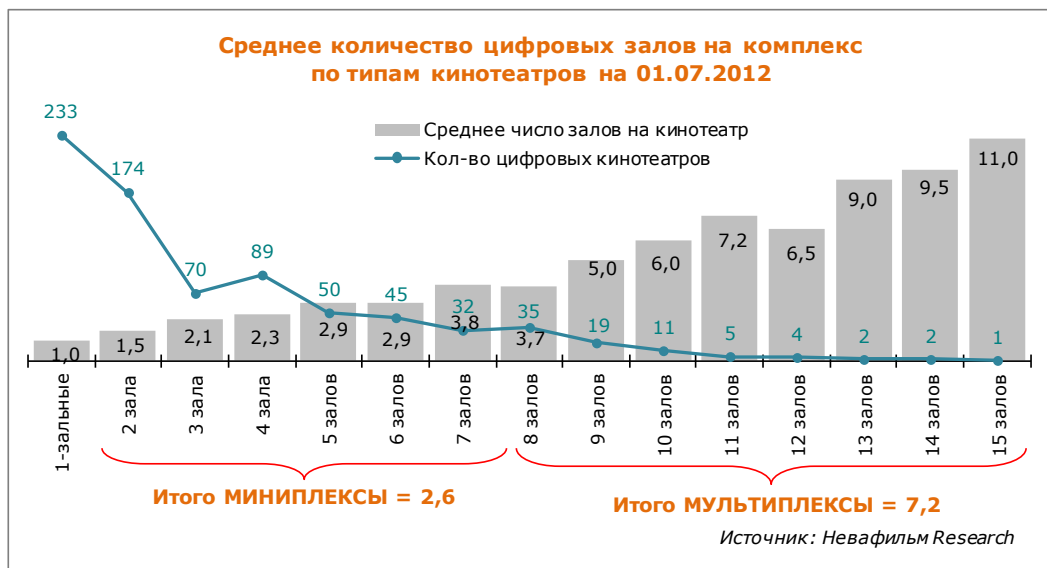


Рисунок 21. Среднее количество цифровых залов на комплекс по типам кинотеатров на 01.07.2012

География распространения мультиплексов постоянно расширяется. К середине 2012 г. мультиплексы действуют в 23 городах России с населением свыше 500 тыс. жителей, тогда как в малых населенных пунктах располагаются максимум семизальные кинотеатры. Лидерами по доле залов в мультиплексах в середине 2012 г. стали Набережные Челны (72,5 %), Челябинск (66,8 %), Новосибирск (60,8 %), Самара (60 %) и Ростов-на-Дону

(59,6 %). При этом по данному показателю крупнейшие города Москва и Санкт-Петербург находятся на 8-м и 17-м местах соответственно.

Обеспеченность населения кинопоказом

Обеспеченность населения России современным кинопоказом продолжает расти. Число населенных пунктов, оснащенных современными кинотеатрами, достигло 413 (в начале 2012-го их было 369). Обеспеченность городского населения России современными услугами кинопоказа составила к середине года 2,88 кинозала на 100 тыс. жителей.

Таблица 23. Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами на 1 июля 2012 г.

Группы городов по числ-ти населения	Доля городов, имеющих современные кинотеатры	Доля городов, имеющих цифровые кинозалы	Доля населения, охваченного современным кинопоказом	Кино-театров	Кино-залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.
более 1 млн. чел.	100,0%	100,0%	100,0%	278	1320	233	702	4,67
500–1000 тыс. чел.	100,0%	100,0%	100,0%	151	543	131	297	3,35
250–500 тыс. чел.	100,0%	100,0%	100,0%	150	385	126	247	2,80
100–250 тыс. чел.	89,6%	80,2%	89,8%	144	296	120	199	2,07
менее 100 тыс.	26,6%	16,4%	39,2%	271	350	162	202	1,25
Всего в городах РФ (население – 95 609,4 тыс. чел.)	37,2%	27,8%	82,8%	994	2894	772	1 647	2,88
Всего в городах, где есть кинотеатры (население – 83 184,7 тыс. чел.)								3,48
Всего в РФ (население – 141 800 тыс. чел.)								2,03

Источник: Невафильм Research

Современные кинотеатры есть во всех городах с численностью населения более 250 тыс. человек. В городах с населением от 100 до 250 тыс. человек ситуация близка к насыщению – в 89,6 % городов имеются современные кинотеатры. Как правило, в таких небольших городах достаточно одной-двух современных киноплощадок, а степень «покрытия» этих городов киносетью уже достигает 90 % населенных пунктов. Сегодня среднее число кинотеатров на города с населением 100–250 тыс. жителей составляет 1,7, а плотность экранов на 100 тыс. человек – 2,4. Таким образом, основным резервом роста этого сегмента рынка является увеличение числа кинозалов в действующих комплексах (сейчас в среднем на один кинотеатр здесь приходится 2,2 экрана, при 2,8 в среднем по стране). Самым же неосвоенным сегментом кинорынка в России остаются города с населением менее 100 тыс. жителей, более 73 % из которых не имеют современных кинотеатров, однако частному бизнесу здесь нелегко купить свои инвестиции самостоятельно.



Рисунок 22. Доля городов России (по численности населения), имеющих современные кинотеатры на 01.07.2012

Цифровой кинопоказ

Начиная с 2006 г. в России продолжается активный переход на цифровой формат кинопоказа. Сегодня, можно сказать, данный рынок находится в стадии зрелости, очень быстрыми темпами подвывая к этому этапу – особенность российского рынка. Так, в 2008-м рост числа цифровых кинозалов составил 187 %, в 2009-м – 305 %, в 2010-м – 171 %, в 2011-м – уже 58 % и в первой половине 2012-го – 40 % (по отношению к итогам половины 2011 г.). По прогнозам Невафильм Research, в 2012 г. в целом прирост числа цифровых кинотеатров составит всего 15 %. Доля современных киноэкранов страны, оснащенных цифровым кинооборудованием, в первой половине 2012 г. приблизилась почти к 60 %.

В стране растет число кинозалов, не оборудованных 3D. Если в пиковых 2009–2010 гг. возможность 3D-показа была почти у 100 % кинозалов, то с 2011-го кинотеатры стали отказываться от массовой установки 3D-систем и в первом полугодии 2012 г. 96,5 % цифровых залов имеют возможности 3D-показа (57 кинозалов не используют 3D).



Рисунок 23. Цифровые кинотеатры России

По оценке Невафильм Research, в сетевых кинотеатрах уже около 30 % залов являются полностью цифровыми. «Вымирание пленки» подтверждается и результатами наших опросов кинопоказчиков в рамках

измерения индекса настроений: так, летом 2012 г. у 46 % наших респондентов больше не было пленочных проекторов в цифровых залах или же они не использовались; треть использовала пленку в таких залах очень редко; оставшиеся 20 % ответивших демонстрировали на пленке до половины киносеансов, и ни один не делал этого чаще.

Крупнейшие российские сети кинотеатров постепенно переводят свои кинозалы на цифровой формат. Так, подобные залы имеются уже в каждом кинотеатре сетей «Синема парк» (70 %), «Люксор» (68 %), «Монитор» (60 %), «Формула кино» (58 %), «5 звезд» («Парадиз») (55 %), «Кронверк синема» (41 %), «Синема Стар» (40 %). Близки к этому уровню киносети «Каро фильм» и «Киномакс», а также ряд более мелких сетей (некоторые полностью оцифровывали свои кинозалы, либо открывались сразу в цифровом формате).

По данным на 1 июля 2012 г., цифровые кинозалы действовали в 319 городах страны. Больше всего их в Москве и Санкт-Петербурге – 320 и 133 соответственно.



Рисунок 24. Распределение цифровых кинозалов России по типам городов на 01.07.2012

Кинотеатры IMAX

Первый российский кинозал «Nescafe-IMAX» появился в 2003 г. в Москве – он открылся в миниплексе «Киносфера» и долгое время оставался единственным в стране (специально для него прокатная компания «Каскад» закупала копии трехмерных фильмов у корпорации «IMAX»).

С тех пор в России появилось более 20 кинотеатров IMAX. По данным Невафильм Research, на 1 июля 2012 г. в России было открыто 20 кинотеатров IMAX. Два новых кинотеатра появились в первой половине года – в Астрахани и Нижнем Новгороде (в составе сетей «Киномакс» и «Синема парк»).

До конца 2012-го планируются открытия кинозалов IMAX в Анапе, Москве (Мытищи), Рязани, Сочи, Сургуте и Ульяновске. К концу 2013 г. их число в России может составить около 40, если будут реализованы проекты в Калининграде, Красноярске, Мурманске, Пятигорске, Самаре, Ставрополе, Твери, Томске и Улан-Удэ.

В октябре 2013 г. в прокат российских кинотеатров выйдет первый российский фильм в формате IMAX – «Сталинград» Федора Бондарчука.

Лента снимается в формате 3D и позже будет конвертирована в формат IMAX.



Рисунок 25. Кинозалы IMAX в России

Сборы и посещаемость на один зал

Рост числа современных кинотеатров и залов в России пока можно считать оправданным, поскольку показатель кассовых сборов на один экран (в рублевом выражении) не снижается. Однако с 2009 г. наблюдается снижение числа посещений на один кинозал. То есть рост кассовых сборов обеспечивается главным образом ростом цены кинобилета.



Рисунок 26. Динамика изменения средних кассовых сборов и посещаемости на один кинозал в России

3.3.2 Основные тенденции и перспективы развития

Смена владельцев кинотеатров

Одним из направлений развития современного рынка кинопоказа остается поглощение крупными операторами киносетей независимых кинотеатров путем либо покупки, либо подписания договоров репертуарного планирования, а также вывод из состава крупных киносетей малозальных и «бесперспективных киноплощадок».

Отметим некоторые важные события, произошедшие в последние годы среди компаний-операторов кинопоказа.

«KinoStar» и «Синема парк»

Летом 2011-го в России была заключена первая публичная сделка «слияний и поглощений» большого масштаба – сеть «Синема парк» приобрела 100 % акций компании «Rising Star Media», управляющей сетью кинотеатров «KinoStar». «KinoStar» была первой иностранной киносетью на территории России, открытой американским предпринимателем Полом Хетом в 2003 г. В начале 2010-го она перешла к российскому инвестиционному фонду «UFG Private Equity», который ее и продал спустя полтора года. Теперь же объединенная сеть кинотеатров является лидером рынка по количеству экранов (управляет 27 кинотеатрами на 252 кинозала, включая 177 цифровых).

«Каро фильм»

В ноябре 2012 г. было объявлено о том, что Пол Хет и два инвестиционных фонда под управлением «Baring Vostok» и «UFG Asset Management» находятся в финальной стадии переговоров о покупке контрольного пакета сети «Каро фильм» (помимо сети кинотеатров в холдинг «КАРО» входят две прокатные компании «Каро прокат» и «Каропремьер»).

«Формула кино» и «Кронверк синема»

В начале 2012 г. российская инвестиционная компания «А1» (ключевое инвестиционное подразделение «Альфа-Групп», одного из крупнейших в стране частных финансово-промышленных консорциумов), которая управляет сетью «Кронверк синема», приобрела контрольный пакет акций сети «Формула кино». «А1» планирует объединить сети в единую структуру. Пока «Кронверк синема» и «Формула кино» продолжают действовать на рынке как две самостоятельные компании. Новая объединенная киносеть может стать второй на российском рынке кинопроката по количеству экранов. В 2011 г. у сети «Кронверк синема» сменилось руководство, а центральный офис был перенесен из Санкт-Петербурга в Москву.

«Кино Сити»

В 2010 г. было положено начало реализации проекта «Кино Сити» – строительство мультимедийных центров в малых и средних городах России на основе частно-государственного партнерства. Инициаторами проекта выступили Эдуард Пичугин, бывший директор сети кинотеатров «Кронверк синема», и кинорежиссер и продюсер Федор Бондарчук. Летом 2011-го проект получил поддержку «Внешэкономбанка» в ходе Петербургского экономического форума, когда был подписан меморандум о реализации инвестиционного проекта «Киноклуб: культура, образование, коммуникация». «Внешэкономбанку» было предложено учредить ОАО «Кино Сити», которое будет финансировать строительство государственных киноклубов – их до 2014 г. планируется создать около 200, что потребует примерно 30 млрд руб. Кроме того, у «Внешэкономбанка» была запрошена кредитная линия на строительство частных киноклубов, которыми будет владеть ООО «Кино Сити менеджмент», – запланировано строительство 53 клубов общей стоимостью в 9,8 млрд руб.

В середине 2011 г. сеть «Кино Сити» была расширена за счет кинотеатров сети «КиноЭксперт» (7 кинотеатров на 23 зала), ранее принадлежащей концерну «Тракторные заводы» и в конце 2010 года перешедшей к «Внешэкономбанку» (с возможностью обратного выкупа) вместе со 100 % акций концерна. Кинотеатры «КиноЭксперт» находились под управлением «Кино Сити» в течение одного года – до середины 2012-го.

Наконец, середине 2012 г. компания «Кино Сити» подписала соглашение о партнерских отношениях с сетью «Премьер-зал». Новое объединение декларируется как некоммерческое партнерство, а целью его ставится преобразование в саморегулируемую организацию. Две киносети

работают под своими сегодняшними брендами, развивая новые направления бизнеса, расширяясь в регионы и сотрудничая с другими компаниями. В настоящее время «Премьер-зал» находится в партнерских отношениях с компанией-интегратором кинооборудования «МТР», реализуя программу поставки цифрового оборудования Varco в кинотеатры на льготных условиях. Помимо этого «Премьер-зал» запускает новое дистрибьюторское направление деятельности.

Eurimages/Europa Cinemas

Отметим также, что летом 2012 г. пять российских кинотеатров вошли в состав сети «Eurimages/Europa Cinemas», учрежденной Европейским фондом поддержки кинематографии «Евримаж»: кинотеатры «35 мм» и «Пионер» (Москва), «Чайка» (Санкт-Петербург), «Орленок» (Нижний Новгород) и «Заря» (Калининград). Участие в «Eurimages» налагает на показчика определенные обязательства: 33 % фильмов и не менее 50 % сеансов должны быть европейскими. Некоторая доля показов, определенная контрактом, отдается европейским фильмам, поддержанным «Eurimages». Кинотеатр должен заниматься не только демонстрацией, но и продвижением этих фильмов. При выполнении всех обязательств кинотеатр может рассчитывать на получение финансовой поддержки от «Eurimages», которая будет направлена на техническое оснащение кинотеатра, на проведение кинофестивалей, на улучшение проката и популяризацию европейских фильмов.

Кинопоказ в малых городах России

Наиболее заметным явлением первой половины 2012 г. стало резкое сокращение числа новых киноплощадок в городах с численностью населения в 100–250 тыс. человек. Основной причиной этого является насыщение данного сегмента рынка: как правило, в таких небольших городах достаточно одной-двух современных киноточек, а степень покрытия этих городов киносетью уже достигает 90 % населенных пунктов. Сегодня среднее число кинотеатров на города с населением в 100–250 тыс. жителей составляет 1,7, а плотность экранов на 100 тыс. человек – 2,4. Таким образом, основным резервом роста этого сегмента рынка является увеличение числа кинозалов в действующих комплексах (сейчас в среднем на один кинотеатр здесь приходится 2,2 экрана, при 2,8 в среднем по стране). Самым же неосвоенным сегментом кинорынка в России остаются города с населением менее 100 тыс. жителей, более 73 % из которых лишены современных кинотеатров.

В то же время уже действующие кинотеатры в малых городах (с населением менее 100 тыс. жителей) стали в первом полугодии 2012-го самыми активными игроками, оцифровывающими свои залы: на их долю пришлось 39 % новых цифровых установок. Во многих случаях это происходит при содействии местных властей: в муниципальных кинотеатрах или в рамках частно-государственного партнерства.

Активный переход на цифровой формат кинопоказа и кинопроката

На рынке кинопоказа продолжается активный переход на цифровой формат: такое оборудование установлено уже в 78 % российских кинотеатров (60 % залов) в 319 городах. Кинопоказчики демонтируют 35-мм проекторы либо перестают их использовать: у сетей уже около 30 % залов являются полностью цифровыми. Также продолжается отход от концепции цифровых залов как предназначенных исключительно для 3D-кинопоказа (уже 3,5 % цифровых залов в России не имеют 3D – в начале года таких было 2,6 %).

Параллельно процесс перехода на «цифру» идет и в кинопрокате: в первом полугодии 2012-го 90 % релизов российского кинопроката вышли в гибридном или цифровом формате, 44 % – только в цифровом. Процесс подкрепляется развитием системы цифровой доставки копий фильмов в кинотеатры: две компании, передающие в России фильмы по спутнику и через Интернет за 2011 г., по нашим оценкам, передали порядка 100 копий (0,1 % всех копий в прокате), а до июля 2012-го – порядка 1200 копий (1,9 %).

По оценкам Невафильм Research, полный переход дистрибьюторов на цифровой кинопрокат в России следует ожидать в 2014 г. Исходя из этого строится и прогноз числа цифровых кинозалов в стране: к 2015-му 99 % киноэкранов в стране должны будут перейти на цифровую кинопроекцию.

Мы полагаем, что в ближайшие годы рост рынка современных кинотеатров и залов может существенно замедлиться в связи с распространением Интернета и развитием услуг видео по запросу в России, которые наряду с отсутствием пленочного кинопроката «ударят» по кинотеатрам-среднячкам, заставляя их закрываться.

Особенности российских кинозрителей

Главной особенностью киноаудитории в России является ее относительная молодость: при том что, согласно результатам переписи населения 2010 г., численность жителей страны в возрасте 18–29 лет составляет 19,6 %, в кинотеатрах они являются доминирующей публикой – 61,7 % от общего числа кинозрителей.⁷⁵

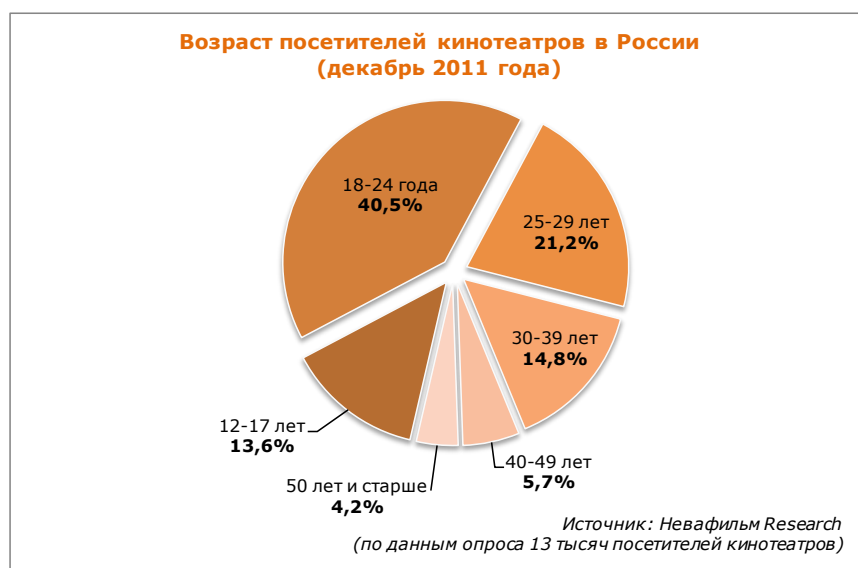


Рисунок 27. Возраст посетителей кинотеатров в России (декабрь 2011 года)

В то же время лишь 21 % жителей городов, в которых есть современные кинотеатры, регулярно ходит в кино (не реже одного раза в год).

⁷⁵ По данным исследования Невафильм Research, которое проводилось в период с октября 2011-го по февраль 2012 г. Сбор эмпирических данных происходил с 7 ноября по 25 декабря 2011-го (опросы в кинотеатрах, по телефону и через Интернет). Для телефонного и опроса в кинотеатрах была составлена репрезентативная выборка по городам – с учетом федерального округа и численности населения. Всего в ходе исследования было собрано 18 105 анкет в 335 городах.

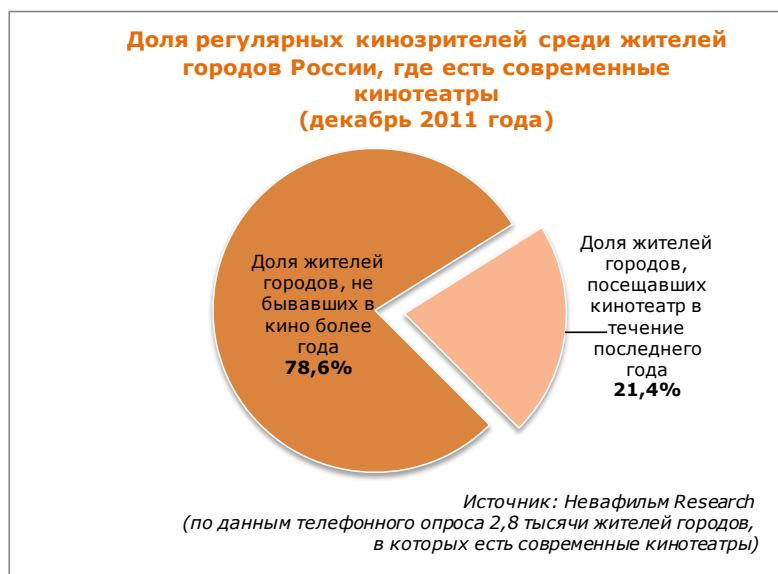


Рисунок 28. Доля регулярных кинозрителей среди жителей городов России, где есть современные кинотеатры (декабрь 2011 года)

Среди посетителей кинотеатров преобладают зрители, которые ходят в кино 1–2 раза в месяц, – их доля составляет 41 %, тогда как доля *активных* кинозрителей (посещающих кинотеатры почти каждую неделю) не превышает 29 %. Еще 30 % составляют *пассивную* и *случайную* киноаудиторию, предпочитающую смотреть фильмы на большом экране не чаще двух раз в квартал.



Рисунок 29. Интенсивность посещения кинотеатров в России (декабрь 2011 года)

Таким образом, в кино ходит лишь пятая часть потенциальной аудитории; делает она это нечасто и состоит в основном из молодых людей, которые в то же время активно используют Интернет для просмотра контента, зачастую контрафактного. Все это негативно влияет на перспективы российского рынка кинопроката на ближайшие годы, поскольку предложение для взрослой аудитории в сфере кинопоказа России развито слабо.

3.3.3 Основные игроки

Российский рынок кинопоказа достаточно сильно фрагментирован. На нем действует более 560 игроков, среди них сетевые игроки составляют 15 %: 86 киносетей, в том числе 20 федеральных (управляющих кинотеатрами в нескольких округах), 13 региональных (действующих на территории нескольких регионов, но в одном федеральном округе) и 53 местных (действующих в рамках одного региона) сетей. На рынке более 470 независимых кинотеатров.

Все игроки рынка оснастили цифровым оборудованием более половины своих залов. При этом в сетях всех типов цифровые залы имеются в 80 % кинотеатров и более, тогда как у независимых киноплощадок этот показатель составляет около 67 %.

Федеральные киносети и независимые кинотеатры продолжают оставаться двумя решающими силами на рынке современных кинозалов в России (управляют 48 % и 31 % экранов соответственно).

Таблица 24. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 1 июля 2012 г.

Тип оператора	Кол-во операторов		Кол-во кинотеатров		Доля кинотеатров с цифр. залами	Кол-во залов		Доля цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов	Доля рынка по кол-ву цифр. залов
	Всего	Цифр.	Всего	с цифр. залами		Всего	Цифровые			
Федеральные сети	20	20	284	265	93,3%	1396	743	53,2%	48,2%	45,1%
Региональные сети	13	12	55	48	87,3%	213	137	64,3%	7,4%	8,3%
Местные сети	53	52	177	139	78,5%	385	231	60,0%	13,3%	14,0%
Независимые кинотеатры	478	316	478	320	66,9%	900	536	59,6%	31,1%	32,5%
Всего в России	564	400	994	772	77,7%	2894	1647	56,9%	100,0%	100,0%

Источник: Невафильм Research

В рейтинге ведущих российских сетей лидирующие позиции стабильно занимают десять компаний, среди которых крупнейшие федеральные киносети: «Синема парк», «Каро фильм», «Киномакс», «Кронверк синема», «Люксор», «Формула кино», «Премьер-зал», «Синема стар», «Монитор» и «5 звезд» («Парадиз»). На долю десятки крупнейших киносетей приходится 40 % современных и 55 % цифровых кинозалов России.

Таблица 25. ТОП-10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 1 июля 2012 г. (по кол-ву залов, включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место 01.07.12	Место 01.07.11	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Кол-во кинотеатров с цифр. залами	Кол-во цифр. залов	Доля кинотеатров с цифр. залами в сети	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	Синема парк	27	252	27	177	100%	70%	8,7%	Москва
2	2	Каро фильм	29	174	28	92	97%	53%	6,0%	Москва
3	3	Киномакс	27	142	25	50	93%	35%	4,9%	Москва
4	5	Кронверк синема	18	123	18	51	100%	41%	4,3%	Москва
5	4	Люксор	16	96	16	65	100%	68%	3,3%	Москва
6	6	Формула кино	14	90	14	52	100%	58%	3,1%	Москва
7	7	Премьер-зал	58	75	44	49	76%	65%	2,6%	Екатеринбург

Место 01.07.12	Место 01.07.11	Оператор сети	Кол-во кино- театров	Кол- во залов	Кол-во кино- театров с цифр. залами	Кол- во цифр. залов	Доля кино- театров с цифр. залами в сети	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол- ву залов	Цент- раль- ный офис
8	11	Синема стар	14	70	14	28	100%	40%	2,4%	Москва
9	8	Монитор	19	65	19	39	100%	60%	2,2%	Краснодар
10	9	5 звезд (Парадиз)	10	58	10	32	100%	55%	2,0%	Москва
Итого у этих операторов			232	1145	215	635	93%	55%	39,6%	
Всего в России			994	2894	772	1647	78%	57%	100%	

Источник: Невафильм Research

**Таблица 26. Крупнейшие сети кинотеатров России на 1 июля 2012 г.
(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)**

№	Управляющая компания	Название сети	Центральны й офис	Кол-во кино- театров	Кол-во залов	Кол-во цифровых кино- театров	Кол-во циф- ровых залов	Участие в обществен ной некоммерче ской организации
1	ЗАО «Синема Парк»	Синема парк	Москва	27	252	27	177	-
2	ООО «УК Каро Фильм»	Каро фильм	Москва	29	174	28	92	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
3	ООО «Киномакс»	Киномакс	Москва	27	142	25	50	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
4	ОАО «Эпос»	Кронверк синема	Москва	18	123	18	51	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
5	ЗАО «Синемамене джмент»	Люксор	Москва	16	96	16	65	-
6	ООО «УК Формула кино»	Формула кино	Москва	14	90	14	52	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
7	ООО «Премьер зал»	Премьер-зал	Екатеринбург	58	75	44	49	-
8	ООО «Кинопоказ страны»	Синема стар	Москва	14	70	14	28	-
9	ООО «Монитор»	Монитор	Краснодар	19	65	19	39	-
10	ООО Кинокомпани я «Парадиз Продакшнз»	5 звезд (Парадиз)	Москва	10	58	10	32	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
11	ООО «Ди Ви Ай Синема»	Киноформат (Светофор- Синема), Роликс	Москва	9	48	9	19	Некоммерческое партнерство «Киноальянс» (только Киноформат)
12	ООО «Кинофреш», ООО «Синема инвест», ЗАО «Профит Синема», ООО «Кино- сфера», ООО	Профит синема	Москва	8	48	8	23	-

№	Управляющая компания	Название сети	Центральный офис	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во цифровых кино-театров	Кол-во цифровых залов	Участие в общественной некоммерческой организации
	«Евразия синема»							
13	ООО «ИнвестКино Проект»	Киноплекс	Москва	6	41	5	5	-
14	ООО «Мираж синема»	Мираж синема	Санкт-Петербург	6	32	6	22	-
15	ЗАО «Вест»	West	Москва	5	29	4	18	-
16	ООО «АртСайнс Синема Дистрибьюшн»	Арт Сайнс Синема Дистрибьюшн	Новосибирск	10	28	8	11	-
17	ООО «Империя игр»	Мегаполис	Челябинск	4	24	4	12	-
18	ООО «КиноЭксперт»	Киноэксперт	Санкт-Петербург	7	23	6	10	-
19	ЗАО «Планета развлечений»	Киномечта	Москва	3	22	3	10	-
20	ООО «Мори Синема Менеджмент»	Mori Cinema	Москва	3	20	3	5	Некоммерческое партнерство «Киноальянс»
21	ООО «Баргузин»	Баргузин	Иркутск	7	19	6	13	-
22	ООО «Метелица-Байкал»	Метелица-Байкал	Иркутск	7	19	7	19	-
23	ГАУК Краснодарского края «Кубанькино»	Кубанькино	Краснодар	13	18	10	11	-
24	ООО «Вэри Вели»	Very Velly	Пермь	3	18	3	7	-
25	ООО «Синема»	Синема 5	Чебоксары	3	17	3	17	-

Источник: Невафильм Research

3.4 Кинодистрибуция

3.4.1 Структура отрасли

Современная российская система кинодистрибуции

Современный российский кинопрокат является независимой от государства отраслью и представляет собой систему взаимодействия частных дистрибьюторских компаний и кинотеатров (независимых или сетевых). При этом важную роль в современном российском кинобизнесе играют регулярные кинорынки (<http://www.kinorinok.ru>), традиционно проходящие в Москве (в марте и декабре), в Сочи (в июне – в рамках кинофестиваля «Кинотавр») и Международный форум-выставка «Кино Экспо» (<http://kinoexpo.ru>) в Санкт-Петербурге (в сентябре).

Базовой моделью сотрудничества кинотеатров и дистрибьюторов является распределение кассовых сборов в пропорции 50 на 50. Тем не менее на рынке существуют другие варианты договоров прокатчиков с кинотеатрами: минимальные гарантийные платежи за прокат и продажа права показа в твердый счет (иногда вместе с копией фильма). Система минимальных гарантий предполагает выплату кинотеатром оговоренного аванса до начала проката и дальнейшее разделение кассовых сборов в соотношении 50 на 50 после достижения определенной суммы сборов. Данный вид договоров чаще всего применяется к новым кинотеатрам, которые еще не имеют кредита доверия прокатчиков, желающих быть уверенными хотя бы в возвращении своих затрат на печать копии и логистику. Заметим, что подобные тенденции стали серьезным катализатором для оснащения кинотеатров в малых городах страны цифровым оборудованием, поскольку дистрибьюторы охотнее предоставляют даже самым небольшим киноплощадкам более дешевые цифровые копии фильмов на первой неделе проката. Таким образом, у кинотеатров появляется возможность не только получать дополнительную выгоду от показа 3D-фильмов, но и попасть в число первоэкранных площадок.

Вариант продажи права показа в твердый счет используется в аналогичных случаях, а также при сотрудничестве дистрибьюторов не напрямую с кинотеатрами, а через посредника – региональные киноvideопрокатные организации (КВО), которые часто имеют собственный фильмофонд, еще со времен СССР, и получают бюджетное финансирование на его пополнение. В этом случае КВО приобретают копию фильма у дистрибьютора вместе с правом ее проката в сети муниципальных кинотеатров на территории региона. Кроме того, система фиксированной оплаты часто применяется при видеопрокате фильмов – так называемом публичном видео – в сети электронных кинозалов.

Отметим также, что бременем для кинотеатров в современной России являются авторские отчисления композиторам, которые собирает Российское авторское общество (РАО). В сфере кинопроката минимальное вознаграждение за использование музыкальных произведений с текстом или без текста при демонстрации кино-, теле-, и видеофильмов и в кинотеатрах, видеосалонах и других общественных местах при платном для зрителей просмотре определено на уровне 3 %, а при бесплатном для зрителей просмотре – 0,5 % от суммы дохода плательщика⁷⁶; оно выплачивается кинотеатрами в пользу аккредитованной организации (в настоящее время эти функции выполняет Российское авторское общество⁷⁷) – а минимальные ставки авторского вознаграждения определяются Правительством РФ.⁷⁸

⁷⁶ Постановление Правительства РФ № 218 от 21 марта 1994 г. «О минимальных ставках авторского вознаграждения за некоторые виды использования произведений литературы и искусства».

⁷⁷ <http://rao.ru>

⁷⁸ П. 4 стю 1286 IV части Гражданского кодекса.

Однако данная норма спорна. В результате длительной и интенсивной работы по сближению позиций кинотеатрального и продюсерского сообществ, Ассоциация продюсеров кино и телевидения и Гильдия продюсеров поддержали инициативу некоммерческого партнерства «Киноальянс» по вопросу «композиторских отчислений». Таким образом, по одному из самых острых вопросов, впервые появилась консолидированная позиция всех сегментов отечественной киноиндустрии, что создало условия для дальнейшей совместной работы. Постоянная работа по данному направлению уже привела к фактическому снижению базовой ставки с 1,5 % до 1,2 % и введению специальных ставок для сетевых (1 %), новых и реконструируемых (0,5 %) кинотеатров. «Киноальянс» продолжает добиваться снижения ставки до 0,3 %.

Традиционный день смены репертуара в России – четверг, хотя некоторые крупные фильмы могут выходить в прокат и по средам.

Условия проката фильмов на первой-второй неделях после релиза (количество и время сеансов, минимальная цена билета, действительность скидок, контрамарок и пр.) играют очень важную роль на рынке. Для крупных релизов дистрибьютор, как правило, требует «полного экрана», то есть показа фильма в одном зале с утра до вечера (в случае многозальных кинотеатров дистрибьютор может требовать несколько «экранов»). Жесткие условия проката часто приводят к конфликтам между дистрибьюторами, которые пытаются «застолбить» хорошие даты – например, новогодние каникулы, когда блокбастеры выходят одновременно или один за другим.

В 2011 г., в условиях развитого рынка кинопоказа и цифрового кинопроката, в России произошло сокращение общероссийской киноафиши широкого проката: средненедельное число картин на афишах кинотеатров страны сократилось почти вдвое по сравнению с уровнем 2008-го. В то же время серьезного увеличения сроков проката картин в кинотеатрах не произошло, лишь однозальники немного расширили число сеансов фильмов, вышедших на экраны больше месяца назад. При этом все кинотеатры, имеющие цифровые залы отдают под трехмерные сеансы более трети своего экранного времени в неделю. И хотя сроки проката трехмерных фильмов больше, чем картин в формате 2D, долгий прокат 3D-фильмов сегодня уже не очень распространен.⁷⁹

До недавнего времени развитие кинорынка в России характеризовалось высоким уровнем конкуренции и доминированием крупных игроков над более мелкими независимыми участниками рынка. Однако сейчас ситуация разрядилась.

Методологические аспекты измерения рынка кинопроката в России

До недавнего времени в России существовала практика измерения кинопрокатного года в период с 1 декабря по 30 ноября. Такая система сложилась в 1997 г., когда партнер Невафильм Research по предоставлению статистики российского кинопроката – независимое отраслевое издание «Кинобизнес сегодня» (<http://www.kinobusiness.com>) начал вести подсчет данных по кассовым сборам, аккумулируя сведения дистрибьюторов. Однако начиная с 2011-го «Кинобизнес сегодня» перешел на подсчет данных по итогам календарного года.

Информацию по результатам кинопроката в России с 2006 г. собирает и другой отраслевой журнал – «Бюллетень кинопрокатчика» (<http://kinometro.ru>). В настоящее время данные статистики кассовых сборов публикуют также интернет-журнал «Профисинема»

⁷⁹ По результатам исследований Невафильм Research «Разные площадки – разные фильмы» (2008) и «Прокатывать нельзя регулировать» (2011).

(<http://www.proficinema.ru>) и исследовательская компания «Movie Research» (<http://www.movieresearch.ru>).

Для российских аналитиков с 2008 г. также доступен сервис российского представительства крупнейшего в мире измерителя кинокассы «Rentrak Corporation», занимающегося сбором данных для российских дистрибьюторов-мэйджоров о прокате их фильмов в кинозалах страны. Он сотрудничает с отраслевыми изданиями: пополняет с их помощью свою базу прошлых лет, а также поставляет им оперативные данные по итогам уикендов.

В то же время все имеющиеся источники информации о кассовых сборах в России имеют высокую погрешность по ряду причин:

- во-первых, данные собираются исключительно со слов дистрибьюторов, что дает возможность искажения этой информации в ту или иную сторону самими прокатчиками, которые могут преследовать целью повышение своего рейтинга среди конкурентов (это подтверждают и сами дистрибьюторы, хотя и говорят, что в последние годы не прибегали к подобным манипуляциям), а некоторые дистрибьюторы вообще отказываются предоставлять данные;

- дистрибьюторы, в свою очередь, получают статистику сборов и кинопосещаемости от кинотеатров также зачастую без подтверждения данных электронными автоматическими системами контроля, поскольку во многих несетевых кинозалах такие системы не установлены, а Единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах (известная ранее как «Система единого электронного кинобилета») внедрена не во всех кинотеатрах; многие правообладатели подозревают кинотеатры в нечестности;

- данные аккумулируются и обнародуются по фильмам, а не по датам, что не дает возможности точной фиксации результатов проката того или иного фильма по календарным срокам;

- дистрибьюторы не предоставляют разбивку своих сборов не только по городам и регионам России, но даже не выделяют отдельно данные по странам СНГ (за исключением Украины), на территории которых распространяются их права.

Решение проблемы достоверности статистической отчетности многие игроки рынка ожидают от широкомасштабного внедрения Единой автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах, которое планировалось еще в 2010 г. Согласно Федеральному закону № 375 от 27 декабря 2009 г. «О внесении изменений в Федеральный закон "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации"», который вступил в силу 1 мая 2010 г., все демонстраторы фильмов обязаны предоставлять в единую информационную систему данные относительно каждого проданного кинобилета; при этом приобретение и эксплуатация необходимого оборудования осуществляются за счет демонстратора, в то время как оператор системы, осуществляющий деятельность по эксплуатации единой информационной системы, выбирается на конкурсной основе. Эта функция была поручена Главному информационно-вычислительному центру Министерства культуры Российской Федерации (ГИВЦ) и финансируется за счет бюджетных средств.

Однако несмотря на выход всех необходимых приказов и циркулярных писем, устанавливающих строго обязательную отчетность кинотеатров перед ЕАИС, до сих пор процесс установки ЕАИС во всех кинотеатрах страны не завершен: согласно данным сайта <http://ekinobilet.ru> и Невафильм Research, по состоянию на 1 июля 2012 г. в системе зарегистрированы лишь 39 %

современных кинотеатров страны (49 % залов) и их число с начала 2012-го растет очень слабыми темпами.

Несмотря на сложность получения информации при анализе статистических данных по кассовым сборам и кинопосещаемости в России, объем российского рынка кинопроката можно представить исходя из следующих предпосылок:

- специалисты Невафильм Research производит оценку показателей российского кинопроката – оценивают российские кассовые сборы и посещаемость в процентах от кассовых сборов и посещаемости по СНГ (без учета Украины), которые публикуют отраслевые издания. Эти проценты устанавливаются на основе информации, полученной от крупнейших дистрибьюторов России, оценивающих средневзвешенную долю, приходящуюся на выпущенные ими в российский прокат фильмы (за вычетом стран СНГ, помимо Украины). В рассматриваемом периоде эти показатели составили следующие величины:

Таблица 27. Оценка Невафильм Research кассовых сборов и посещаемости российских кинотеатров (процент от данных по СНГ (без Украины), публикуемых отраслевыми изданиями)

Год	Оценка кассовых сборов	Оценка посещаемости	Рассчитано по данным дистрибьюторов
2007	97,0%	98,0%	экспертно
2008–2009	95,6%	95,6%	WDSРR, «20 век Фокс СНГ», «Каро», UPI, «Централ Партнершип» и «Наше кино»
2010	95,9%	93,9%	WDSРR, «20 век Фокс–СНГ», «Каро» и UPI
2011–2012	94,7%	92,4%	WDSРR, «20 век Фокс – СНГ», «Каро», UPI, «Вест», «Каскад» и «Вольга»

- по итогам 2011–2012 гг. оценка произведена путем сравнения баз данных фильмов в прокате СНГ (без Украины) изданий «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика»: дополняющие друг друга списки фильмов объединены; при расхождении значений по числу копий, кассовым сборам и числу проданных кинобилетов в расчет берется максимальное значение по каждому фильму;

- показатели кассовых сборов и посещаемости подсчитаны без учета результатов проката альтернативного контента, которым в данном исследовании считаются оперные и балетные постановки, фильмы-концерты, документальные и научно-документальные фильмы (включая IMAX), образовательные программы и прямые трансляции в кинотеатрах;

- анализ результатов проката отдельных фильмов, а также групп фильмов по странам производства и студиям может быть произведен только на основе совокупных, а не только российских данных по СНГ, за исключением Украины.

В этом обзоре данные за 2007–2010 гг. приведены по прокатному году, за 2011-й и первую половину 2012-го – за календарный год, то есть нельзя напрямую сравнивать показатели за 2010-й и 2011 гг.⁸⁰

Объемы рынка кинопроката в России

Ежегодно на экраны российских кинозалов выходит порядка 350 кинофильмов. На рынке наблюдается тенденция к увеличению ежегодно выпускаемого количества фильмов, что стало возможным благодаря развитию цифрового кинопоказа. Переход на цифровые технологии является главным трендом последних лет в российском кинопрокате.

⁸⁰ Сравнение можно найти в отчете [«The Russian Cinema Market. Results for 2011»](http://www.nevafilm.com) на сайте <http://www.nevafilm.com>.

В 2011 г. в российский прокат⁸¹ вышел 331 новый фильм (всего 353 фильма в прокате), из них 247 или 75 % были выпущены в цифровом формате (всего фильмов в цифровом формате в прокате 2011 г. - 260 или 73,7 %). И доля цифровых (2D и 3D) релизов растет, одновременно с ростом числа цифровых кинозалов. В первом полугодии 2012-го уже 174 из 192 новых релизов прокатывались в кинотеатрах в цифровом формате (91 % от числа новых релизов первой половины года). Всего в прокате было 218 картин, включая 193 в цифровом формате.



Рисунок 30. Количество фильмов, выпущенных в российский кинопрокат (без учета альтернативного контента)

После кризисных 2008–2009 гг. кассовые сборы в России растут: в 2011 г. они составили 34,0 млрд руб.



Рисунок 31. Кассовые сборы российского кинопроката, млн руб. (без учета альтернативного контента)

Однако темпы роста кассовых сборов в России имеют тенденцию к снижению: если в 2010 г. рост кассовых сборов составил 35,7 %, то в 2011-м он сократился до 11,8 %, немного увеличившись до 19,3 % в первом полугодии 2012-го.

⁸¹ Без учета альтернативного контента.

Таблица 28. Характеристики рынка кинопроката России

Год	Кассовые сборы (млн руб.)	Посещаемость (млн)	Цена билета (руб.)	Изменение кассовых сборов за год (руб.)	Изменение посещаемости за год	Изменение цены билета за год (руб.)
2007	14 049,3	103,4	135,9			
2008	19 819,5	118,5	167,3	41,1%	14,6%	23,1%
2009	22 409,3	132,4	169,2	13,1%	11,8%	1,2%
2010	30 409,0	155,9	195,0	35,7%	17,7%	15,2%
2011*	33 999,8	159,8	212,8	11,8%	2,5%	9,1%
01.07.2012*	19 871,8	86,6	229,4	19,3%	13,6%	5,0%

* календарный год, все релизы

Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, Невафильм Research

С началом развития цифрового 3D-кинопоказа в стране рост кассовых сборов обеспечивался главным образом за счет повышения стоимости кинопосещения с 2010 г. Так, в 2010-м средняя цена кинобилета выросла на 15,4 % в рублевом эквиваленте, а в 2011 г. – на 8,9 % и в первой половине 2012-го – на 8,3 %. Мы наблюдаем снижение темпов роста цены кинопосещения с 2010 г. В 2011–2012 гг. средняя цена кинопосещения не опускается ниже 200 рублей.



Рисунок 32. Средняя стоимость кинопосещения в России, руб.

Посещаемость кинозалов в России растет, однако, как и в случае с кассовыми сборами и ценой билета, темпы ее роста снижаются. В 2011 г. кинотеатры посетили 159,8 млн россиян. По предварительной оценке, кинопосещаемость в России в 2012 году выросла на 5,8% до 169 млн. Доля российских фильмов составила порядка 15,1%.⁸²

⁸² Оценка Обсерватории на основе данных издания «Кинобизнес сегодня».



Рисунок 33. Посещаемость кинотеатров в России, млн (без учета альтернативного контента)

Уровень кинопотребления в России растет, достигнув в 2010-м и 2011-м 1,1 посещения в год на душу населения в целом по России и 2,1⁸³ в городах, где имеются современные кинотеатры. В первой половине 2012 г. мы также наблюдаем повышение этих показателей до 1,2 и 2,3 соответственно.



Рисунок 34. Уровень кинопотребления среди россиян

[Лучшие результаты проката фильмов в России \(2007-й – 1 июля 2012 г.\)](#)

Лидерами российского кинопроката по количеству фильмов в составе Топ-10 самых кассовых фильмов являются фильмы производства США. Однако российские фильмы с 2004 г. также присутствуют в десятке лидеров, причем порой с высокими результатами. Так, в 2008 г. российский фильм «Ирония судьбы. Продолжение» занял первое место по кассовым сборам.

⁸³ Для сравнения, по данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, в 2010 г. в Евросоюзе уровень кинопотребления составил 1,93 раза в год на душу населения, во Франции – 3,28, в Германии – 1,55, в Великобритании – 2,72, а в Северной Америке – 4,1 раза в год; при этом практически во всех странах (кроме Франции) этот показатель упал по сравнению с 2009-м (на 0,01–0,1 раза в год на душу населения).

Повторив судьбу фильма «Ночной дозор», занявшего первую строчку по сборам в 2004-м.

Таблица 29. Топ-10. Кассовые фильмы кинопроката СНГ (с 2007 г. – без Украины)

Ранг	Название фильма	Дистрибьютор в России	Страна производства	Число экранов	Кассовые сборы, млн руб.	Сбор на экран, тыс. руб.
2007						
1	«Пираты Карибского моря: На краю света»	«Buena Vista Sony Pictures Releasing»	США	703	788,2	1 121,30
2	«Шрэк-3»	«Universal Pictures International»	США	596	597,6	1 002,60
3	«Волкодав из рода серых псов»	«Централ Партнершип»	Россия	601	511,4	850,9
4	«Гарри Поттер и орден Феникса»	«Каро Премьер»	Великобритания, США	534	417,1	781,2
5	«Жара»	«Гемини»	Россия	600	401,4	669
6	«Трансформеры»	«Universal Pictures International»	США	700	389,7	556,8
7	«Человек-паук: Враг в отражении»	«Buena Vista Sony Pictures Releasing»	США	560	356,3	636,3
8	«Ночь в музее»	«20 век Фокс-СНГ»	США, Великобритания	455	331,9	729,4
9	«Такси-4»	«Централ Партнершип»	Франция	466	308	660,9
10	«Бой с тенью-2: Реванш»	«Централ Партнершип»	Россия	583	300,8	515,9
2008						
1	«Ирония судьбы. Продолжение»	«20 век Фокс-СНГ»	Россия	914	1 238,30	1 354,80
2	«Мадагаскар-2»	UPI	США	850	1 012,20	1 190,90
3	«Адмиралъ»	«20 век Фокс-СНГ»	Россия	1107	835,9	755,1
4	«Мумия: Гробница императора драконов»	«Universal Pictures International»	США, Германия	854	689,3	807,2
5	«Самый лучший фильм»	«Каропрокат»	Россия	702	684,3	974,8
6	«Особо опасен»	«Universal Pictures International»	США, Германия	859	652,4	759,5
7	«Хэнкок»	«Buena Vista Sony Pictures Releasing»	США	645	644,5	999,3
8	«Кунг-фу Панда»	«Universal Pictures International»	США	821	517,9	630,8
9	«Квант милосердия»	«Buena Vista Sony Pictures Releasing»	Великобритания, США	750	449,2	598,9
10	«Индиана Джонс и королевство Хрустального черепа»	«Universal Pictures International»	США	811	422,8	521,3
2009						

Ранг	Название фильма	Дистрибьютор в России	Страна производства	Число экранов	Кассовые сборы, млн руб.	Сбор на экран, тыс. руб.
1	«Ледниковый период-3: Эра динозавров»	«20 век Фокс-СНГ»	США	1098	1 417,4	1 290,9
2	«2012»	«Buena Vista Sony Pictures Releasing»	США, Канада	840	1 162,8	1 384,3
3	«Обитаемый остров. Фильм первый»	«Каропрокат»	Россия	916	693,7	757,3
4	«Гарри Поттер и принц-полукровка»	«Каро Премьер»	Великобритания, США	915	595,7	651,1
5	«Сумерки. Сага: Новолуние»	«West»	США	680	591,4	869,7
6	«Трансформеры: Месть падших»	«Централ Партнершип»	США	913	577,2	632,2
7	«Любовь-Морковь-2»	«Каропрокат»	Россия	931	567,1	609,1
8	«Каникулы строгого режима»	«20 век Фокс-СНГ»	Россия	1041	558,0	536,0
9	«Тарас Бульба»	«Централ Партнершип»	Россия	648	541,3	835,4
10	«Стиляги»	«Централ Партнершип»	Россия	893	534,0	598,0
2010						
1	«Аватар»	«20 век Фокс-СНГ»	США, Великобритания	1327	3 517,5	2 650,7
2	«Шрек навсегда»	«Централ Партнершип»	США	1238	1 542,8	1 246,2
3	«Алиса в стране чудес»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	625	1 265,6	2 025,0
4	«Сумерки. Сага: затмение»	«West»	США	1085	792,4	730,3
5	«Гарри Поттер и дары смерти. Часть первая»	«Каро Премьер»	Великобритания, США	1134	773,9	682,4
6	«Битва титанов»	«Каро Премьер»	Великобритания, США	921	739,1	802,5
7	«Как приручить дракона»	«Централ Партнершип»	США	801	705,4	880,7
8	«Рапунцель: Запутанная история»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	710	697,7	982,7
9	«Наша Russia. Яйца судьбы»	«Централ Партнершип»	Россия	1025	667,2	651,0
10	«Мегамозг»	«Централ Партнершип»	США	942	661,0	701,7
2011*						
1	«Пираты Карибского моря: На странных берегах»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	1 716	1 782,8	1 038,9
2	«Кот в сапогах»	«Централ Партнершип»	США	1 299	1 522,2	1 171,8
3	«Трансформеры-3: Темная сторона Луны»	«Централ Партнершип»	США	1 385	1 265,4	913,6

Ранг	Название фильма	Дистрибьютор в России	Страна производства	Число экранов	Кассовые сборы, млн руб.	Сбор на экран, тыс. руб.
4	«Гарри Поттер и Дары Смерти. Часть вторая»	«Каро Премьер»	Великобритания, США	1 562	1 050,7	672,6
5	«Сумерки. Сага: Рассвет. Часть 1»	«West»	США	1 275	978,9	767,8
6	«Кунг-фу панда-2»	«Централ Партнершип»	США	1 342	899,3	670,1
7	«Высоцкий. Спасибо, что живой»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	Россия	1 400	842,9	602,1
8	«Форсаж-5»	«Universal Pictures International»	США	1 100	807,0	733,6
9	«Рио»	«20 век Фокс-СНГ»	США	1 297	702,6	541,7
10	«Елки-2»	«Bazelevs»	Россия	1 467	630,3	429,6
01.07.2012*						
1	«Мадагаскар-3»	«Централ Партнершип»	США	1 830	1 511,7	826,1
2	«Мстители»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	1 210	1 272,7	1 051,9
3	«Люди в черном-3»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	1519	1 145,9	754,4
4	«Джон Картер»	«Walt Disney Sony Pictures Releasing»	США	1 203	992,8	825,2
5	«Прометей»	«20 век Фокс-СНГ»	США	1 670	704,2	421,7
6	«Гнев титанов»	«Каро Премьер»	США	771	651,8	845,4
7	«Морской бой»	«Universal Pictures International»	США	1 205	649,2	538,8
8	«Путешествие-2: Таинственный остров»	«Каро Премьер»	США	888	525,2	591,5
9	«Лоракс»	«Universal Pictures International»	США	919	472,5	514,1
10	«Титаник 3D»	«20 век Фокс-СНГ»	США	972	395,6	407,0

*календарный год, новые релизы

Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, Невафильм Research

Оценка эффективности системы кинопроката в России

Одной из главных тенденций современного российского кинорынка является выпуск фильмов большими тиражами. Стремление прокатчиков к масштабным релизам может быть объяснено такими причинами, как желание получить максимальной кассу в течение первого уикенда, до того как видеопираты растиражируют или выложат в Интернете копию фильма; или же придание веса кинотеатральному прокату с целью повышения стоимости дальнейшей продажи прав на фильм видеодистрибьютору или телеканалу. При этом не всегда широкий тираж может быть оправдан качеством проекта, в результате чего прокатчик несет убытки. Даже удорожание стоимости печати кинокопий (в связи с девальвацией национальной валюты в 2008–2009 гг.) не оказало серьезного влияния на практику масштабных релизов.

Отметим, что рост числа копий в прокате начался в России продолжается с 2004 г. – за счет увеличения тиражей. 2010-й был

переломным для отечественных дистрибьюторов, поскольку все они – от мейджоров до независимых артхаусных компаний – адаптировались к новой реальности и начали выпускать фильмы в «цифре». И в 2011 г. цифровая дистрибуция стала приносить реальные плоды. Это выразилось прежде всего в резком увеличении числа копий в российском прокате – с 83,4 тыс. в 2010 г. до 111,3 тыс. в 2011-м (по новым релизам) – рост составил 33,5 %. Это происходит преимущественно за счет расширения числа «цифровых копий»⁸⁴ (с 20 до 56,7 тыс. – на 183 %). Хотя и в предыдущие годы рост числа «цифровых копий» был впечатляющим (около 360 %), однако их количество было не слишком велико. Сейчас половина копий в российском прокате – цифровые (в 2010 г. цифровыми были 24 % копий).



Рисунок 35. Количество выпущенных в российский прокат копий фильмов, новые релизы (без учета альтернативного контента)

С 2010 г. сильно возросло число копий голливудских, российских фильмов и фильмов производства Европы и независимых студий США. Особенно сильный рост наблюдается по голливудским картинам (в 2009 г. среднее число копий одной картины составляло 367, а в 2011-м – уже 675). В 2011 г. серьезно возросли тиражи фильмов других стран производителей (с 23 копий в среднем на фильм в 2010-м до 99 в 2011-м).

⁸⁴ Под «цифровой копией» понимается максимальное одновременное число цифровых экранов, на которых работал фильм.

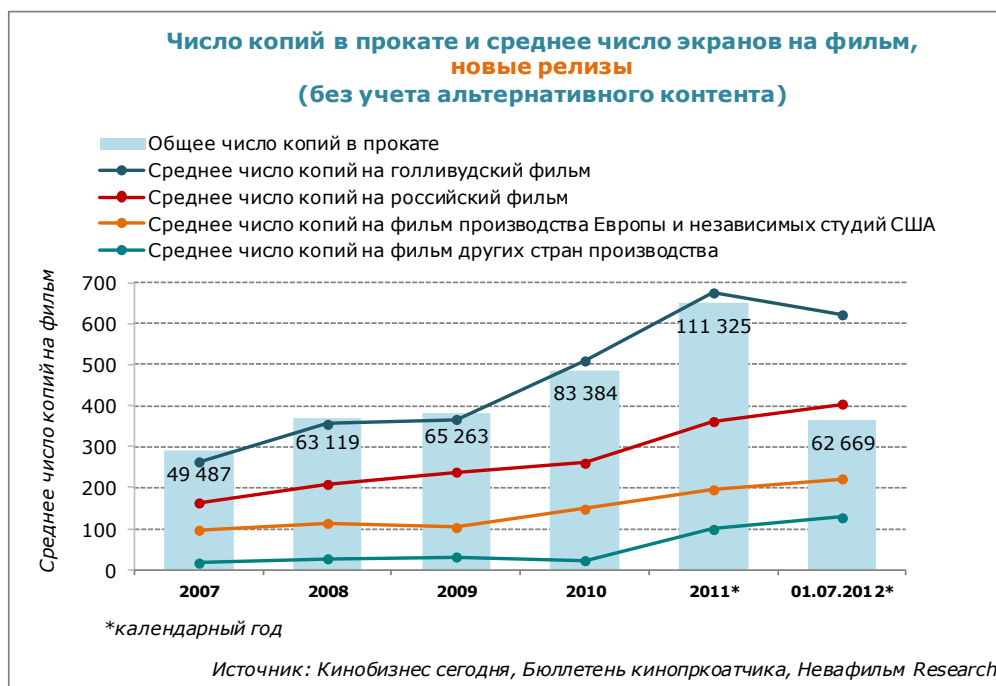


Рисунок 36. Число копий в прокате и среднее число экранов на фильм, новые релизы (без учета альтернативного контента)

Любопытным следствием этих процессов стало снижение средних кассовых сборов и посещаемости не только на один кинозал, но и на одну копию. В 2011 г. сбор на копию упал на 21 %, а посещаемость на 28 %. Подобное явление впервые наблюдается на российском кинорынке. Иначе говоря, снизившиеся расходы прокатчиков на печать копий позволяют им безболезненно идти на увеличение тиражей фильмов, несмотря на снижающуюся отдачу от каждого экрана.



Рисунок 37. Средний кассовый сбор на одну копию, тыс. руб., новые релизы (без учета альтернативного контента)

В то же время складывающуюся ситуацию сложно расценивать как однозначно положительную, поскольку ускоряется ротация репертуара российских кинотеатров. Так, если в 2009 г. один фильм находился в прокате в среднем 53 дня, а в 2010-м – 57, то в 2011-м – 42 дня, а в первой половине 2012 г. – уже 34.



Рисунок 38. Среднее число дней, которые фильм находился в прокате

Выпуск фильмов в цифровом формате позволяет дистрибьюторам существенно экономить на печати копий, поскольку системы справедливого распределения стоимости цифрового кинопроекторного оборудования между кинотеатрами и прокатчиками в стране пока не существует: печать и доставка одной 35-мм кинокопии, включая рекламные ролики к фильму, в России стоит порядка 37 000 рублей, тогда как изготовление одного DCP, включая оборот жестких дисков и их доставку, – около 3700 рублей.

Доходы дистрибьюторов составляют, как правило, 50 % кассовых сборов кинотеатров, исходя из чего можно рассчитать их сумму и сопоставить ее с расходами на печать кинокопий и изготовление DCP. Анализ полученных данных показывает, что расходы прокатчиков на печать копий в России в 2007–2010 гг. составляли в среднем 21 % их доходов или 10 % кассовых сборов. К 2011–2012 гг. они возросли до 26 % их доходов или 13 % кассовых сборов – в связи с продолжающимся ростом количества копий на фильм.



Рисунок 39. Доходы российских кинопрокатчиков относительно расходов на производство кино- и цифровых копий, новые релизы (без учета альтернативного контента)

Информация о рекламных бюджетах фильмов на российском рынке, как правило, является закрытой, лишь отдельные кинопродюсеры готовы

предавать ее огласке. Невафильм Research удалось собрать данные по затратам на рекламу в кинопрокате по 51 отечественному фильму, выходявшему на экраны страны в период с 2007-го по 2012 г. (это около 12 % российских релизов данного периода).⁸⁵

Ввиду недостаточной репрезентативности выборки сложно делать выводы о каких-либо тенденциях, которые бы демонстрировали эти данные. Тем не менее анализ показывает, что затраты продюсеров (и дистрибьюторов) широко варьируются: от 200 тыс. руб. до 180 млн руб., составляя в среднем 30 млн руб. (1,1 млн долларов). Наиболее показательными являются данные о соотношении рекламных бюджетов фильмов с их производственными бюджетами и с кассовыми сборами. Они свидетельствуют о том, что в большинстве случаев рекламные затраты добавляют 20–45 % к производственным бюджетам, однако ввиду общей убыточности российских фильмов в кинопрокате рекламные затраты зачастую превышают кассовые сборы (самыми сбалансированными в этом смысле оказались 2010–2011 гг., однако в 2012-м расходы вновь были выше сборов).



Рисунок 40. Средние размеры рекламных затрат российских продюсеров в кинопрокате

⁸⁵ При анализе использовались данные по фильмам: «Семь кабинок», «Глянец», «12», «1612», «Тиски», «Русалка», «Жестокость», «Мороз по коже», «Качели», «Реальный папа», «День Д», «ССД», «Приключения Аленушки и Еремы», «Скажи_Лео», «Стиляги», «Океан», «Кислород», «Третье желание», «Я», «Пикап. Съём без правил», «Наша Маша и волшебный орех», «Новые приключения Аленушки и Еремы», «Золотое сечение», «Дочь якудзы», «Детям до 16...», «Темный мир 3D», «Последнее воскресение», «Елки», «Три богатыря и Шамаханская царица», «На крючке!», «Утомленные солнцем 2: Цитадель», «Суперменеджер, или Мотыга судьбы», «Без мужчин», «Бабло», «Бой с тенью 3D: Последний раунд», «Бездельники», «Ангел», «Елки 2», «Иван Царевич и серый волк», «Камень», «Поклонница», «Фауст», «Дом на обочине», «Дирижер», «Сердца бумеранг», «Шпион», «Небо под сердцем», «Воин.com», «Матч», «Багровый цвет снегопада», «Сказка. Есть».

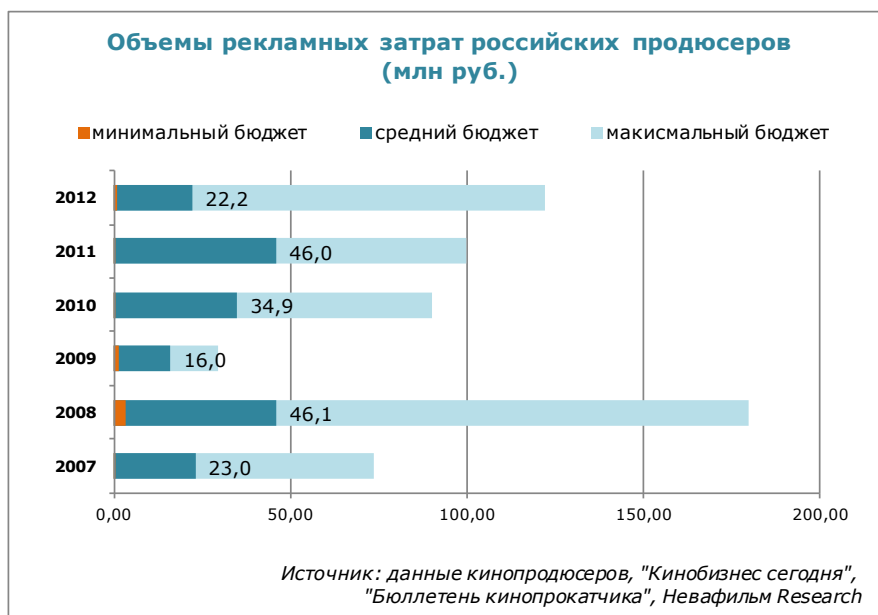


Рисунок 41. Объемы рекламных затрат российских продюсеров (млн руб.)

Тем не менее эффективность результатов проката картин в России может быть представлена на основе сравнительного анализа кассовых сборов фильмов на одну копию с затратами на изготовление и доставку этих копий. Результаты такого анализа за период с 2007-го по первую половину 2012 г. свидетельствуют, что в среднем 24 % (42 % в 2012 г.!) релизов не окупают даже расходов на организацию проката, то есть собирают менее 74 000 рублей на экран (дистрибьютору возвращается только половина валового сбора – 37 000 рублей, требующихся для печати и доставки одной 35-мм копии). При этом доля отечественных фильмов, не окупивших стоимости тиража кинокопий, составляет в среднем 41 %.



Рисунок 42. Эффективность российского проката: окупаемость печати и доставки кинокопий, новые релизы (без учета альтернативного контента)

Страны-производители фильмов в структуре российского рынка кинопроката

Произведенный по данным кассовых сборов фильмов на территории СНГ (без Украины) анализ позволяет сделать вывод о том, что по числу наименований на российском рынке доминируют картины производства США.⁸⁶ Они приносят основную кассу кинопроката, и доля таких фильмов в кассовых сборах России с каждым годом растет (со 46,4 % в 2007-м до 72,6 % в первой половине 2012 г. по всем релизам и 76,6 % – по новым).

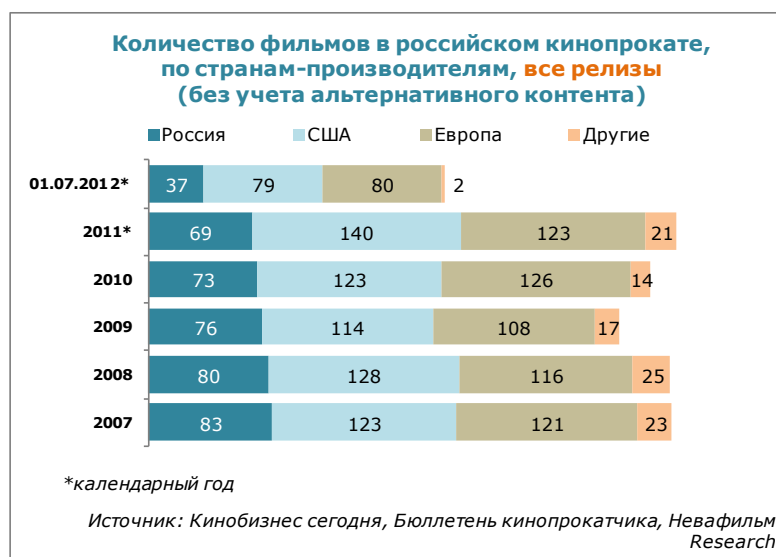


Рисунок 43. Количество фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, все релизы (без учета альтернативного контента)

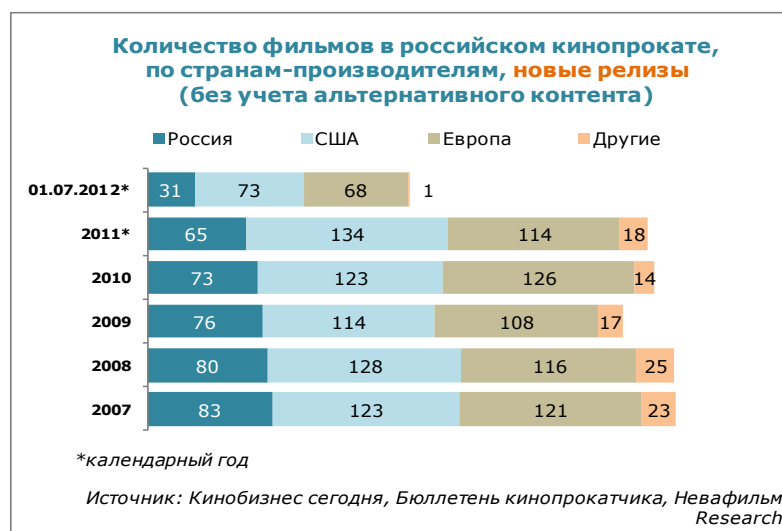


Рисунок 44. Количество фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, новые релизы (без учета альтернативного контента)

⁸⁶ При определении страны-производителя используется следующая технология: если одна из стран-участников – Россия, то фильм относится к российским; если в производстве участвует хоть одна европейская страна и нет России, то к европейским; если среди производителей есть США или Канада и нет ни европейских стран, ни России – к Северной Америке; остальные фильмы – к другим странам.

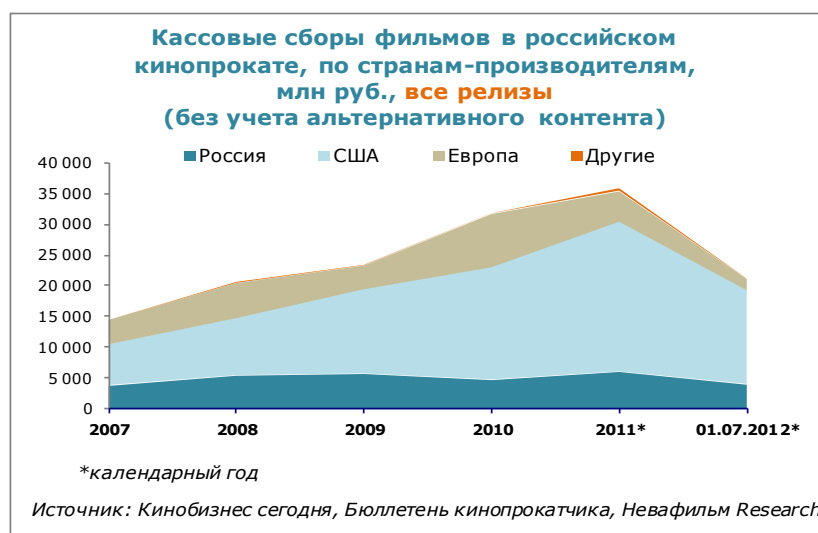


Рисунок 45. Кассовые сборы фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, млн руб., все релизы (без учета альтернативного контента)

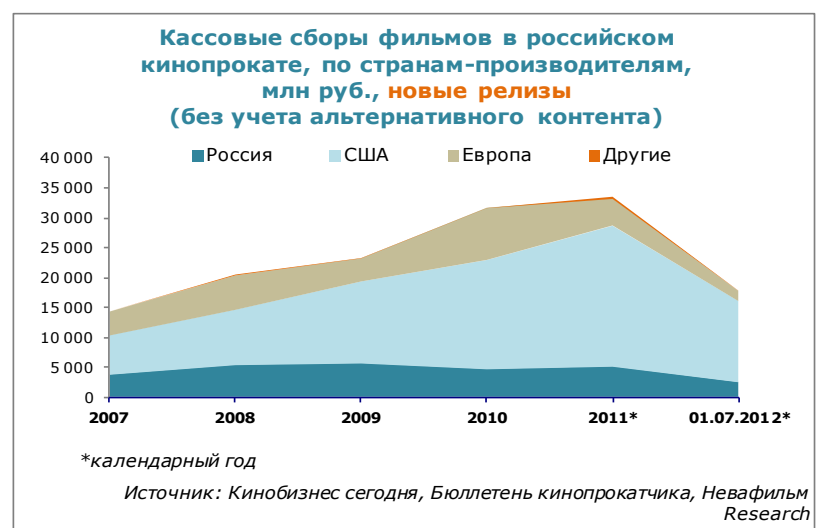


Рисунок 46. Кассовые сборы фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, млн руб., новые релизы (без учета альтернативного контента)

Что касается фильмов российского производства, то в последние годы их доля по количеству релизов сократилась с 24 % в 2009 г. до 18–19 % в 2011–2012 гг., а доля кассовых сборов снизилась с 26 % в 2008 г. до 17–18 % в 2011–2012 гг.

Таблица 30. Доли рынка кинопроката фильмов на территории России по странам-производителям (без учета альтернативного контента)

Год	Российские фильмы		Фильмы США		Европейские фильмы		Фильмы других стран производства	
	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.
2007	83	3 709,2	123	6 664,2	121	3 994,1	23	1,6
	23,7%	25,8%	35,1%	46,4%	34,6%	27,8%	6,6%	0,0%
2008	80	5 319,2	128	9 331,5	116	5 740,4	25	147,7
	22,9%	25,9%	36,7%	45,4%	33,2%	27,9%	7,2%	0,7%
2009	76	5 597,0	114	13 782,7	108	3 863,5	17	67,0
	24,1%	24,0%	36,2%	59,1%	34,3%	16,6%	5,4%	0,3%
2010	73	4 623,8	123	18 351,0	126	8 713,6	14	24,0
	21,7%	14,6%	36,6%	57,9%	37,5%	27,5%	4,2%	0,1%
2011*	69	5 925,1	140	24 506,9	123	4 948,5	21	374,4

Год	Российские фильмы		Фильмы США		Европейские фильмы		Фильмы других стран производства	
	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.	число релизов	кассовые сборы, млн руб.
	19,5%	16,6%	39,7%	68,5%	34,8%	13,8%	5,9%	1,0%
2011**	65	5 059,4	134	23 661,9	114	4 520,9	18	370,1
	19,6%	15,1%	40,5%	70,4%	34,4%	13,5%	5,4%	1,1%
01.07.2012*	37	3 896,7	79	15 314,4	80	1 836,9	2	32,7
	18,7%	18,5%	39,9%	72,6%	40,4%	8,7%	1,0%	0,2%
01.07.2012**	31	2 455,0	73	13 662,6	68	1 699,0	1	30,9
	17,9%	13,8%	42,2%	76,6%	39,3%	9,5%	0,6%	0,2%

* календарный год, все релизы

** календарный год, новые релизы

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, Невафильм Research

Что касается проката в России именно европейских фильмов, то по общему числу релизов за исследуемый период лидирует Франция, затем идут Великобритания, Германия, Испания и Италия. По сумме кассовых сборов в российском кинопрокате лидирует Великобритания (5,9 % за период 2007-й – 1 июля 2012 г.); всего страны Евросоюза собрали в России около 15 % кассы за тот же период, другие европейские страны – лишь 0,07 %. При этом достаточно высокой является доля сборов фильмов, произведенных в Европе североамериканскими инвесторами (так называемое «приходящее финансирование»), – 5,8 % кассы российского кинопроката, при том что выпущено таких фильмов на рынок было не так много – 55 (2,9 % всех релизов периода).

Таблица 31. Прокат европейских фильмов⁸⁷ в России, 2007-й – 1 июля 2012 г. (без учета альтернативного контента)*

Страна	Число релизов		Кассовые сборы (млн руб.)	
	число релизов	% от общего числа релизов в РФ за период	кассовые сборы	% общих кассовых сборов в РФ за период
Австрия	5	0,26%	1,59	0,00%
Бельгия	8	0,42%	233,32	0,17%
Болгария	2	0,10%	2,63	0,00%
Великобритания	139	7,24%	8 285,42	5,89%
Венгрия	4	0,21%	41,93	0,03%
Германия	95	4,95%	5 536,91	3,94%
Греция	1	0,05%	0,70	0,00%
Дания	12	0,63%	138,48	0,10%
Ирландия	6	0,31%	134,94	0,10%
Испания	45	2,34%	607,96	0,43%
Италия	24	1,25%	174,28	0,12%
Латвия	1	0,05%	0,27	0,00%
Люксембург	1	0,05%	1,40	0,00%
Нидерланды	5	0,26%	11,16	0,01%
Польша	3	0,16%	8,86	0,01%

⁸⁷ Страной-производителем в случае совместного производства считается та, которая указана на первом месте в списке стран-производителей в базах Lumiere (<http://lumiere.obs.coe.int>) или IMDb (<http://www.imdb.com>). При этом если в производстве помимо европейской страны участвует США (указана на первом месте), фильм все равно считается европейским, а страной производства признается страна, указанная на следующем месте после США. В строке «Приходящее финансирование» учтены все европейские фильмы, определенные по описанной методике, в производстве которых вовлечено приходящее финансирование, согласно информации базы Lumiere.

Страна	Число релизов		Кассовые сборы (млн руб.)	
	число релизов	% от общего числа релизов в РФ за период	кассовые сборы	% общих кассовых сборов в РФ за период
Португалия	1	0,05%	0,50	0,00%
Румыния	7	0,36%	119,35	0,08%
Финляндия	4	0,21%	24,44	0,02%
Франция	209	10,89%	4 708,84	3,35%
Чехия	3	0,16%	264,64	0,19%
Швеция	13	0,68%	371,13	0,26%
Итого фильмов ЕС	588	30,63%	20 668,78	14,70%
Босния и Герцеговина	1	0,05%	0,15	0,00%
Исландия	3	0,16%	17,52	0,01%
Норвегия	8	0,42%	12,53	0,01%
Сербия	1	0,05%	8,86	0,01%
Сербия и Черногория	1	0,05%	0,07	0,00%
Турция	2	0,10%	1,14	0,00%
Украина	9	0,47%	14,98	0,01%
Хорватия	1	0,05%	7,43	0,01%
Швейцария	6	0,31%	33,90	0,02%
Фильмы других европейских стран	32	1,67%	96,60	0,07%
Приходящее финансирование	55	2,86%	8 172,69	5,81%
Итого европейских фильмов	675	35,16%	28 938,07	20,59%

*включая данные за 2011 и 01.07.2012 по календарному году и по всем релизам

Источник: European Audiovisual Observatory / LUMIERE database и imdb.com (страна производства), Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика

Самым успешным европейским фильмом в российском прокате за исследуемый период стала «Обитель зла 3D: Жизнь после смерти» (2010 г.) (без учета европейских фильмов с приходящим финансированием и/или копродукции с США).

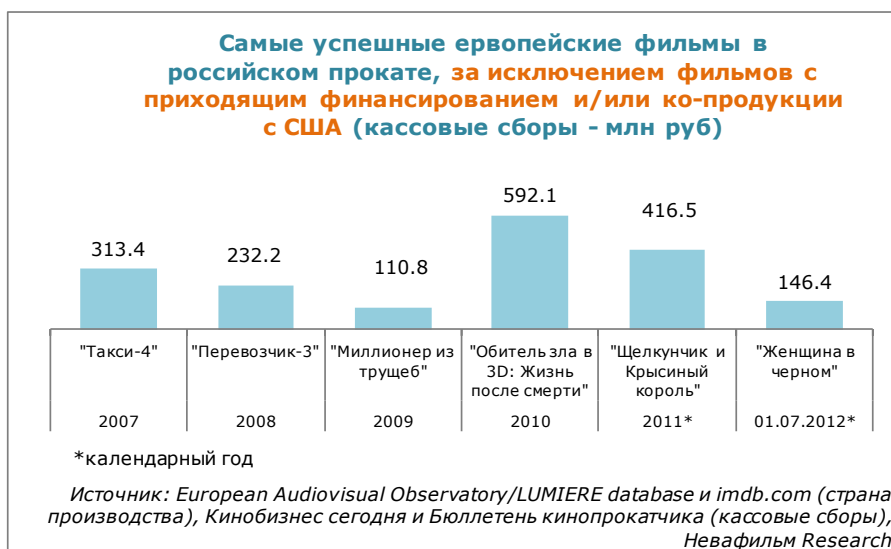


Рисунок 47. Самые успешные европейские фильмы в российском кинопрокате, за исключением фильмов с приходящим финансированием и/или ко-продукции с США (кассовые сборы - млн руб.)

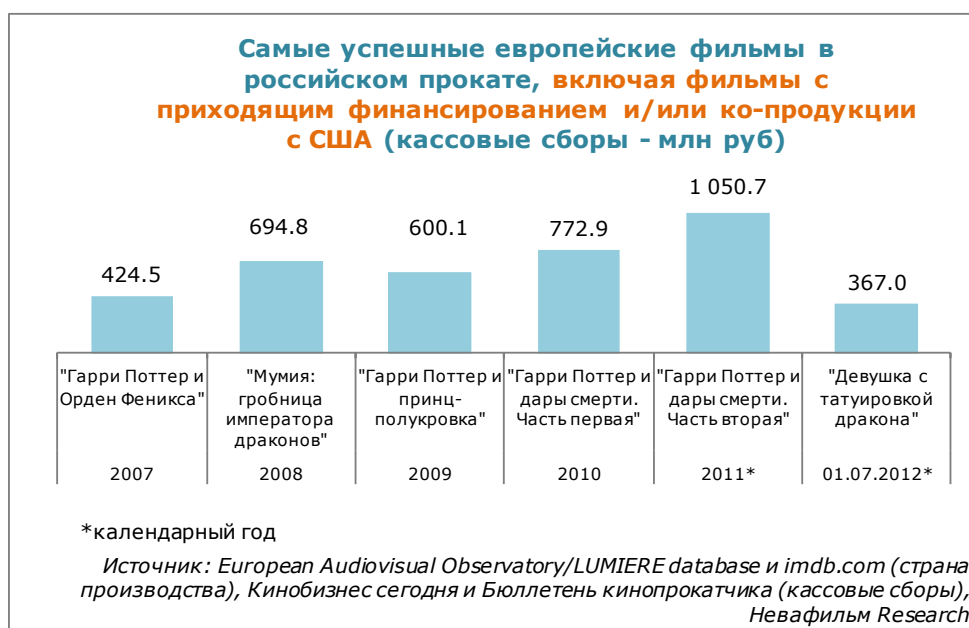


Рисунок 48. Самые успешные европейские фильмы в российском прокате, включая фильмы с приходящим финансированием и/или ко-продукции с США (кассовые сборы - млн руб.)

3.4.2 Основные тенденции и перспективы развития Поддержка телеканалов

Телевизионные эфирные каналы играли важную роль на российском кинорынке с 2004 г., когда «Первый канал» стал не только участвовать в кинопроизводстве отечественных художественных фильмов, но также оказывать широкую рекламную поддержку своим проектам в период кинопроката с использованием своих медиаинструментов. С 2005 г. поддерживать кинопрокат фильмов стали также телеканалы СТС и «Россия», с 2007-го – НТВ, с 2008-го – ТНТ, а с 2010-го – Муз-ТВ, который осенью 2012 г. стал именоваться ЮТВ. Причем масштабы телевизионной кампании, как правило, тем весомее, чем большим кассовым потенциалом обладает картина и чем сильнее телеканал заинтересован в ее успешном прокате (если он сам участвовал в производстве ленты).

Нужно отметить, что если в 2007–2009 гг. годами десятка лидеров российского кинопроката не обходилась без нескольких российских фильмов, поддерживаемых телевидением (с той или иной степенью интенсивности), то в 2010–2011 гг. их число сократилось до одного фильма, а в первой половине 2012-го ни один такой фильм не вошел в десятку лидеров.

Всего за период с декабря 2007-го по июль 2012-го бесплатное эфирное время получили более 50 отечественных кинокартин (13 % всех релизов российских продюсеров за период).

Таблица 32. Российские фильмы, получившие официальную поддержку в кинопрокате со стороны телеканалов

Рейтинг фильма за год	Фильм	Поддержка в прокате каналом	Кассовый сбор, млн руб.
2007			
3	«Волкодав из рода серых псов»	Первый канал, НТВ	511,4
5	«Жара»	СТС	401,4
11	«Любовь-морковь»	Первый канал	297,4
18	«Код апокалипсиса»	Первый канал	205,3
68	«Консервы»	Телеканал «Россия»	52,9

Рейтинг фильма за год	Фильм	Поддержка в прокате каналом	Кассовый сбор, млн руб.
84	«Тиски»	Телеканал «Россия»	36,3
130	«Одна любовь на миллион»	НТВ	20,1
197	«Русская игра»	Телеканал «Россия»	6,1
2008			
1	«Ирония судьбы. Продолжение»	Первый канал	1 238,30
3	«Адмирал»	Первый канал	835,9
5	«Самый лучший фильм»	ТНТ (Comedy Club)	684,3
28	«Мы из будущего»	Телеканал «Россия»	204,1
32	«Все могут короли»	НТВ	184,9
76	«1814»	СТС	61,8
93	«Реальный папа»	Телеканал «Россия»	46,5
147	«Каменная башка»	НТВ	22
158	«Качели»	Телеканал «Россия»	18,5
2009			
3	«Обитаемый остров. Фильм первый»	СТС	693,7
7	«Любовь-морковь-2»	Первый канал	567,1
8	«Каникулы строго режима»	Первый канал	558
9	«Тарас Бульба. Запорожская сечь»	Телеканал «Россия»	541,3
10	«Стиляги»	Телеканал «Россия», Первый канал	534
17	«Самый лучший фильм-2»	ТНТ (Comedy Club)	408,1
34	«Обитаемый остров. Схватка»	СТС	192,9
68	«Про Федота-стрельца, удалого молодца»	Первый канал	82,2
88	«Первая любовь»	СТС	56,4
147	«Горячие новости»	РБК-ТВ, «Акадо» (product placement)	19,9
2010			
9	«Наша Russia. Яйца судьбы»	ТНТ (Comedy Club)	667,3
14	«Черная молния»	СТС	591,2
17	«Кандагар»	Телеканал «Россия»	446,6
44	«Белка и Стрелка: Звездные собаки»	Телеканал «Россия»	186,9
52	«Край»	Первый канал	154,2
92	«На игре»	СТС	69,0
101	«На измене»	СТС	62,0
115	«Поп»	Первый канал	51,3
124	«Глухарь в кино»	НТВ	44,4
139	«Похороните меня за плинтусом»	Первый канал	34,2
155	«Детям до 16...»	Муз-ТВ (ЮТВ)	24,3
167	«Как я провел этим летом»	Телеканал «Россия»	17,6
168	«Фобос. Клуб страха»	СТС	17,6
2011			
10	«Высоцкий. Спасибо, что живой»	Первый канал	842,9
13	«Елки-2»	Телеканал «Россия»	630,3
28	«Служебный роман. Наше время»	Первый канал	340,4
63	«All Inclusive, или Все включено!»	СТС	169,4
185	«На крючке!»	СТС	59,0
Первая половина 2012			
24	«Август. Восьмого»	Первый канал	295,9
27	«Ржевский против Наполеона»	СТС	239,7
29	«8 первых свиданий»	Муз-ТВ (ЮТВ)	221,8
38	«Золушка»	Первый канал	155,1
42	«Шпион»	Телеканал «Россия»	135,4
67	«Самоубийцы»	Муз-ТВ (ЮТВ)	57,4
145	«Атомный Иван»	Иллюзион	1,474

Источник: Кинобизнес сегодня, ПрофиСинема, данные кинопрокатчиков, открытые источники

Артхаусный кинопрокат

В России отсутствует киносеть специализированных артхаусных кинотеатров, однако подавляющее большинство российских кинотеатров демонстрируют не только развлекательные фильмы, но также показывают авторское кино и серьезные фильмы, обращенные к вдумчивому зрителю. В 2008 г. 79 % российских кинотеатров ставили в свой репертуар такие картины наряду с блокбастерами для широкой аудитории. А к 2011 г. в стране наблюдалось увеличение числа кинотеатров (до 84 %), где зрители могли посмотреть подобные фильмы.



Рисунок 49. Кинотеатры по типу репертуара

В России существует феномен так называемого «ограниченного проката» – выпуска узконаправленных фильмов небольшим тиражом (от 1 до 20 кинокопий), путешествующих по стране в течение длительного периода времени. Отдельные картины находятся в прокате до одного года и дольше; например, рекордсмен ограниченного проката СНГ – фильм «Париж, я тебя люблю», собравший в 2007 г. более 30 млн рублей десятию копиями. Аналогичные результаты достигла лента «Искупление» в 2008-м – правда, уже на 49 копиях, – а в 2009-м ни одному фильму ограниченного проката не удалось добиться подобного успеха (лучшим стал фильм «Антихрист», собравший на 10 копиях почти 11 млн рублей).

В то же время количество сеансов, на которых демонстрируются артхаусные и серьезные фильмы, оказывается в России довольно низким: 8,4 % в 2008 г. и 6,6 % показов в 2011-м.

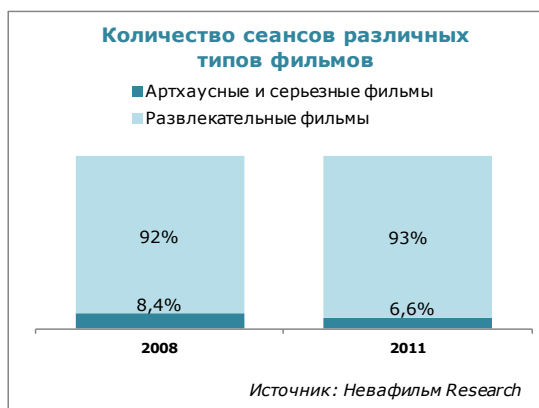


Рисунок 50. Количество сеансов различных типов фильмов

В 2012 г. исследование репертуара кинотеатров крупных городов показало, что около 60 % из них сейчас в той или иной мере показывают

артхаус, хотя специализирующиеся на таком репертуаре площадки составляют лишь 5 %.⁸⁸

Кроме того, фильмы ограниченного проката зачастую выходят на DVD-носителях (если у дистрибьютора имеются соответствующие права), что позволяет сократить расходы на печать и доставку тиража копий, но делает такие фильмы уязвимыми для пиратов.

С 2007 г. интерес к арthouse кинофильмам начали проявлять крупные игроки рынка кинопоказа, что позволило подобным проектам расширить свое присутствие в российском кинопрокате. Традиционно арthouse фильмы широко представлены на афише кинотеатров сети «Пять звезд». В 2007-м в Тольятти сеть кинотеатров «Инвесткинопроект» разместила в одном из залов «Кинолекса» арthouse кино клуб «Колизей»; московская сеть «Формула кино» открыла специальные арт-залы в кинотеатрах «Горизонт» (2007) и «Европа» (2008); аналогичный кинозал был запущен в московском «Октябре» (он стал экспериментальной площадкой для сети «Каро Фильм»); а компания «Синема парк» в конце 2008-го представила линейку фильмов, которые выходят под маркой «Кино по правилам и без» в Челябинске, Новосибирске и Тюмени. Кроме того, в сети регулярно проводятся различные фестивали (с периодичностью не менее трех раз в год проходит «Future Short», а октябре–ноябре 2010-го в регионах состоятся ставшие уже регулярными показы фильмов фестиваля «Неправильное кино»).

Летом 2012 г. пять российских кинотеатров вошли в состав сети «Eurimages/Europa Cinemas», учрежденной Европейским фондом поддержки кинематографии «Евримаж»: кинотеатры «35 мм» и «Пионер» (Москва), «Чайка» (Санкт-Петербург), «Орленок» (Нижний Новгород) и «Заря» (Калининград). Участие в «Eurimages» позволит кинотеатрам пополнить свой репертуар фильмами европейского производства и проводить кинофестивали, при показе на которых арthouse киноленты получают наибольший успех. И многие российские кинопоказчики регулярно участвуют в подобных акциях или организуют собственные фестивали различной тематики. Среди активных в этой сфере киносетей можно назвать «Формулу кино», «Парадиз», «Синема парк» и др. Всего в 2011 г., по данным «Бюллетеня кинопрокатчика», в России прошло 76 фестивалей различного формата, а в 2012-м – 68.

⁸⁸ Мониторинг 2012 г., в отличие от предыдущих масштабных исследований, был произведен не по репрезентативной выборке всех городов страны, а по 40 городам с численностью населения свыше 500 тыс. жит.; кроме того, в ходе исследования производилась экспертиза частотности обращения того или иного кинотеатра к арthouse проектам, но не фиксировалось число сеансов каждого фильма. Было выявлено, что среди 370 кинопоказчиков крупных городов порядка 20 кинотеатров являются специализированным арт-площадками, еще около 30 кинотеатров имеют специальные арthouse кинозалы и в 170 кинотеатрах показ арт-фильмов носит случайный характер.



Рисунок 51. Классификация кинотеатров крупных городов (500+ тыс. жит.) по типу репертуара (май 2012 г.)

Цифровой кинопрокат

Главной тенденцией на рынке российского кинопроката остается переход на цифровые технологии. Почти 90 % фильмов российского проката выпускаются в цифровом или гибридном формате (на 15 % больше, чем год назад и почти в два раза больше, чем в 2010-м). При этом растет доля *исключительно цифровых релизов* – в первой половине 2012 г. 43 % фильмов было выпущено только в «цифре» (на 26 % больше чем в 2011-м).

В России происходит бурный рост числа цифровых релизов – в 2010–2011 гг. их число ежегодно возрастало почти в два раза. В 2011 г. число релизов производства США возросло в 1,6 раз по сравнению с 2010 г., производства Европы и России – в 2 раза, и других производителей – в 6 раз.

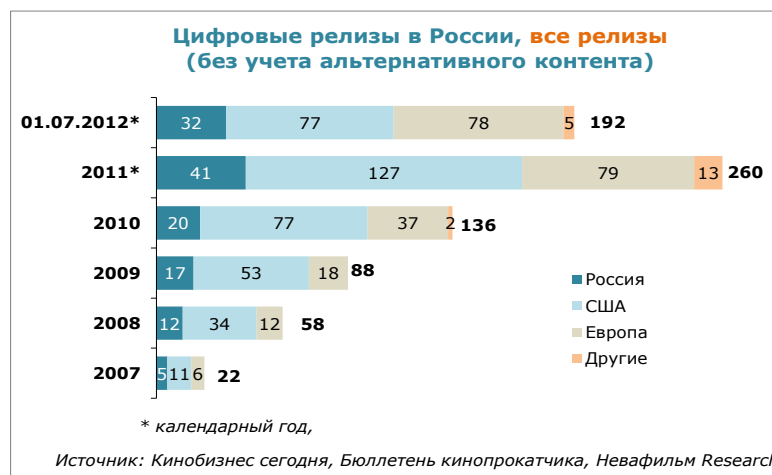


Рисунок 52. Цифровые релизы в России, все релизы (без учета альтернативного контента)



Рисунок 53. Цифровые релизы в России, новые релизы (без учета альтернативного контента)

Кроме того, рост числа цифровых релизов происходит за счет фильмов «ограниченного проката» – тиражом менее 200 экранов: в первой половине 2012 г. 90 % таких фильмов выходят в цифровом формате (74 % в 2011-м и 20 % в 2010-м), и 60 % из них – только в «цифре». Также впечатляет рост доли цифровых релизов, имеющих тираж менее 50 экранов, – с 4 % в 2010 г. до 78 % в первом полугодии 2012-го, при этом почти все они были только цифровыми. Всего в первой половине 2012 г. на экраны вышло 82 фильма только в цифровом формате (без учета альтернативного контента).

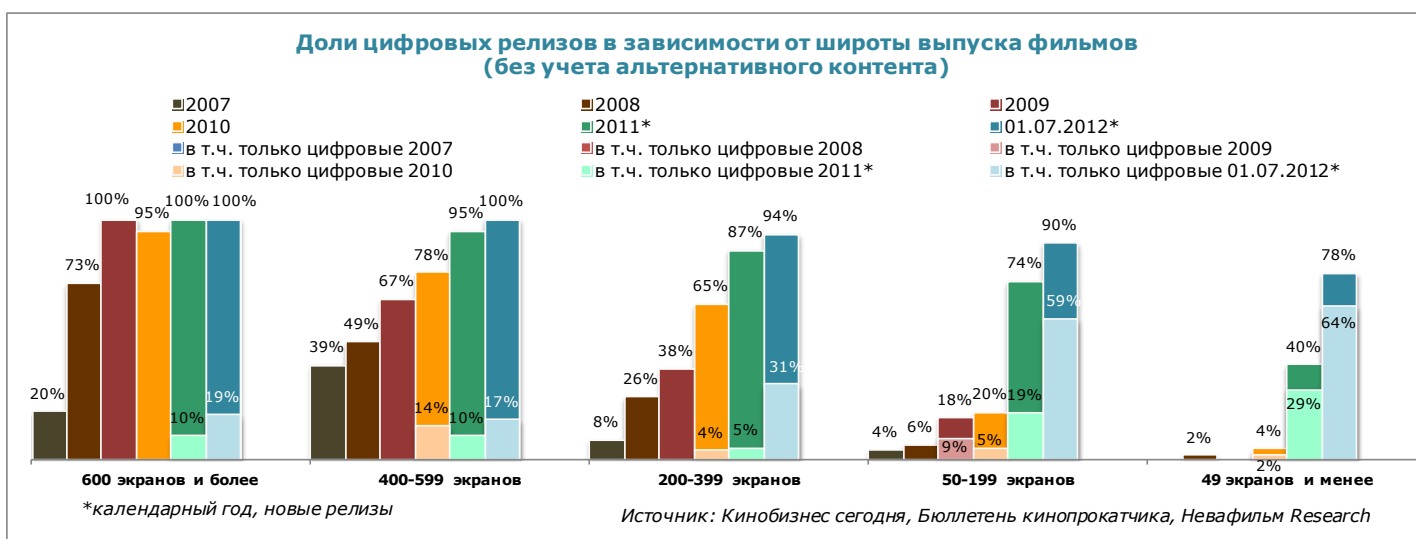


Рисунок 54. Доли цифровых релизов в зависимости от широты выпуска фильмов (без учета альтернативного контента)

В России активно идет прокат фильмов в формате 3D. Так, если в 2009 г. было выпущено 15 3D-фильмов, то в 2011-м – уже 66 (58 по новым релизам), и 37 – в первой половине 2012 г.

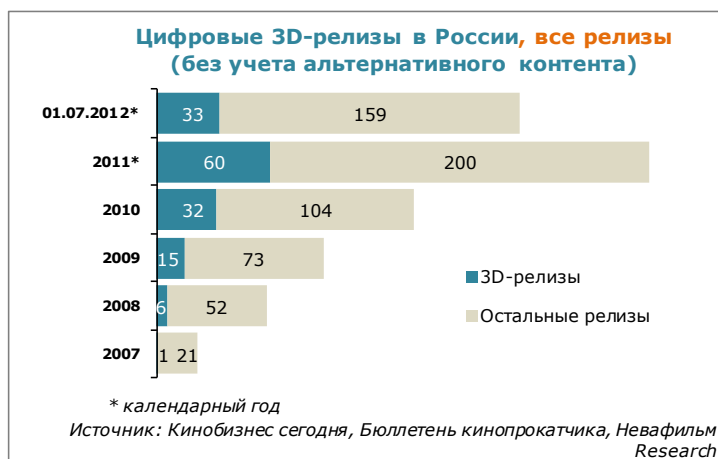


Рисунок 55. Цифровые 3D-релизы в России, все релизы (без учета альтернативного контента)

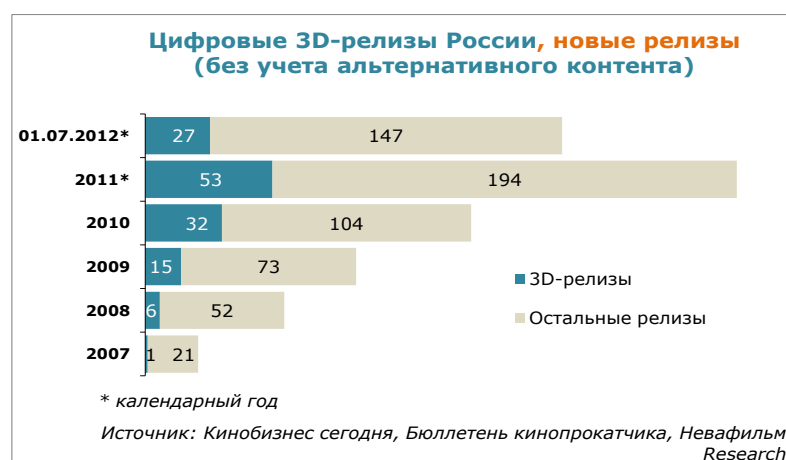


Рисунок 56. Цифровые 3D-релизы в России, новые релизы (без учета альтернативного контента)

Альтернативный контент

Активно развивается в России прокат альтернативного контента.⁸⁹ Число альтернативных релизов возросло с 10 в 2009 г. до 50 в 2011-м и до 24-х в первой половине 2012 г.



Рисунок 57. Число программ альтернативного контента в России (не считая спортивных трансляций)

⁸⁹ Под альтернативным (или креативным) понимается контент, прокатываемый в кинотеатрах и отличный от традиционного кинотеатрального репертуара (художественные и анимационные фильмы). Это опера, балет, концерты, образовательные проекты, спортивные мероприятия, документальные и научно-документальные фильмы, прямые трансляции в цифровом формате с разрешением не ниже 2К.

Данное направление деятельности развивает дистрибьюторское подразделение компании «Невафильм» – «Невафильм Emotion», общее число релизов которого по состоянию на 1 июля 2012 г. достигло 100. В качестве альтернативы кинотеатрам предлагаются для демонстрации на большом экране опера и балет (включая прямые трансляции) из ведущих оперных театров мира – «Teatro alla Scala», «Royal Opera House», «Sydney Opera House», «Paris Opera» плюс классические постановки в формате 3D – «Жизель 3D» и «Лукреция Борджиа 3D». Фильмы-концерты в формате 3D – «Властелин танца», «Питер Гэбриэл и New Blood Orchestra 3D», «Kylie 3D – Aphrodite Les Folies», «U2 3D», концерты «Led Zeppelin», «The Chemical Brothers», «Prodigy», «The Rolling Stones» и др. Научно-популярные фильмы «Пещера забытых снов 3D» и «Век глупцов». Организовано более 20 прямых трансляций.

С 2011 г. с альтернативным контентом для цифровых кинотеатров также работает арт-объединение «CoolConnections», прокатывающее в кинотеатрах оперные постановки «Metropolitan Opera», а также спектакли Национального лондонского театра (первым стал «Франкенштейн» осенью 2012 г.).

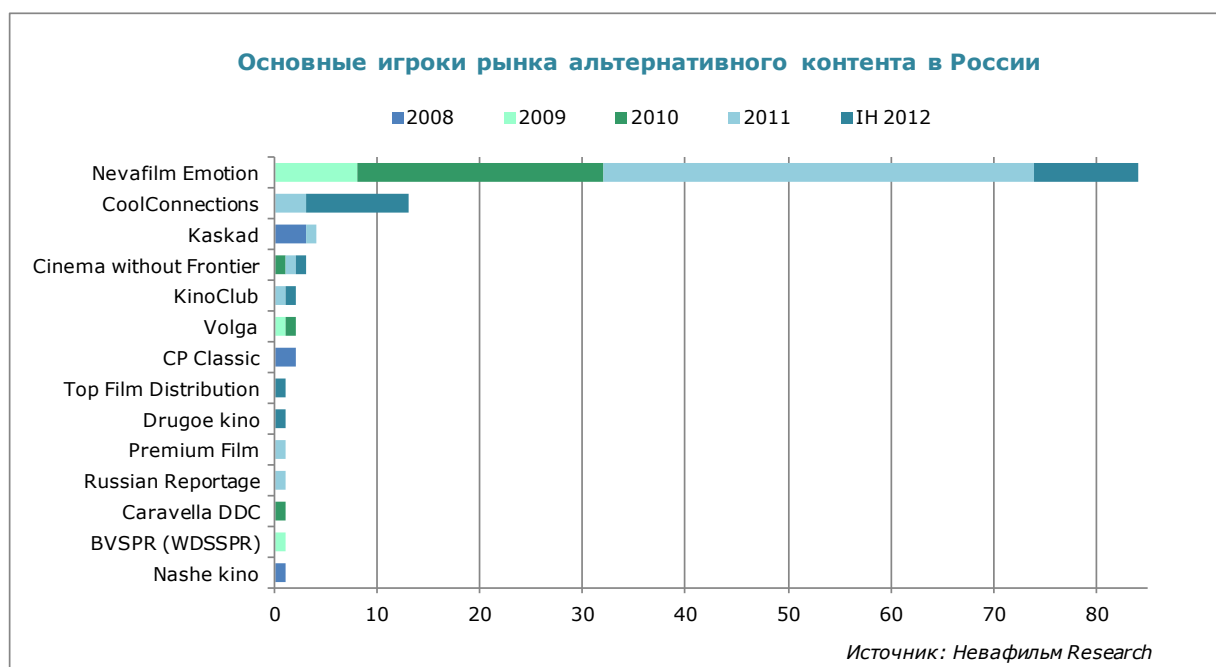


Рисунок 58. Основные игроки рынка альтернативного контента в России

Цифровая доставка контента в кинотеатры

На рынке цифрового кинопроката в России все чаще используются альтернативные способы доставки цифровых копий фильмов из кинолабораторий в кинотеатры без использования физических носителей – через Интернет и по спутнику.

Передачу фильмов через Интернет развивает компания «DCP24». По данным на конец августа 2012 г., к сети цифровой доставки фильмокопий «DCP24» подключен 251 кинотеатр на территории России и ближнего зарубежья. По системе цифровой доставки было передано более 60 фильмов (каждую неделю передаются 1–2 фильма, включая тестовые передачи). Требуемая от кинотеатра скорость подключения к Сети сегодня составляет 5 Мбит безлимитного канала. В этих условиях фильм закачивается в аппаратную кинотеатра за три дня. Основной партнер «DCP24» – компания «Централ Партнершип». Также имеется успешный опыт сотрудничества с компаниями «Каскад», «20 век Фокс СНГ», «Top Film Distribution», «Вольга»,

«WDSPR», «UPI», «Люксор», «Парадиз», «Кинопром», «Kazak film» и «Premium Film». По прогнозам, «DCP24» к концу 2012 г. лаборатория оснастит интернет-доставкой как минимум 50 % кинотеатров России.

Систему спутниковой доставки фильмов и альтернативного контента в цифровые кинотеатры России предлагает компания «СинеЛаб Дата Деливери». По данным компании на 1 июля 2012 г., через спутник в кинотеатры было доставлено 43 фильма (включая тестовые доставки). К системе спутниковой доставки «СинеЛаб Дата Деливери» подключено 347 кинотеатров, включая кинотеатры ведущих сетей. До конца 2012 г. запланирована установка системы в 500 кинотеатрах страны. На сегодняшний день передача кинофильма занимает от 12 до 24 часов (в зависимости от объема DCP). За неделю передаются 2–3 фильма. В ближайших планах расширение спутникового канала в два раза, что позволит передавать до 5 картин в неделю. Впоследствии время передачи картины планируется сократить до 8 часов.

Всего, по оценкам Невафильм Research, через системы невещественной доставки передается в среднем не более 10 % цифровых «копий» фильма, что может составить к сентябрю 2012 г. порядка 2,5 тысяч сэкономленных хард-дисков. При этом на долю первого полугодия 2012-го приходится порядка 1,2 тысяч таких передач обоими способами, что составляет порядка 1,9 % от общего числа копий в российском прокате.

3.4.3 Основные игроки

Все действующие на российском рынке кинопроката дистрибьюторы могут быть разделены на группы, в зависимости от характера контента, с которым они работают:

- иностранные компании – прямые представительства голливудских студий-мейджоров на российском рынке («Universal Pictures International», «Walt Disney Sony Pictures Releasing», «20 век Фокс-СНГ»);

- российские компании – официальные представители голливудских мейджоров («Каро Премьер», «Централ Партнершип»);

- независимые компании-дистрибьюторы, работающие на рынке преимущественно с фильмами для широкой аудитории (мейнстрим): «Парадиз», «West», «Люксор», «Top Film Distribution», «Каскад», «Вольга», «Наше кино», «Каропрокат», «P And I Films»;

- независимые кинопрокатчики, работающие с узким целевым контентом («Caravella DDC/Другое кино», «P And I Films», «Premium Film», «Панорама»), артхаусом («Кино без границ», «Русский репортаж», «Синема Престиж», «Ruscico») и альтернативным контентом («Невафильм Emotion», «CoolConnections»);

- кинопроизводители (некоторые отечественные продюсеры, самостоятельно представляющие и прокатывающие свои фильмы на рынке, – часто они специально создают новую прокатную компанию для одной кинокартины);

- региональные киноvideопрокатные организации (КВО) – сохранившиеся со времен СССР местные органы управления кинематографии, утратившие большинство своих функций и являющиеся в настоящее время хранителями фильмофондов и обеспечивающие их прокат в региональной сети, преимущественно в несовременных кинотеатрах, в сельских клубах и домах культуры, кинопередвижках и киноустановках.

Всего, по состоянию на середину 2012 г., на российском рынке кинодистрибуции действует порядка 30 кинопрокатчиков (без учета КВО и компаний, созданных ради проката одного единственного кинофильма). При этом большинство (18) компаний, представленных на рынке, являются

независимыми дистрибьюторами, четыре – работают с артхаусными фильмами, пять – представляют голливудских мейджоров (хотя этими фильмами их программа, как правило, не ограничивается), и две компании работают только с цифровым альтернативным контентом.



Рисунок 59. Российские кинопрокатчики по типам компаний и специализации контента, 01.07.2012

По странам производства фильмов прокатчики могут быть разделены следующим образом: 9 прокатных компаний работают только с зарубежными фильмами; 11 – с зарубежными и с российскими картинами; 7 (включая прокатчиков одного фильма) – только с российским контентом; 1 компания – исключительно с голливудскими фильмами, еще 4 совмещают в своем пакете голливудские картины с крупными российскими лентами.



Рисунок 60. Российские кинопрокатчики по странам производства прокатываемых фильмов 01.07.2012

Состав компаний, работающих в сфере российского кинопроката, постоянно меняется. Прямой выход на российский рынок голливудских студий приводит к изменению статуса, направления работы, а иногда даже к

закрытию компаний, которые раньше представляли их интересы. В 2004 г. старейший игрок российского кинорынка – компания «Ист-Вест», открытая еще в 1989 г. и прокатывавшая фильмы практически всех мейджоров в России, потеряла своих голливудских партнеров после открытия российского офиса UIP, а руководство, получив предложение от мейджора, приняло решение перевести своих сотрудников в новую компанию, свернув деятельность «Ист-Веста». В 2006 г. в России появилось представительство студии «20-й век Фокс», также получившее сотрудников своего бывшего партнера – компании «Гемини», к 2008 г. прекратившей свою работу. Компания «Каскад», с 1998-го по 2006 г. прокатывавшая фильмы студий «Columbia» и «Disney», лишилась голливудского контента после открытия российского офиса «Buena Vista Sony Pictures Releasing» (сейчас «Walt Disney Sony Pictures Releasing») и была вынуждена искать новые методы работы, используя в том числе свой многолетний опыт работы с картинами IMAX, и предлагать на российском рынке стереофильмы для цифровых 3D-залов.

Заинтересованность отечественных продюсеров в улучшении результатов проката своих фильмов заставляет их создавать собственные кинопрокатные подразделения (поскольку многие кинопроизводители уверены, что нанимаемые дистрибьюторы уделяют их продукции меньше внимания, чем зарубежным фильмам, а это отрицательно влияет на сборы). Так, летом 2009 г. трое опытейших российских кинопроизводителей – СТВ, «Красная стрела» и «Профит» – объединились под брендом дистрибьюторской компании «Наше кино», до этого долгие годы занимавшейся прокатом картин СТВ. С осени 2009-го среди прокатчиков появилась компания российских продюсеров Федора Бондарчука и Дмитрия Рудовского – «Art Pictures Media», имевшая полный пакет прав как на российские фильмы «Art Pictures Studio», так и на картины независимых зарубежных производителей; однако в 2012 году компания решила сосредоточиться на кинопроизводстве, оставив сферу кинопроката. Кроме того, в 2009 г. попробовал свои силы в сфере кинодистрибуции и продюсерский центр «Леополис», также прокатывавший не только фильмы собственного производства, но и пакет картин, закупленных на международных кинорынках. В рамках компании было создано специализированное артхаусное подразделение «ЛеопАрт», однако в мае 2010-го по решению собственника дистрибьюторская деятельность была свернута, в июне было объявлено о продаже библиотеки прав российскому представительству UIP, тогда как артхаусное подразделение выделилось в самостоятельную дистрибьюторскую структуру.

Постоянно меняется и состав независимых участников рынка, особенно в сфере артхаусного проката. Отдельные игроки рынка вынуждены уходить с него: в 2009-м прекратили кинопрокатную деятельность компании «Пирамида» и «Лизард». Недавние кризисные процессы затронули и важного игрока видеорынка – компанию «Настроение»: с 2007 г. эта сеть мультимедийных магазинов владела также половиной одного из крупнейших российских дистрибьюторов артхауса – «Кино без границ», а с середины 2008-го в рамках компании была запущена марка «Настроение кино», под которой в кинотеатрах стали выходить фильмы для широкой аудитории. Но в марте 2010-го 51 % акций «Кино без границ» был продан медиакорпорации Александра Роднянского «AR Films».

Несмотря на мировой экономический кризис, в российском кинопрокате появляются и новые независимые дистрибьюторские компании; в 2009 г. такими прокатчиками стали: «Вольга» (представитель американской дистрибьюторской компании «Film Depot Inc.»), «P And I

Films»; начал свою деятельность по работе с альтернативным контентом для цифровых кинозалов и «Невафильм Emotion».

В мае 2010-го на российском рынке кинопроката появилась компания «Caravella DDC», основной специализацией которой были объявлены трехмерные цифровые релизы (в том числе документальные). Однако в настоящее время «Caravella DDC», входящая в группу компаний «Кармен», специализируется на прокате жанрового кино для широкой аудитории. Туда же входит компания «Другое кино» (арт-проекты).

С 2010 г. с кинотеатральным прокатом начала работать компания «Синема Престиж» – один из лидеров по выпуску классического, артхаусного и независимого кино на DVD-рынке России.

В 2011 г. на кинопрокатный рынок вышла компания «Кинопром дистрибьюция», специализирующаяся на прокате фильмов зарубежного производства. Компания «Bazelevs», основной деятельностью которой является кинопроизводство, сегодня входит в десятку ведущих дистрибьюторов благодаря прокату фильмов собственного производства с 2011 г. На рынке также появилась компания «CoolConnections», развивающая прокат альтернативного контента.

В 2012 г. заявили о себе такие компании, как «Organic Films» и «Kazak Films», работающие с российскими картинами, и «AKM-Movie» (зарубежные фильмы).

Таблица 33. Крупнейшие кинодистрибьюторы в России – рейтинг на 1 июля 2012 г.*

Рейтинг на 01.07.2012	Дистрибьютор	Кассовые сбор (млн руб.) и доля рынка						Число релизов и доля рынка					
		2007	2008	2009	2010	2011**	01.07.2012**	2007	2008	2009	2010	2011**	01.07.2012**
1	WDSSPR/ BVSPR/ Walt Disney Russia	2 149,6	3 008,7	6 441,5	6 200,9	9 138,7	5 506,1	14,0	21,0	32,0	25	30	18
		14,3%	14,4%	27,5%	19,4%	24,6%	26,2%	3,9%	5,9%	9,8%	6,8%	7,4%	7,3%
2	Централ Партнершип/ CP Classic	2 215,0	1 600,2	3 828,3	8 428,6	8 947,3	3 644,5	47,0	37,0	42,0	39	38	20
		14,7%	7,7%	16,3%	26,4%	24,1%	17,3%	13,2%	10,5%	12,9%	10,6%	9,4%	8,1%
3	Каро Премьер/ Каропрокат	2527,5	3239,4	4383,3	4768,6	4271,9	3485,7	31,0	31,0	31,0	26	24	17
		16,8%	15,5%	18,7%	14,9%	11,5%	16,6%	9,6%	8,8%	9,5%	7,1%	5,9%	6,9%
4	20 век Фокс/ Гемини	2 047,4	3 842,4	3 481,0	5 092,8	3 417,2	2 630,3	34,0	20,0	14,0	19	18	14
		13,6%	18,4%	14,8%	15,9%	9,2%	12,5%	9,6%	5,6%	4,3%	5,2%	4,5%	5,7%
5	UPI/ UIP (2004- 2006)	2 425,4	5 058,3	1 772,1	1 984,2	2 704,0	2 463,0	21,0	21,0	19,0	14	18	14
		16,1%	24,2%	7,6%	6,2%	7,3%	11,7%	5,9%	5,9%	5,8%	3,8%	4,5%	5,7%
6	Парадиз	1 002,9	943,1	828,8	1 108,7	2 192,0	714,4	37,0	29,0	28,0	24	25	14
		6,7%	4,5%	3,5%	3,5%	5,9%	3,4%	10,4%	8,2%	8,6%	6,5%	6,2%	5,7%
7	Наше кино	533,7	578,9	328,3	212,7	1 788,7	693,9	9,0	14,0	9,0	12	13	4
		3,6%	2,8%	1,4%	0,7%	4,8%	3,3%	2,5%	4,0%	2,8%	3,3%	3,2%	1,6%
8	Волга	-	-	298,4	321,6	264,9	604,8	-	-	10,0	14	12	9
		-	-	1,3%	1,0%	0,7%	2,9%	-	-	3,1%	3,8%	3,0%	3,7%
9	Bazelevs	-	-	-	-	889,9	322,0	-	-	-	-	2	2
		-	-	-	-	2,4%	1,5%	-	-	-	-	0,5%	0,8%
10	Top Film Distribution	37,8	519,7	372,6	223,8	715,7	189,2	7,0	21,0	15,0	12	26	14
		0,3%	2,5%	1,6%	0,7%	1,9%	0,9%	2,0%	5,9%	4,6%	3,3%	6,4%	5,7%
11	Каскад	491,6	527,9	180,4	719,2	415,9	177,5	16,0	23,0	10,0	14	13	6
		3,3%	2,5%	0,8%	2,3%	1,1%	0,8%	4,5%	6,5%	3,1%	3,8%	3,2%	2,4%
12	WEST	650,1	602,2	867,4	1462,9	1418,4	173,8	22,0	18,0	11,0	13	11	6
		4,3%	2,9%	3,7%	4,6%	3,8%	0,8%	6,2%	5,1%	3,4%	3,5%	2,7%	2,4%
13	Люксор	211,6	366,7	252,8	590,1	516,5	116,5	12,0	13,0	10,0	15	16	7
		1,4%	1,8%	1,1%	1,8%	1,4%	0,6%	3,4%	3,7%	3,1%	4,1%	4,0%	2,8%
14	Caravella DDC/ Кармен	-	-	-	11,2	125,7	89,9	-	-	-	7	24	9
		-	-	-	0,0%	0,3%	0,4%	-	-	-	1,9%	5,9%	3,7%
15	Premium Film	2,9	104,9	55,5	68,9	56,7	65,5	3,0	12,0	11,0	15	10	11
		0,0%	0,5%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,8%	3,4%	3,4%	4,1%	2,5%	4,5%
16	Кино без границ/ AR Films/ Настроение кино	19,8	37,6	49,5	49,1	32,5	54,9	22,0	31,0	23,0	22	19	15
		0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%	6,2%	8,8%	7,1%	6,0%	4,7%	6,1%
17	Синема Престиж	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9					1,0	7,0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	2,8%
18	Organic Films	0,0	0,0	0,0	0,0		0,7						1,0

Рейтинг на 01.07.2012	Дистрибьютор	Кассовые сбор (млн руб.) и доля рынка						Число релизов и доля рынка					
		2007	2008	2009	2010	2011**	01.07.2012**	2007	2008	2009	2010	2011**	01.07.2012**
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
19	Мастерская Павла Лунгина	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,4	-	-	-	-	-	1,0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%						0,4%
20	Kazak Film	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,3	-	-	-	-	-	1,0
		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%		0,0%						0,4%
Всего по России		15 018,6	20 890,7	23 450,1	31 936,0	37 082,9	21 024,1	355,0	354,0	326,0	367	404	246

*Данные по числу релизов и кассовым сборам в случае совместного проката фильма несколькими дистрибьюторами отнесены ко всем компаниям в полном объеме, поскольку нет данных о доле участия каждой из них.

**Календарный год, все релизы.

Источник: «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», Невафильм Research

3.5 Рынок домашнего видео

3.5.1 Структура отрасли

История становления

Основной чертой развития российского рынка домашнего видео является постоянная борьба между лицензионной и пиратской видеопродукцией, корни этой борьбы уходят еще в советское прошлое. Можно выделить следующие этапы развития видеорынка в стране:

- **1990–1992 гг. – От видеосалонов к домашнему просмотру.** После распада СССР на территории Российской Федерации распространение видеомагнитофонов в домохозяйствах было развито слабо (дорогостоящая техника была малодоступна широкому кругу потребителей, а видеокассеты с зарубежной кинопродукцией тиражировались в домашних условиях так называемыми «выездными» советскими гражданами, которые привозили их из-за границы, и в основном распространялись среди привилегированной верхушки, часто из числа номенклатуры, – это был элемент свободы, позволявший заглянуть за «железный занавес»; борьба с незаконным изготовлением видеокассет с фильмами велась в то время путем привлечения к ответственности не за незаконное использование произведения, а за изготовление и хранение произведений антисоветской направленности или «порнографии», под которой подразумевался весьма широкий спектр вполне невинных сцен). Тем не менее основы для развития лицензионного рынка в стране существовали: в 1986 г. в рамках Госкино СССР создается предприятие для промышленного тиражирования и распространения фильмов на видеокассетах — ВПТО «Видеофильм». В то же время с началом перестройки в СССР начали развиваться различные формы предпринимательства в сфере видеопоза – появились частные и государственные (действовавшие под управлением региональных киноvideопрокатных организаций) просмотрные залы, оборудованные видеомагнитофонами и телевизорами и предлагавшие к просмотру фильмы из видеотеки (вопрос лицензионности видеопродукции, однако, для таких предприятий был неактуален, поскольку присоединения к Бернской конвенции еще не произошло, закон об авторском праве и смежных правах не был принят, а производство, распространение и демонстрация фильмов стали абсолютно свободными и не регулировались никакими законами). Но в период первых лет существования Российской Федерации число видеомагнитофонов быстро росло, а популярность видеозалов падала.⁹⁰
- **1993–1995 гг. – Расцвет и упадок пиратского видеопроката.** Распространение домашней видеотехники привело к трансформации большинства видеозалов и видеосалонов в пункты видеопроката. Потребителям предлагается все больше пиратской видеопродукции; широкое распространение получают записи двух фильмов на одной кассете. В то же время на российский рынок выходят голливудские мейджоры: в 1994 г. представителем студии «Warner Bros.» становится компания «Варус Видео». Рост доходов населения и снижение стоимости видеокассет создают условия для перехода к розничной торговле кассетами с фильмами и к закрытию точек видеопроката.⁹¹

⁹⁰ По материалам статьи «К истории видеодола в России» – <http://www.close-up.ru/articles/detail.php?AID=7252>

⁹¹ По материалам статьи «К истории видеодола в России» – <http://www.close-up.ru/articles/detail.php?AID=7252>

- **1996–1997 гг. – Стремительный рост розничного рынка видеокассет.** Бурно развивается лицензионный рынок. К концу 1996 г. в стране действовало более 40 дистрибьюторских компаний, рост числа лицензионных наименований на видеорынке за год достиг 500 %, ⁹² при этом широкое распространение получает уникальная практика продажи лицензии, суть которой заключается в возможности приобретения любым юридическим или физическим лицом у компании, обладающей видеоправами, комплект полиграфического оформления (картонный бокс-футляр и фронтальная наклейка с названием фильма) с мастер-кассетой формата S-VHS, или Betacam, или даже обычной VHS для тиражирования. Эта практика серьезно усложнила возможность борьбы с видеопиратством в России, поскольку породила возникновение целой сети «серых» заводов, дистрибьюторов и продавцов видеопродукции, прикрывавших небольшим количеством «лицензированных» кассет огромные обороты «пираток». Введение с 1 января 1997 г. уголовной ответственности за нарушение авторских прав вызвало волну повышения производства лицензионной продукции. Однако избыток предложения, вызванный распространением «сублицензий», даже при обилии рекламы не позволял видеодистрибьюторам вернуть средства, вложенные в покупку прав. Это породило очередной виток видеопиратства, но уже с новыми особенностями: получил широкое распространение выпуск видеокассет, имитирующих лицензионную продукцию. ⁹³
- **1998–2001 гг. – Разорение мелких участников видеорынка в связи с финансовым кризисом.** Дефолт 1998 г. нанес серьезный удар по развитию лицензионного видео, сократив в пять раз число фирм, работающих на рынке дистрибуции видеокассет (основной причиной стала резкая недоступность для граждан лицензионных кассет, изготовленных с использованием импортных комплектующих, поскольку курс доллара поднялся с 6,2 руб. за доллар в августе 1998-го до 20,7 руб. в декабре того же года). Видеорынок захлестнула волна взаимных неплатежей, приведшая к банкротству множества видеодистрибьюторов. В результате число наименований, вышедших в 1999 г., сократилось по сравнению с предыдущим годом почти в три раза. Между тем начинает меняться структура носителей: с 1998 г. активно выходят на рынок Video-CD ⁹⁴, а в 1999-м на российском видеорынке выпускается первый легально оцифрованный фильм в формате DVD («Крепкий орешек 3: Возмездие» ⁹⁵). При этом DVD-диски по стоимости сильно превосходят видеокассеты – более 870 руб. за диск по сравнению с 220 руб. за лицензионную видеокассету. ⁹⁶ По данным Росстата, среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по итогам 1998 г. составила в России 1 051,5 руб., что свидетельствует о недоступности для большинства населения лицензионных видеокассет и дисков. Вследствие этого в стране возродилась сеть видеопроката ⁹⁷, просуществовавшая до 2005 г.

⁹² Статья «Википедии» «Фильмы российских дистрибьюторов» –

http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC%D1%8B_%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%85_%D0%B4%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2

⁹³ По материалам статьи «К истории видеодела в России».

⁹⁴ Статья «Википедии» «Фильмы российских дистрибьюторов».

⁹⁵ Интервью с Андреем Посадским, президентом «Ассоциации ДиВиДи издателей». Электронный выпуск журнала «Кинотехника», № 26, 2010 г.

⁹⁶ Назаров Виктор. Приключения электроники // Деньги, №47 (351). 28 ноября 2001 г.

⁹⁷ Назаров Виктор. Приключения электроники // Деньги, № 47 (351). 28 ноября 2001 г.

Постепенно, с восстановлением экономики и ростом благосостояния населения происходило и увеличение объемов лицензионных видеопродаж.

- **2002–2003 гг. – Бурный рост рынка пиратских DVD с несколькими фильмами на одном диске.** Очередной удар по лицензионному видеорынку в России был нанесен бурным ростом числа продаваемых пиратских DVD: лицензионные диски оставались импортными, так как в стране не существовало официальных заводов. В то же время нелегальные диски изготавливались очень широко – сначала кустарным способом, а затем массовые производства были налажены на военных предприятиях страны, куда был закрыт доступ правоохранительным органам (такие конвейерные линии имеются в России до сих пор – то и дело в прессе появляется информация об их закрытии в том или ином городе, однако об их полном искоренении речь не идет). На нелегальных DVD в России издавалось, как правило, сразу несколько фильмов (от двух до десяти), что составило серьезную конкуренцию не только лицензионным DVD и видеокассетам, но и кассетам пиратским, быстро вытесненным с рынка.
- **2004–2006 гг. – Постепенное развитие рынка легальных DVD благодаря снижению цен американскими киностудиями и сокращению «окна».** Появление российских заводов, занимающихся изготовлением лицензионных DVD (первым стал «Ди Ви Ди Клуб», 2004 г.), повлекло за собой снижение оптовых и розничных цен на лицензионные диски: если в начале 2004 г. такой диск можно было купить в розницу за 600 руб., то в 2005-м – уже за 300–400 руб. (стоимость пиратских дисков составляла около 250 руб.)⁹⁸. Одновременно происходит удешевление стоимости DVD-плееров. Формат DVD вытесняет с рынка кассеты VHS: если в 2004 г. соотношение форматов на лицензионном рынке составляло 70 к 30 % в пользу видеокассет, то в 2005-м – уже 22 против 78 % в пользу дисков, а в 2006-м доля VHS стала ничтожной.⁹⁹ Важное значение также имеют принимаемые в этот период антипиратские меры. Осенью 2005 г. голливудские мейджоры «Warner Home Video» и «Universal Pictures International» объявляют о готовности выпуска на российский рынок специальных DVD-изданий по оптовым ценам. В 2006 г. в России открывается прямое представительство студии «20 век Фокс», которая поддерживает инициативу других студий («Universal» и «Sony Pictures»), и рекомендованная розничная цена DVD снижается с 299 до 199 руб. (появляются даже библиотечные издания по 99 руб. за диск – например, «Гарфилд» от компании «20 век Фокс СНГ» – при стоимости пиратских изданий в 100 руб.). Одновременно отечественные представители указанных студий сокращают «окно» выпуска на видео новинок кинопроката (специальные российские издания фильмов выходят уже через 4 недели после премьеры в кинотеатрах).¹⁰⁰ В результате в 2005–2006 гг. в России резко увеличивается объем продаж лицензионных DVD, поскольку благодаря принятым мерам диски стали доступнее и это позволило расширить розничную сеть продаж¹⁰¹ (вырос интерес к такой продукции со

⁹⁸ По данным Невафильм Research.

⁹⁹ По данным издания «Видеомагазин».

¹⁰⁰ <http://www.tvcenter.ru/all-tv/V-2006-q-prodazhi-licenziionnyh-DVD-v-Rossii-vyrosli-vdvoe-do-42-mln-diskov/>

¹⁰¹ Там же.

стороны неспециализированных гипермаркетов, увеличивших площади под видеопродукцию, – «Ашан», «Метро», «Реал», «Лента», «О'кей», а также дискаунтеров «Пятерочка», «Копейка» и проч.). Именно последнее обстоятельство и стало решающим в росте объемов продаж лицензионного видео в России к 2007 г.;

- **2007–2008 гг. – Выпуск фильмов на Blu-Ray. Широкополосный доступ в Интернет открывает новые возможности для пиратства.** Продолжается рост продаж легальных DVD, поскольку происходит постепенное вытеснение пиратских изданий с рынка за счет быстрого выпуска лицензии после премьер в кинотеатрах, снижения цен и усиления мер по борьбе с видеопиратством со стороны правоохранительных органов. В 2007 г. появляются первые российские издания Blu-Ray (первопроходцем стала компания «Видеосервис», выпустившая в апреле 2007-го фильм студии «Sony Pictures» «Казино "Рояль"»). В 2008 г. также появляется первый российский производитель Blu-Ray дисков: российская компания «Лазер-Видео Мультимедиа» открывает на своем заводе линию по выпуску Blu-Ray. За год компания выпустила 15 релизов, причем не только коммерчески успешные киноновинки, но и сериальную продукцию, не побывавшую в прокате. Однако при этом распространение широкополосного Интернета ведет к бурному росту интернет-пиратства, ударившего как по лицензионным, так и по пиратским физическим видеоносителям, особенно в Москве и Санкт-Петербурге;
- **2009–2010 гг. – Падение продаж и дальнейшее снижение стоимости DVD и Blu-Ray в связи с финансовым кризисом.** Под влиянием мирового экономического кризиса в России наблюдается падение продаж на видеорынке, вызванное как общим снижением покупательской способности граждан, так и возвратом к продажам пиратских DVD в крупных специализированных сетях, а также дальнейшим распространением широкополосного Интернета. На фоне снижения спроса происходит некоторое удорожание новинок видеорынка (средняя розничная цена лицензионных DVD поднялась с 300 руб. в 2008 г. до 400 руб. в 2009-м¹⁰²) и снижение стоимости изданий каталога (в мае 2009-го о масштабном удешевлении библиотечных фильмов объявила компания «Universal Pictures Russia»¹⁰³). При этом Blu-Ray диски мейджоры предлагали в среднем за 800 руб., хотя и здесь наметились перемены: «20 век Фокс СНГ» предложила в июне 2009-го релизы из своей библиотеки за 450 руб., вызвав бурную реакцию со стороны остальных игроков рынка Blu-Ray. Осенью 2009 г. большинство крупных компаний начало снижение закупочных цен и проведение акций для розничных покупателей. Самые низкие цены были установлены дистрибьюторами «CP Digital» и «Флагман Трейд» (312–350 руб. за Blu-Ray диск). До уровня 500–600 руб. за диск снизили цены «West Video», «Lizard Cinema Trade» и «Парадиз Видео». Среди российских представителей мейджоров также наметилась тенденция к удешевлению нового формата, и вслед за «20 век Фокс СНГ» цены снизил концерн «Видеосервис» (выпускает в России фильмы «Sony Pictures») – до 1000 руб. за диск. Однако «Universal Pictures Russia» и «Уолт Дисней Компании СНГ» оставили цены на прежнем уровне (1200–1400 руб.)¹⁰⁴. Между тем к 2009 г. в

¹⁰² По данным Невафильм Research.

¹⁰³ <http://www.uprpress.ru/>

¹⁰⁴ По данным «Бюллетеня Videорынка».

России действовали уже два завода, тиражирующих Blu-Ray диски, – «Ди Ви Ди Клуб» и «Лазер-Видео Мультимедиа», причем второй также производил мастеринг дисков нового формата.

- **2011-й – первое полугодие 2012-го: сокращение рынка кинофильмов на физических носителях (DVD и Blu-Ray).** В 2011 г. российский видеорынок начал приходить в упадок: закрылось большинство заводов, производящих носители (по данным на начало 2012-го, в России осталось всего три действующих завода), с рынка начали уходить дистрибьюторы. Так, летом 2011-го о сворачивании своей деятельности заявила компания «Universal Pictures Rus»; также в течение двух последних лет прекратили свою деятельность некоторые независимые видеодистрибьюторы. Начали закрываться фирменные точки розничных продаж. Например, в середине 2011-го концерн «Союз» свернул развитие одноименной сети мультимедийных магазинов. В планах компании – закрытие почти всех магазинов из 50, действовавших по состоянию на 2010 г., кроме гипермаркета в Москве.¹⁰⁵ Постепенно были закрыты розничные точки продаж, принадлежавшие другим видеодистрибьюторам («Первая видеокомпания», «Ленфильм-видео» и т. д.). При этом цены на видеопродукцию продолжают расти. По данным мониторинга цен Невафильм Research на сайте Ozon.ru, за шесть месяцев 2012 г. средняя цена предложения всех фильмов в формате DVD в России составила 175 руб., BD – 594 руб. При этом российские фильмы на DVD стоят немного дороже зарубежных (183 руб. против 173), а вот в формате Blu-Ray – дешевле (555 руб. против 601 руб.). По самой высокой цене, достигавшей 1979 руб., предлагаются Blu-ray диски в формате 3D. Таким образом, главным катализатором роста цен на российском видеорынке остается популяризация формата Blu-ray.

Число DVD- и BD-плееров в домохозяйствах

Число домохозяйств, оснащенных DVD-плеерами в России начало резко расти после 2004 г., однако уже в 2007-м рост замедлился ввиду постепенного насыщения рынка, когда, по данным исследователей «IHS Screen Digest», более половины домашних хозяйств, оснащенных телевизорами, были оборудованы и DVD-плеерами. На динамику распространения DVD-проигрывателей оказало влияние снижение их стоимости, которое сделало плееры доступными для массового потребителя и в свою очередь повлекло снижение стоимости лицензионных дисков. По подсчетам «IHS Screen Digest», в России растет число устройств, способных читать Blu-Ray диски, при этом количество домохозяйств с DVD-плеерами пока также не уменьшается. И если в 2007–2008 гг. формат Blu-Ray был представлен преимущественно игровыми приставками, то с 2009-го популярнее стали специальные Blu-Ray-плееры. В результате общая емкость рынка домашнего видео на носителях составляет в России по итогам 2011 г. порядка 37,2 млн семей.

¹⁰⁵ Поставщики разваливают «Союз» // Коммерсантъ, № 160 (4701), 30 августа 2011 г.



Рисунок 61. Число видеоплееров в российских домохозяйствах, млн шт.

Распространение DVD-плееров в домохозяйствах с телевизорами составляет по итогам 2011 г. свыше 70 %, а BD-плееров – менее 4 %, тогда как проникновение устройств для чтения Blu-Ray дисков в домохозяйствах с телевизорами высокой четкости уже гораздо выше – почти 12 %. Таким образом, потребители, привыкшие к высокому качеству изображения и звука, в большей степени склонны к потреблению видео в формате Blu-Ray.

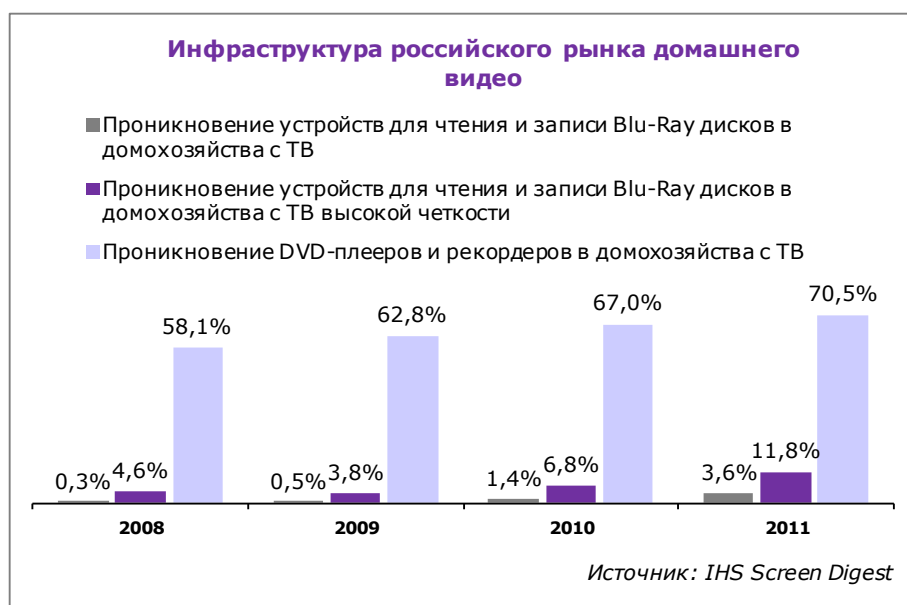


Рисунок 62. Инфраструктура российского рынка домашнего видео

В то же время помимо DVD- и BD-плееров, подключаемых к телевизорам, существуют еще и портативные специализированные устройства, компьютерные приводы, что на практике существенно расширяет число домохозяйств, имеющих возможность смотреть диски, однако подробного анализа объемов этого рынка в России не производилось.

Структура рынка по числу релизов

Анализ списков видеорелизов журналов «Видеомагазин» и «Бюллетень видеорынка»¹⁰⁶ показывает, что в 2011-м число выпущенных DVD-изданий сократилось на 19 % (после увеличения на 37 % годом ранее). С 2007 г. в России выходят также релизы в формате Blu-Ray: первым диском стал фильм «Казино "Рояль"» студии «Sony Pictures», выпущенный в апреле 2007-го компанией «Видеосервис». Число релизов такого формата постепенно увеличивается. Так, по итогам 2011 г. количество релизов в формате Blu-ray возросло по сравнению с уровнем 2010-го на 34 %. При этом доля Blu-ray 3D составляет уже 6 % (27 релизов) от общего числа BD-изданий.

В первом полугодии 2012-го, по данным электронной рассылки от журнала «Бюллетень кинопрокатчика»¹⁰⁷, было выпущено 1202 DVD-издания и 356 релизов в формате Blu-ray. Эти цифры вполне сопоставимы с показателями первого полугодия 2011-го и выше данных предыдущих (кризисных) лет. Таким образом, несмотря на снижение продаж, рынок домашнего видео в России пока остается «на плаву».



Рисунок 63. Количество лицензионных DVD и Blu-Ray релизов в России

Анализ данных о релизах российских видеодистрибьюторов в 2008-м – первом полугодии 2012-го позволяет сделать вывод о том, что на отечественном рынке лицензионных DVD-продаж преобладают релизы каталогов, тогда как на рынке Blu-Ray – новинки кинопроката. Следует отметить, что к новинкам кинопроката относятся полнометражные фильмы и анимация, производство которых было завершено в текущем и предыдущем году (в том числе и не вышедшие на российские киноэкраны – так называемые потенциальные прокатные картины); к релизам каталога относятся все остальные издания года. При этом если в 2008–2010 гг. доля

¹⁰⁶ Традиционно списки видеорелизов на российском рынке публиковало издание «Видеомагазин». Весной 2008 г. компания «Метрополитен Э.Р.А.» начала отслеживать данные по видеорелизам в своем электронном издании «Бюллетень видеорынка». Сравнительный анализ этих двух источников показал, что списки релизов имеют некоторые расхождения как по количеству наименований, так и по перечню входящих в них компаний-издателей, поскольку данные в них публикуются исходя из информации, предоставляемой самими видеодистрибьюторами. Невафильм Research оценивает расхождение между списками релизов изданий «Видеомагазин» и «Бюллетень видеорынка» в 30 %. Этот коэффициент был использован для корректировки данных о количестве видеорелизов на российском рынке в 2009 г.

¹⁰⁷ В конце 2011-го – начале 2012 г. оба отраслевых издания («Видеомагазин» и «Бюллетень видеорынка») прекратили свое существование. С середины 2012-го составлением списка видеорелизов на российском рынке занимается Невафильм Research совместно с «Бюллетенем кинопрокатчика».

новинок кинопроката, выходящих на DVD, составляла около 30 %, то в последнее время она несколько снизилась и по итогам первой половины 2012-го составляет 26 %.



Рисунок 64. Структура лицензионного российского DVD-рынка по новизне релизов

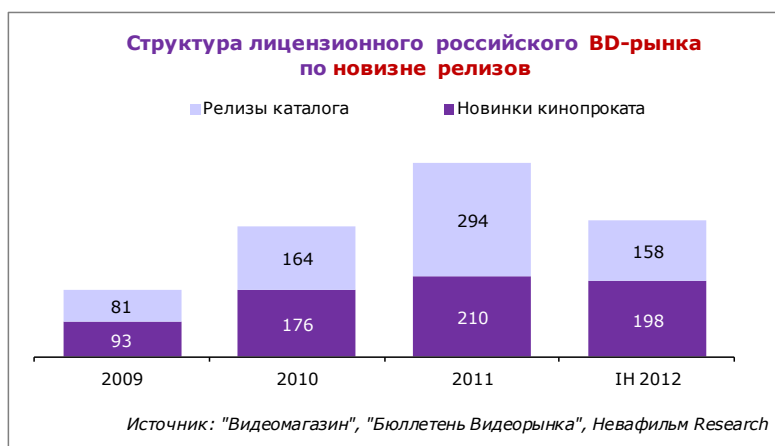


Рисунок 65. Структура лицензионного российского BD-рынка по новизне релизов

Среди типов видеопродукции, выпускаемой на DVD и BD, в России преобладают художественные фильмы (60–66 % и 74–84 % соответственно). Игровые телесериалы составляют 8–12% рынка; анимация держится на уровне 16 %. Доля документальных фильмов и сериалов (также в их число были включены обучающие и развлекательные программы и телепередачи) сократилась: с 16 % в 2010-м до 6 % по итогам второй половины 2012-го. Таким образом, структура российского лицензионного рынка домашнего видео имеет ярко выраженную направленность на художественные кинофильмы.



Рисунок 66. Структура лицензионного российского DVD-рынка по типам релизов



Рисунок 67. Структура лицензионного российского BD-рынка по типам релизов

В 2012 г. безусловным лидером по выпуску художественных фильмов на DVD в России стала компания «Новый диск», также являющаяся и главным поставщиком анимации на лицензионных DVD (вторую позицию в рейтинге дистрибьюторов, выпускающих мультфильмы и мультсериалы на видео, делят между собой «Союз видео» и «Мистерия звука»). Телесериалы выпускаются на видео в России главным образом дистрибьюторами «Флагман трейд» и «Новый диск». Лидерство по числу релизов документальных сериалов удерживает «Союз-видео».

Страны-производители видеопродукции в структуре российского рынка DVD и BD

Число российских релизов по итогам первого полугодия 2012-го составило 223 наименования на DVD (19 % от общего числа видео изданий) и 28 BD (8 % от общего числа релизов – почти столько же, сколько в 2011 г.) – причем во втором квартале на BD было выпущено лишь 2 отечественных фильма.

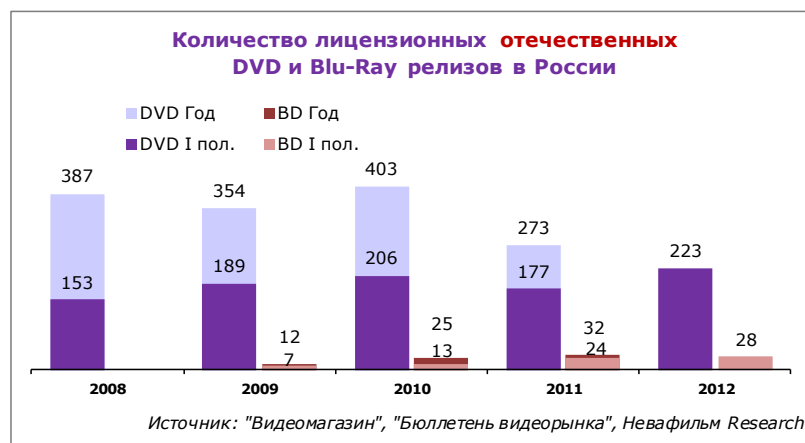


Рисунок 68. Количество лицензионных отечественных DVD и Blu-Ray релизов в России



Рисунок 69. Количество лицензионных зарубежных DVD и Blu-Ray релизов в России

Среди зарубежных релизов наибольшая часть приходится на видеопродукцию стран североамериканского региона, однако доля европейских стран тоже довольно значительна. А вот доля продукции других стран, в том числе Азиатского региона (без учета ко-продукции) сравнительно невелика и продолжает уменьшаться.

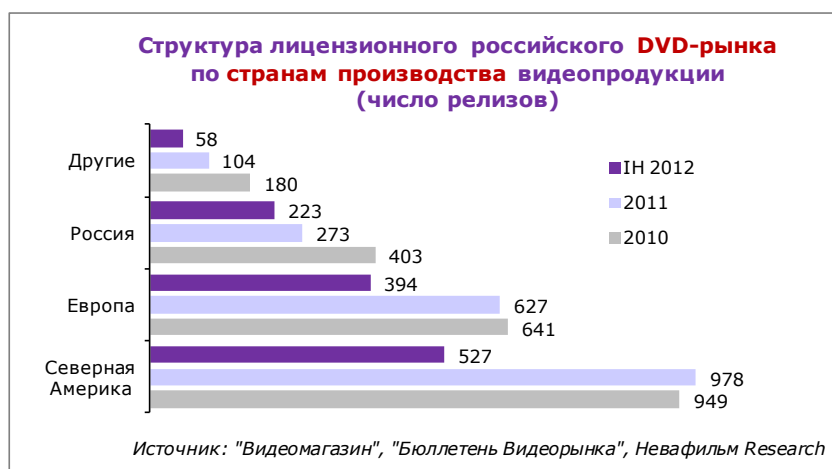


Рисунок 70. Структура лицензионного российского DVD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)

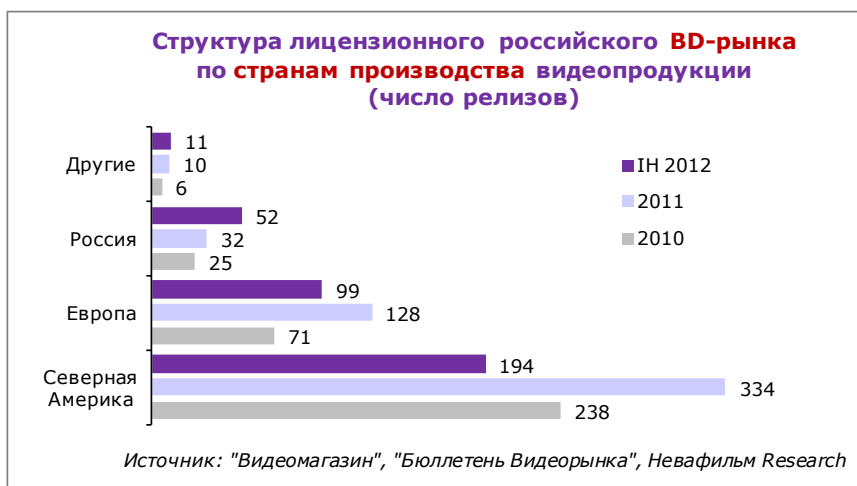


Рисунок 71. Структура лицензионного российского ВD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)

Размер «окна» до выхода фильмов на видео

В целях борьбы правообладателей и дистрибьюторов с видеопиратством на российском рынке некоторое время происходило постепенное сокращение срока между премьерой фильма в кинотеатрах и выпуском его на видео. В 2009 г. особенно ярко это прослеживалось на примере фильмов голливудских киностудий¹⁰⁸: практически все студии-мейджоры выпускали в России специальные видеоиздания популярных новинок («урезанные» версии, как правило, не содержат дополнительных материалов, располагают только одной звуковой дорожкой, часто имеют наложенные титры на изображение и т. п.), которые были призваны конкурировать с пиратскими изданиями. В 2011–2012 гг. ситуация изменилась, и представители Голливуда стали отказываться от «коротких окон» на российском видеорынке.¹⁰⁹ Единственным мейджором, сохранившим в 2012 г. «окно» в четыре недели после кинопроката, является «Sony Pictures» (официальный дистрибьютор в России – концерн «Видеосервис»). Сейчас средний размер «окна» для фильмов голливудских киностудий на российском видеорынке составляет 99 дней.

Наименьший размер «окна» по итогам первой половины 2012-го – у российских фильмов (56 дней). При этом отечественные производители, так же как и представители мейджоров, сокращали этот промежуток до 2007 г. (когда был достигнут минимальный срок в 28 дней), после чего «окно» вновь стало увеличиваться и в 2011 г. достигло своего максимального значения – 69 дней.

¹⁰⁸ К релизам голливудских студий относятся фильмы студий «20th century Fox», «Columbia Pictures», «Paramount», «Warner Bros.», «Walt Disney Pictures», «Dream Works», «Universal Pictures», выпускаемые официальным представителем мейджоров на российском видеорынке.

¹⁰⁹ Бюллетень видеорынка, № 04 (105), 2 февраля 2012 г.

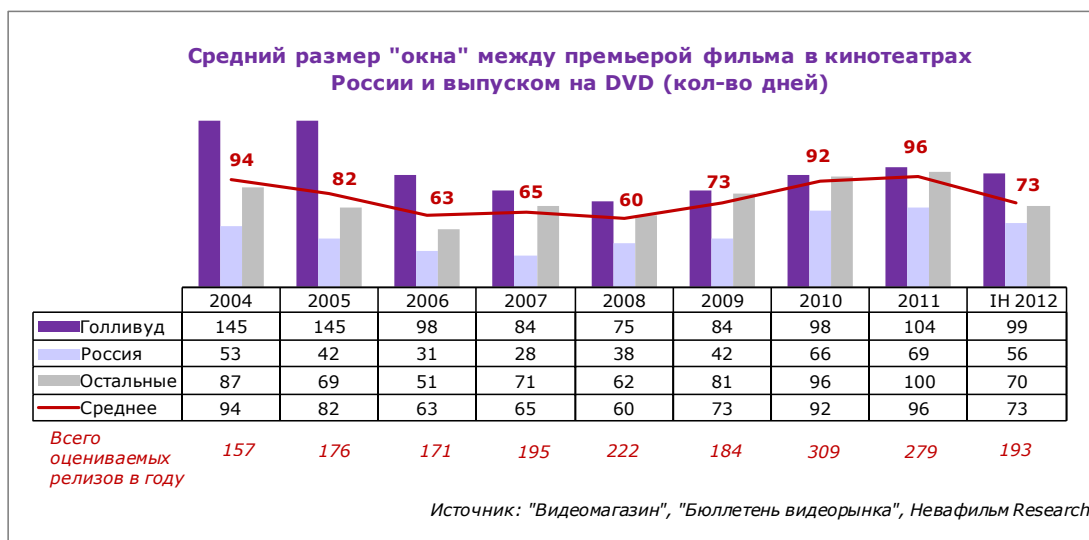


Рисунок 72. Средний размер "окна" между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском на DVD (кол-во дней)

Колебания размера «окна» зависят от того, какое количество релизов выходит на видео через наиболее распространенный промежуток времени после премьеры в кинотеатрах («мода»). С 2007-го по 2010 г. этот показатель по всем релизам стабильно удерживался на уровне 28 дней, однако в 2011-м произошло его увеличение до 35 дней. На этом уровне «мода» удерживается и по сей день (данные на июнь 2012-го). При этом размер «окна» увеличился у релизов всех типов – как российских, так и других стран и Голливуда.



Рисунок 73. Средний размер "окна" между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском на DVD (кол-во дней) - МОДА

Постепенное сокращение продаж лицензионных DVD с 2008-го по 2012 гг.

Статистика продаж DVD в России велась отраслевым изданием «Видеомагазин» с 2003 г., когда объемы рынка этого формата видеоносителей стали сопоставимы с рынком VHS. Статистика собиралась только по крупнейшим игрокам рынка и только в натуральном выражении. В конце 2011 г. журнал «Видеомагазин» был закрыт. Чуть позже также прекратило существование издание «Бюллетень видеорынка», которое оценивало количество видеорелизов в стране, а также издания-лидеры

продажи по крупнейшим торговым сетям магазинов. Таким образом, на данный момент в России больше нет открытых изданий, которые проводили бы анализ состояния рынка домашнего видео (по числу релизов и по объемам продаж). В прессе и в различных исследованиях приводится множество оценок средней стоимости DVD в России и соответственных денежных объемов, однако данные оценки настолько разнятся, что реально оценить обороты лицензионного видеорынка в стране не представляется возможным.¹¹⁰ Помимо этого на оценку емкости лицензионного рынка влияют и объемы продаж нелегальной видеопродукции.

В этой ситуации мы вынуждены полагаться на зарубежные исследования. Так, по оценкам исследователей «IHS Screen Digest», в России в 2011 г. объемы продаж DVD в розничной сети снизились на 11 %, тогда как оптовые отгрузки упали лишь на 6 %. В то же время объемы продаж Blu-Ray дисков продолжили расти высокими темпами – на 35 % по оптовым отгрузкам и на 38 % в рознице. Всего объемы продаж видеоносителей в 2011 г. эксперты оценивают на уровне 79 млн дисков оптом и 63 млн дисков в розницу; в результате зрители купили на 10 % дисков меньше в 2011 г., чем в 2010-м.

В 2012-м специалисты «IHS Screen Digest» ожидают снижение объемов продаж на розничном видеорынке в России на 9 %: по их оценкам, российские зрители приобретут не более 55 млн дисков за год. Эти потери не будут компенсированы относительно высоким ростом продаж Blu-Ray дисков (на 22 %), поскольку объемы этих продаж невелики (потребители купят лишь 2,5 млн дисков высокой четкости).

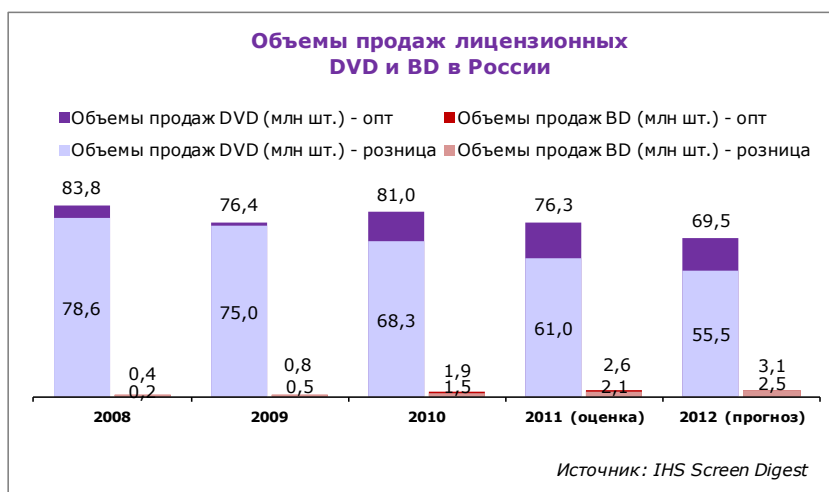


Рисунок 74. Объемы продаж лицензионных DVD и BD в России

По оценкам «Бюллетеня видеорынка» и Невафильм Research, полученным на основе данных шести розничных сетей, по количеству проданных DVD в России в 2011 г. первые четыре строчки занимают проекты «Двадцатого Века Фокс СНГ» (на первом месте – «Рио»). По объемам выручки лидирует фильм «Пираты Карибского моря: На странных берегах» («Уолт Дисней Компани СНГ»). Шесть из десяти фильмов присутствуют в обоих рейтингах.

В целом, как и во многих других странах, падение продаж физических носителей в России продолжилось, но с тенденцией замедления. А рост

¹¹⁰ Даже издание «IHS Screen Digest», публикующее свой анализ мировых объемов видеопродаж, отказывается оценивать товарооборот «серых рынков» («World video spending stabilizes», № 446, November 2008).

продаж Blu-ray (до 200 % в некоторых сетях) не компенсировал замедляющегося падения продаж DVD.

При этом проблема закрытости данных о рынке домашнего видео на физических носителях в России стоит очень остро, поскольку кинопотребители продолжают их использовать. Так, согласно результатам всероссийского опроса кинозрителей в декабре 2011 г., проведенного Невафильм Research, видеодисками пользуются около 20 % респондентов, что среди опрошенных в кинотеатрах и в Интернете превосходит число людей, которые смотрят полнометражные фильмы по бесплатному телевидению (17–18 %).



Рисунок 75. Обычные каналы кинопросмотра для россиян (декабрь 2011 года)

3.5.2 Основные игроки

Лидеры лицензионного российского видеорынка

В целом к середине 2012 г. на российском рынке лицензионного видео насчитывается около 20 игроков, среди них:

- представители голливудских мейджоров («Двадцатый век Фокс СНГ» на кинорынке с 2004-го; «Уолт Дисней компани СНГ» на рынке с января 2009 г.; «Видеосервис» – с 1992 г. (с 1997-го представляет интересы студии «Sony Pictures», с 2002-го по 2008-й – компании «Walt Disney Pictures»); «Новый диск» с 2012 г. представляет на российском рынке релизы студии «Paramount»; «CP Digital» с 2011 г. представляет релизы «Warner»);
- независимые видеодистрибьюторы, предлагающие широкий спектр отечественных и зарубежных релизов («CD Land», «DVD Магия», «Lizard cinema trade», «Neoclassica», «New dream media», «Ruscico», «West video», «Вольга», «Кармен видео» («Кармен фильм»), «Мистерия звука», «Монолит», «Парадиз видео» («Парадиз медиа»), «Премиум фильм», «Синема престиж», «Союз видео», «Флагман трейд»).

Следует отметить, что летом 2011 г. с рынка ушла компания «Universal Pictures Rus». Права на распространение видеоконтента мейджора на российском видеорынке были переданы дистрибьютору «Двадцатый век Фокс–СНГ» в рамках договора, заключенного на три года.¹¹¹

По странам производства фильмов российские видеодистрибьюторы, действующие на российском видеорынке в 2012 г., могут быть разделены

¹¹¹ Двадцатый век Фокс СНГ и UPIE объявляют о стратегическом партнерстве в России // Бюллетень Видеорынка, № 14 (72), 2 июня 2011 г.

следующим образом: одна компания работает с российской видеопродукцией, девять – только с зарубежной, и одиннадцать – с той и с другой.



Рисунок 76. Классификация российских видеопрокатчиков (DVD) в соответствии с типами видеопродукции по странам производства

Среди дистрибьюторов, выпускающих на российском рынке диски формата Blu-Ray распределение оказалось следующим: исключительно зарубежными релизами занимаются шесть компаний; российскими – одна. Большинство же (девять дистрибьюторских компаний), как и на DVD-рынке, специализируются на выпуске смешанных релизов – как российского, так и зарубежного производства.



Рисунок 77. Классификация российских видеопрокатчиков (BD) в соответствии с типами видеопродукции по странам производства

Лидером рынка по числу DVD-релизов уже третий год подряд остается компания «Новый диск». Второе место по итогам первой половины 2012 г. занимает компания «CP Digital» (так же, как и в 2011 г.). Эти же компании лидируют в выпуске художественных фильмов на видео. На третье место рейтинга по общему количеству релизов в первой половине 2012 г. вернулась «Флагман трейд», вытеснившая с него «Уолт Дисней компани СНГ» (занимала третье место в 2011-м). Это произошло в основном из-за снижения активности дистрибьютора «Уолт Дисней компани СНГ» на российском видеорынке (летом 2011-го компания объявила о сокращении отделов, занимающихся продвижением видеопродукции).



Рисунок 78. Доли DVD-дистрибьюторов на российском видеорынке по количеству релизов, 1П 2012

По жанровой принадлежности выпускаемых DVD-релизов ведущие российские дистрибьюторы распределились следующим образом: по выпуску телевизионных сериалов на видео лидируют компании «Флагман трейд», «Новый диск» и «Мистерия звука». Последние два дистрибьютора лидируют и в выпуске анимационных фильмов и мультсериалов на видео. Помимо них в тройку «анимационных» лидеров входит «Союз видео», являющийся также бессменным лидером по числу документальных релизов. Второе место по выпуску документальных фильмов и сериалов на видео третий год подряд занимает «DVD Магия».

Таблица 34. Рейтинг игроков российского рынка DVD-дистрибуции по числу релизов первой половины 2012 г.

Место	Дистрибьютор	Выпущено релизов в ИИ 2012					Итого	Доля дистрибьютора
		художественные фильмы	игровые сериалы	документальные фильмы и сериалы	анимация			
1	Новый Диск	321	37	10	78	446	20.5%	
2	CP Digital	88	1	2	8	99	4.6%	
3	Флагман Трейд	37	47	1	11	96	4.4%	
4	Союз Видео	29	2	35	24	90	4.1%	
5	Двадцатый Век Фокс-СНГ	77	0	1	6	84	3.9%	
6	Премиум Фильм	60	6	2	9	77	3.5%	
7	Кармен Видео / Кармен Фильм	70	3	3	0	76	3.5%	
8	Мистерия звука	37	11	4	23	75	3.5%	
9	Lizard Cinema Trade	40	9	1	1	51	2.3%	
10	Парадиз Видео / Парадиз Медиа	29	10	0	6	45	2.1%	
11	Уолт Дисней Компани СНГ	15	2	1	17	35	1.6%	
12	Синема Престиж	26	3	0	0	29	1.3%	
13	Вольга	23	2	2	1	28	1.3%	

Место	Дистрибьютор	Выпущено релизов в IН 2012				Итого	Доля дистрибьютора
		художественные фильмы	игровые сериалы	документальные фильмы и сериалы	анимация		
14	New Dream Media	18	1	0	7	26	1.2%
15	Видеосервис	19	0	1	1	21	1.0%
16	West Video	19	0	0	0	19	0.9%
17	DVD Магия	0	0	12	0	12	0.6%
18	Монолит	3	9	0	0	12	0.6%
19	Ruscico	3	0	1	0	4	0.2%
20	CD Land	1	0	0	0	1	0.1%
21	Neoclassica	1	0	0	0	1	0.1%
Итого		916	143	76	192	1202	

Источник: «Бюллетень видеорынка», Невафильм Research

Релизы каталога преобладают в видеотеке таких дистрибьюторских компаний, как «DVD Магия», «Neoclassica», «Синема престиж» и «Союз видео» (у всех четырех дистрибьюторов доля релизов каталога по итогам первой половины 2012 г. превышает 85 %). В то же время компании «Монолит», «CD Land», «Премиум фильм», наоборот, выпускают на DVD в основном новинки кино- и телепроката. Следует отметить, что доля компаний, выпускающих на DVD в основном релизы каталога, снизилась: с 64 % в 2010 г. до 52 % по итогам первой половины 2012-го. Таким образом, все большее число видеодистрибьюторов делает ставку на фильмы-новинки.

Лидерство в выпуске дисков Blu-Ray на российском рынке в первой половине 2012 г. удерживают компании «Новый диск», «Премиум Фильм» и «Двадцатый век Фокс СНГ» (их совокупная доля составляет более 50 % от общего объема выпуска; эти же компании лидируют по выпуску художественных фильмов на видео). «Видеосервис» и «Уолт Дисней компани СНГ» замыкают пятерку компаний-лидеров по выпуску фильмов на Blu-Ray (по итогам первого полугодия 2012-го). Таким образом, теперь лидирующие позиции в данном сегменте рынка – за независимыми компаниями.

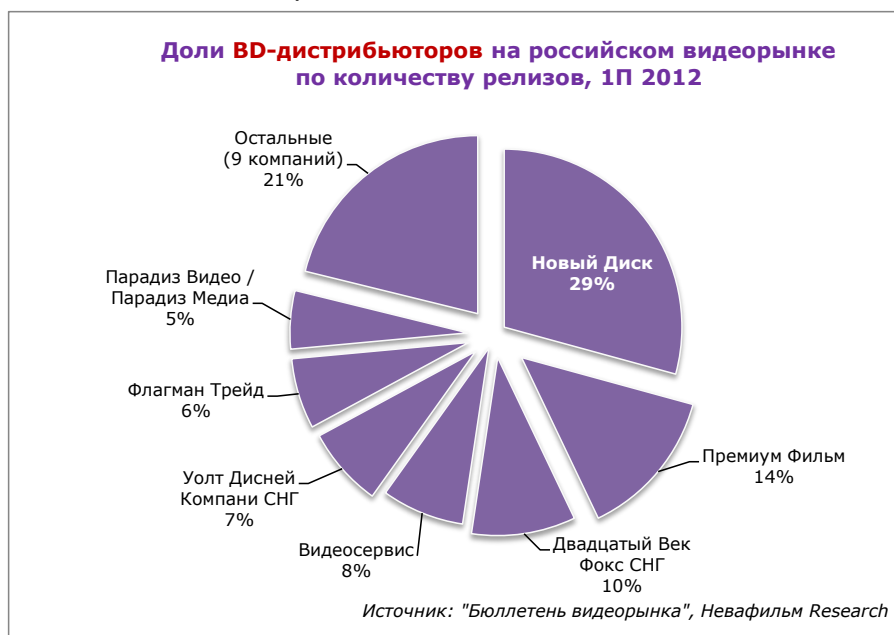


Рисунок 79. Доли BD-дистрибьюторов на российском видеорынке по количеству релизов, 1П 2012

Телевизионные игровые сериалы на Blu-Ray в России выпускают всего четыре компании – «Флагман трейд» (до 2012 г. – единственный игрок в

данном жанровом сегменте рынка), «Премиум фильм», «Кармен видео» и «Мистерия звука». По выпуску документальных фильмов и сериалов на BD, как и DVD, лидером является «Союз видео». Второе место здесь занимает «Двадцатый век Фокс-СНГ». Анимацию в формате Blu-Ray в России выпускают в основном «Новый диск» и «Уолт Дисней компани СНГ».

Таблица 35. Рейтинг игроков российского рынка BD-дистрибуции по числу релизов первой половины 2012 г.

Место	Дистрибьютор	Выпущено релизов в ИИ 2012					Итого	Доля дистрибьютора
		художественные фильмы	игровые сериалы	документальные фильмы и сериалы	анимация			
1	Новый Диск	80	0	0	25	105	30.9%	
2	Премиум Фильм	42	1	2	4	49	14.4%	
3	Двадцатый Век Фокс-СНГ	26	0	7	1	34	10.0%	
4	Видеосервис	23	0	2	2	27	7.9%	
5	Уолт Дисней Компани СНГ	8	0	1	17	26	7.6%	
6	Флагман Трейд	14	4	1	4	23	6.8%	
7	Парадиз Видео / Парадиз Медиа	15	0	0	4	19	5.6%	
8	Кармен Фильм	14	1	0	0	15	4.4%	
9	Союз Видео	6	0	9	0	15	4.4%	
10	CP Digital	10	0	0	2	12	3.5%	
11	Lizard Cinema Trade	10	0	0	2	12	3.5%	
12	Мистерия звука	6	1	2	2	11	3.2%	
13	West Video	5	0	0	0	5	1.5%	
14	Вольга	2	0	0	1	3	0.9%	
15	Ruscico	2	0	0	0	2	0.6%	
16	CD Land	1	0	0	0	1	0.3%	
Итого		264	7	24	64	356		

Источник: «Бюллетень видеорынка», Невафильм Research

Относительно релизов каталога и видеонovieк в сегменте Blu-Ray, в отличие от DVD, наблюдается обратная тенденция. Так, в 2010 г. более 70 % игроков выпускали в этом формате в основном, новинки кинопроката, а пять дистрибьюторов из 17 вообще не выпускали каталожные релизы на BD. Сейчас же, по итогам первой половины 2012 г., из 16 игроков только два специализируются исключительно на новинках, остальные выпустили на Blu-Ray хотя бы один релиз каталога. При этом у пяти дистрибьюторов (32 %) релизы каталога составляют более половины общей видеотеки. Это говорит об активном развитии рынка BD-носителей и значительном расширении его репертуара.

3.5.3 Сегодняшние тенденции и прогноз развития российского видеорынка: новые вызовы, связанные с цифровой дистрибуцией

Таким образом, российский рынок домашнего видео активно развивался начиная с 1990-х гг. Основными переломными моментами в его развитии стали дефолт 1998-го, всплеск пиратства в 2003–2003 гг. и мировой экономический кризис 2008–2009 гг. В последние два года видеорынок начал приходить в постепенный упадок. Основными причинами для этого стали активное развитие нелицензированной дистрибуции видеоконтента, повсеместное распространение Интернета и как следствие – очередной всплеск видеопиратства. Признаками упадка рынка становятся сокращение не только объемов продаж видеодисков, но и числа активных

дистрибьюторов (в частности, уход с рынка представителей мейджоров), закрытие заводов по производству видеоносителей, прекращение деятельности отраслевых периодических изданий («Бюллетень видеорынка» и «Видеомагазин»). Все чаще игроки выражают свои опасения по поводу скорого прекращения функционирования индустрии в целом в связи с массовым переходом к невещественной дистрибьюции.

В то же время, несмотря на спад DVD-индустрии, продолжает свое развитие рынок Blu-Ray: в России растет число устройств, способных читать диски такого формата; параллельно с этим увеличивается и количество BD-релизов, выпускаемых российскими дистрибьюторами. Число DVD-релизов постепенно сокращается.

По типам выпускаемой видеопродукции лидерство удерживают художественные фильмы. На российском рынке преобладают релизы каталогов, все чаще выпускаемые не только на DVD, но и на BD, что свидетельствует об укреплении позиций последнего носителя. По странам-производителям в выпуске на видео лидируют фильмы производства североамериканского региона и Европы.

В последние годы российские дистрибьюторы постепенно увеличивают размер «окна» между выходом фильмов в кино и на видеоносителях. До 2010-го на рынке проводилась противоположная политика «коротких окон» – в целях борьбы с видеопиратами. Нынешняя тенденция к увеличению срока между кино- и видеопремьерой фильмов продиктована в основном практикой голливудских мейджоров и оценивается игроками рынка довольно противоречиво. Так, например, крупные розничные сети расценивают увеличение «окна» как фактор, негативно влияющий на спрос на видеопродукцию, мотивируя это тем, что при выпуске дисков в «коротком окне» зрительский интерес к ним не ослабевает за счет рекламной кампании в кинотеатрах. Учитывая общее снижение объемов продаж на розничном видеорынке России, этот фактор может привести к еще большему ухудшению положения отрасли.

На современном российском рынке лицензионного видео присутствуют около 20 видеодистрибьюторов, в число которых входят как представители голливудских мейджоров, так и независимые издатели. Соответственно, распространение видеоконтента происходит по нескольким схемам: фильмы голливудских студий-мейджоров распространяются через эксклюзивных представителей; права на остальной контент закупаются независимыми видеодистрибьюторами; некоторые компании также реализуют свои права на видеодистрибьюцию через посредников (по сублицензиями).

При этом в стране по-прежнему существует обширная сеть реализации видеопродукции. Лицензионные диски можно приобрести сейчас практически в любом крупном магазине (как в специализированном, так и в продуктовом или книжном), а также не выходя из дома – через Интернет. Однако общая тенденция упадка на рынке оказывает влияние и на широкую сеть реализации видеотоваров: закрываются отдельные магазины видеодистрибьюторов и даже целые розничные сети.

3.6 Услуги видео по запросу в России

3.6.1 Структура рынка VoD.

История становления

Рынок видео по запросу в России начался в сетях коммерческого телевидения, предоставлявших услугу платы за просмотр фильмов, которые транслировались пользователю. С развитием каналов двусторонней связи распространение получали все более интерактивные сервисы, и на смену услугам платы за просмотр приходило все больше сервисов классического видео по запросу. Рассмотрим хронологию развития этих событий:

- **2005 г. – первые платные услуги «видео по запросу».** Весной дочерняя компания АФК «Система» – «Система Масс-медиа» – запустила сервис «Стрим-кино», который работал по технологии IPTV over ADSL и на основе бизнес-модели pay-per-view.
- **2006 г.** С сентября сервис «Стрим-кино» преобразован в классический видео по запросу (с 2010 г. управляющая сервисом компания «Комстар» перешла к мобильной сети МТС). В ноябре крупнейший московский оператор платного телевидения, предоставляющий услуги цифрового ТВ и доступа в Интернет, – «Комкор-ТВ» (дочерняя компания холдинга «Ренова-Медиа») – открывает сервис просмотра фильма, заказанного по телефону, под маркой «Домашний кинозал Акадо». Одновременно прообразы сервиса VoD стали возникать в Сети: интернет-магазины, предоставляющие возможность загрузки фильма на ПК за определенную плату. Первым проектом стал онлайн-магазин лицензионного видео Getmovies.ru (2006 г.), предлагавший пользователям коллекцию советских фильмов на основе бизнес-модели платы за каждый фильм.
- **2007 г. – расширение числа игроков.** Крупнейшие российские операторы кабельного и IPTV начинают предлагать классические услуги VoD своим клиентам: весной был открыт «Каталог видео» в сети «Корбина» (в середине 2009 г. компания была выкуплена ОАО «Вымпелком»); в сентябре запущена «Видеотека» в кабельной сети «QWERTY»; кроме того, услуга видео по запросу развивается в региональных кабельных сетях холдинга «Связьинвест». Предложение VoD в Интернете за плату расширяется за счет сайта Video24.ru, который получил права на видеотеки компаний «Централ Партнершип» и «ЕА Синема». В то же время в марте становится известно о планах по открытию «Кинозала» на портале «Rambler» – также платного сервиса по закачке фильмов.
- **2008 г. – первые бесплатные сервисы в Интернете и ррv по спутнику.** В сентябре получают развитие бесплатные для пользователя услуги VoD в Интернете, когда в рамках новой, так называемой медийной стратегии, направленной на увеличение рекламы (баннеров, всплывающих окон и т. п.), запускается проект «Рамблер. Кинозал»: первоначальная стратегия бизнес-модели была изменена, и домен позволил пользователям скачивать фильмы бесплатно (изначально на сайте имелись эпизоды шоу канала ТНТ, таких как «Наша Раша» и «Дом-2»). Одновременно не интерактивный сервис платы за просмотр «Кинодром» запускается спутниковой телекомпанией «НТВ-Плюс»: изначально зрителям предлагаются два канала («Кинорейсы»), транслирующие один фильм в кольцевом режиме в течение суток.
- **2009 г. – пионеры рынка сменяются новыми игроками.** Начинается коммерческая эксплуатация идеологически близкого к

услуге pay-per-view сервиса в сети поставщика спутникового Интернета «StarBlazer», входящего в группу компаний «Рэйс коммуникейшн»: услуга «Спутниковое кино» предоставляется владельцам тарелок, направленных на спутники «Intelsat 904» и «Экспресс-АМЗЗ» (покрывают почти всю Россию) и подключенных к компьютерам спутниковых ресиверов, на которые оператор ежедневно загружает по шесть фильмов, из которых зрители и могут выбирать. Новые страт-апы появляются в Интернете и предлагают пользователям покупку легального киноконента: Video.ru (от компании «Digital Video Network» (DVN) и Omlet.ru (ОАО «Мобильные ТелеСистемы»); при этом один из пионеров рынка – портал Video24.ru – прекращает свое существование. В сфере бесплатного видео по запросу в Сети также происходят изменения: проект «Рамблер. Кинозал» приостановлен, но ему на смену приходят новые игроки. Группа компаний «Uravo» запускает сайт СССР-tv.ru, где на момент открытия предлагались передачи советского телевидения, а также каталог полнометражных фильмов. В конце года компания открыла прямой сайт Uravo.tv, куда был перенесен бесплатный доступ к каталогу полнометражных картин – от первого зарубежного и дореволюционного российского фильмов до авторского кино 2000-х (как российского, так и зарубежного производства). Компания «Техноинвест» предложила бесплатную услугу VoD пользователям своего сайта Tvigle.ru, заключив договор с компанией «Ленфильм Видео».

- **2010 г. – резкое расширение числа игроков.** Год ознаменовался настоящим бумом появления все новых и новых сервисов видео по запросу, прежде всего в Рунете, – на основе рекламной бизнес-модели (бесплатной для пользователя). 26 февраля начинает работу сайт Ivi.ru компании «Digital Access», располагая каталогом прав компаний «Централ Партнершип», «Амедиа», «Союзмультфильм», «2В Студия», а в апреле заключив договор с «Первым каналом». В апреле начинает работу сайт TVZavr.ru, компании «ТиВиЗавр», сотрудничающей с «Централ Партнершип»; а уже в июне 2010-го появляется сайт Zoomby.ru, получивший права на библиотеки передач телеканалов (catch-up TV) и сериалов дистрибьюторов («Централ Партнершип», «Амедиа», «Кино без границ», «Top Film Distribution», ВГТРК, РЕН, «Пятый канал», «СТС Медиа», ТВЗ, «Звезда», ТНТ, «Муз-ТВ», «Моя планета»). К концу года самостоятельно выходят в сеть и российские телеканалы: холдинг «СТС Медиа» запускает портал «Видеоморе» (Videomore.ru), который представляет собой сочетание социальной сети и классического видеосервиса (представители СТС называют свой сайт «социальной телевизионной сетью»), где пользователи могут бесплатно смотреть передачи и сериалы, выходящие на каналах холдинга. О подобных же планах на следующий год объявляет холдинг ВГТРК. При этом крупнейший оператор спутникового телевидения в России «Триколор-ТВ» запускает сервис pay-per-view, изначально представляющий собой четыре тематических канала, транслирующих фильмы по кольцевому расписанию, к которым зритель получает доступ после оплаты услуг (10 руб. за каждый фильм). А в сфере платного видео по запросу в Интернете заключается договор между программной платформой для онлайн-просмотра и скачивания фильмов «Видеолюбитель» (представлял

интересы популярных российских социальных сетей «В контакте», «Мой.мир@mail.ru», «Мир тесен») и порталом Video.ru, (предоставившим платный легальный контент), – это стало попыткой предложить пользователям легальную альтернативу пиратскому видео, размещение которого на страницах популярных соцсетей уже становится одним из главных бед российских правообладателей. Помимо этого услуги VoD в Интернете предоставляют некоторые операторы неэфирного телевидения, дублируя сервис основной сети («Стрим-кино» и «ВидеотеQa») или предоставляя расширенный пакет услуг (VoD вместо pay-per-view на «Кинодроме» от «НТВ+»). Популяризируются новые интернет-сервисы платного видео по запросу – например, мультифункциональный портал компании «Иннова» Аyyo.ru, собравший большую библиотеку фильмов от киностудий «Disney» и «Paramount» и проводящий переговоры с «Warner Bros.», «Universal» и «Sony Pictures». Новым перспективным направлением развития сервисов видео по запросу становится выход на другие платформы: летом платформа бесплатного видео, построенная на основе социальной сети Tvigle.ru, выпускает приложение для iOS, а сервис «RuTube» начинает показывать короткие ролики владельцам телевизоров «Sony Bravia Monolith». Такая интеграция становится возможной благодаря развитию новой технологии доставки сигнала – Over the Top (OTT), которая позволяет поставлять контент пользователю в любое устройство, что представляется весьма перспективным.

- **2011 г. – приход крупных инвестиций.** Этот тренд по освоению новых каналов доставки контента пользователю быстро подхватывается другими операторами VoD: их интерес вызывают прежде всего мобильные устройства (смартфоны и планшеты; причем отсутствие iTunes в России компенсируется за счет AppStore, где фильмы российских продюсеров выходят в виде приложений), а также телевизоры с функцией Smart-TV (первыми производителями становятся «Samsung», «Philips», «LG», «Panasonic», «Sony») и плееры («BVK Popcorn TV»). Первыми интегрированными в домашние стационарные устройства сервисами становятся «Стрим-Интерактив», Omlet.ru, Tvigle.ru, Ivi.ru и Zoomby.ru. При этом российские операторы платного телевидения заключают договоры о возможности подключения к своей сети не только при помощи специально приобретенного оборудования у поставщика услуги, но и через имеющиеся у пользователя устройства: «Вымпелком» предоставляет каналы своего IPTV для владельцев Xbox; аналогичную стратегию выбирает «Ростелеком»; оператор спутникового телевидения «НТВ+» включает свои услуги в пакеты операторов IPTV. В кабельных сетях услуги VoD стали предлагать мобильные операторы «Билайн» и МТС (под брендами «Видеопрокат» и «Домашнее телевидение от МТС» соответственно). Последний также организовал для своих абонентов локальную сеть «Видеосвобода», а новый сервис видео по запросу «Vidimax», появившийся также в 2011 г., осуществляет доставку контента через специальную ТВ-приставку и Интернет. Одновременно с этим операторы мобильной связи начинают предлагать своим абонентам подключать услуги интернет-телевидения по технологии OTT: мобильное ТВ становится доступным в сети МТС, тогда как в сетях «Билайн» и «Мегафон»

услуга работает уже несколько лет – ею активно пользуются уже около 1,1 млн чел. К концу года в России после многочисленных злоключений начинает работать мобильная связь нового поколения – сеть LTE появляется в новосибирской «Yota» (от компании «Скартел», до этого развивавшей доступ в Интернет по сети мобильного Wiimax); остальные претенденты на частоты LTE (компании «Мегафон», «Вымпелком», МТС и «Ростелеком») подписали соглашение со «Скартелом» об использовании выделенных ему частот для развития сети LTE в России. В то же время подконтрольный РЖД магистральный оператор «Транстелеком» объявляет о планах оказывать услуги Wiimax в отдаленных труднодоступных регионах. Что касается самих сервисов видео по запросу в России, то на рынок приходят крупные инвестиции: число платных сервисов VoD пополнили портал Trava.ru от «Мегафона» и «Yota Play» от провайдера 3G- и 4G-интернета «Yota», а также видеосервис от холдинга «Газпром-Медиа», в пакете которого имеются фильмы таких зарубежных правообладателей, как «Sony Pictures», «Walt Disney», «Warner Bros.», «Lions Gate» и т. д., и контент телеканалов холдинга (ТНТ, НТВ). Основной бизнес-моделью Now.ru становится платная подписка, но можно заплатить как за скачивание, так и за единичный просмотр. Контракты на поставку контента с голливудскими мейджорами заключают также МТС (платный интернет-сервис Omlet.ru), «Скартел» (платный сервис «Yota Play», доступный также в мобильной сети оператора), Tvigle.ru (здесь сериалы FOX International стали транслироваться на основе рекламной бизнес-модели). На рынке расширяется и список международных игроков: до этого единственным официальным зарубежным сервисом VoD в России был платный сайт Mubi.com, летом же 2011-го локализованный сервис «Кинозал» открывает YouTube (его основой стали видеотеки советских киностудий); кроме того, первый украинский интернет-сервис видео по запросу выходит и на рынок России – Megogo.net работает по рекламной бизнес-модели. Повышается активность сервисов VoD по самопродвижению в Интернете и за его пределами. Рекламные ролики появляются в телеэфире и на страницах Всемирной паутины: операторы VoD открывают приложения для различных социальных сетей (vk.com, Одноклассники, Мой мир, Facebook, Twitter), а также встраивают ссылки на свою библиотеку в страницы самого популярного сайта о кино в Рунете Kinopoisk.ru (первой подобное соглашение заключила МТС). Крупные инвестиции ведут к большей агрессивности игроков рынка видео по запросу: операторы начинают стремиться к получению эксклюзивных прав на контент, а также к сокращению «окна» перед началом показа фильма «по запросу» после его кинотеатральной или DVD-премьеры (первыми об одновременных показах договорились Now.ru и «Всемирные русские студии»).

- **2012 г. – сближение платных и бесплатных сервисов.** В начале года контракт с мейджорами заключает сервис ivi.ru, который при этом должен частично отойти от идеологии бесплатного контента для пользователя – кинохиты теперь становятся доступны по подписке, а новинки за отдельную плату в рамках нового сервиса «ivi+»; компания также стала первой прерывать показ контента рекламными роликами (до этого они

демонстрировались только перед началом фильма). Ресурс Tvigle.ru продолжил закупку премьерных зарубежных телесериалов, заключив эксклюзивное соглашение с BBC. В сентябре стало известно, что до сих пор бесплатный сервис «TVZavr» планирует запуск платного сервиса. Договор с киностудиями «Miramax», «20th century Fox» заключил видеопортал «Стрим» (работавший ранее под маркой Omlet.ru – в середине 2012-го АФК «Система» выкупила обратно у МТС 55 % контентного сервиса). Число игроков на рынке видео по запросу в Интернете продолжает расти: с 2012 г. свой платный сервис открыл крупнейший отечественный оператор связи «Ростелеком» – на сайте Zabava.ru фильмы можно посмотреть, оплачивая их поштучно. Аналогичный – но бесплатный для пользователя – портал открывается к концу октября под управлением одного из главных конкурентов «Ростелекома» – подконтрольной РЖД компании «Транстелеком»: во время работы бета-версии сервиса Okno.ru пользователям будет доступен контент с партнерских сайтов. Еще один сервис, долго находившийся в стадии тестирования, открылся для публики осенью: ауро.ru не только первым предложил пользователям платить за фильм сколько они считают нужным, но также и возможность «подарить просмотр» своим друзьям и знакомым. Наконец, той же осенью проявилась еще одна тенденция на рынке видео по запросу – сегментация предложения операторов. Сразу два интернет-сервиса выпустили детские версии своих сайтов и мобильных приложений, использование которых позволяет оградить детей от не предназначенного для них взрослого контента (что перекликается с недавно принятыми поправками к «Закону о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»¹¹²): бесплатный deti.ivu.ru и подписной stream.ru/kids. При этом на рынке пошел процесс закрытия первых старт-апов, практиковавших главным образом продажу музыки (сайт Fidel.ru, «Yota Музыка»). Границы же между платными и бесплатными сервисами постепенно размываются: практически все платные сервисы имеют бесплатный контент, тогда как сервисы, работавшие до этого исключительно по рекламной модели, начинают открывать платные разделы для премиального контента. Отметим, что в текущем году крупнейшая российская кинокомпания «Централ Партнершип» начала продавать свои фильмы в iTunes (до этого фильмы студии были доступны в виде приложений в AppStore) и в приложении Cinecliq на Facebook. В то же время российский «Disney» присоединился к числу правообладателей, продающих контент в России через AppStore. Ожидается также, что к новому году в стране может официально заработать музыкальный магазин от Apple. При этом большинство интернет-кинотеатров имеют свои приложения для iOS и Android, для социальных сетей, телевизоров и плееров, выходящих в Интернет. Продолжается активная рекламная кампания сервисов в Сети: теперь на страницах «Кинопоиска» после описания каждого фильма размещаются ссылки на те сервисы, где этот фильм можно посмотреть (платно или бесплатно).

¹¹² См. раздел «[Защита детей](#)» данного отчета.

Современное состояние

Таким образом, к 2012 г. в России сформировался ландшафт рынка видео по запросу, который покрывает:

- различные технологии доставки контента зрителю (посредством IPTV и спутниковых каналов, Интернета через компьютер, планшет, телефон или игровую приставку и мобильное соединение);
- способы предоставления услуги (скачивание на время (download), скачивание на неопределенный срок (download to own) и трансляцию (streaming));
- различные бизнес-модели (за счет пользователя – в виде платы за единицу или подписки и за счет рекламодателя – бесплатно для пользователя).

Всего в середине 2012 г. на российском рынке видео по запросу действовало уже около 60 операторов различных медиа, предлагающих услуги посредством нескольких технологий. Наибольшее число компаний насчитывалось в сегменте интернет-сервисов (48 %) и кабельного телевидения (IPTV – 21 %); при этом число компаний, осваивающих сервисы AppStore (и других магазинов приложений для смартфонов и планшетов), – самый быстрорастущий сегмент рынка.



Рисунок 80. Развитие технологий доставки сервисов видео по запросу в России

Доминирование на рынке VoD интернет-сервисов связано с тем, что данное техническое средство позволяет организовать обратную связь с пользователем наиболее простым способом, а также дает возможность монетизации контента – как платного, так и бесплатного для зрителя. В 2011–2012 гг. число сервисов VoD в Рунете, работающих по рекламной бизнес-модели и через продажу единиц контента, превзошло количество операторов IPTV, предлагающих аналогичные платные услуги абонентам своих сетей.

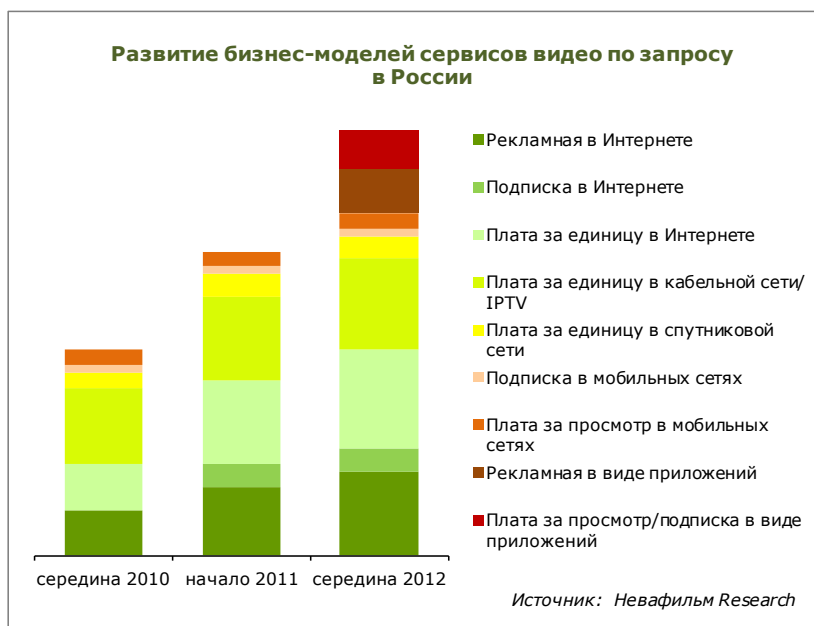


Рисунок 81. развитие бизнес-моделей сервисов видео по запросу в России

Тем не менее именно услуги видео по запросу в Интернете являются наиболее сложными для развития в России. Во-первых, из-за того, что распространение широкополосного доступа во Всемирную паутину в нашей стране еще развито недостаточно. А во-вторых, из-за высокого уровня конкуренции легальных сервисов с пиратскими сайтами, торрентами и файлообменными сетями. В результате этого развитие технических возможностей охвата большей аудитории тормозится оттоком ее к пиратским источникам киноконента.

Проникновение ШПД

По данным исследования «Фонда Общественное мнение» («Интернет в России: динамика проникновения. Лето 2012»), к середине 2012 г. месячная аудитория Интернета в стране достигла 59,4 млн пользователей (51 %), а среднесуточная – 45,1 млн (39 %).



Рисунок 82. Динамика проникновения Интернета в России, %

Однако распределение уровня широкополосного доступа к Сети в стране неравномерно, что особенно заметно в малых городах и селах, где уровень проникновения не превышает 40–50 % при более чем 70 % в Москве и Санкт-Петербурге.

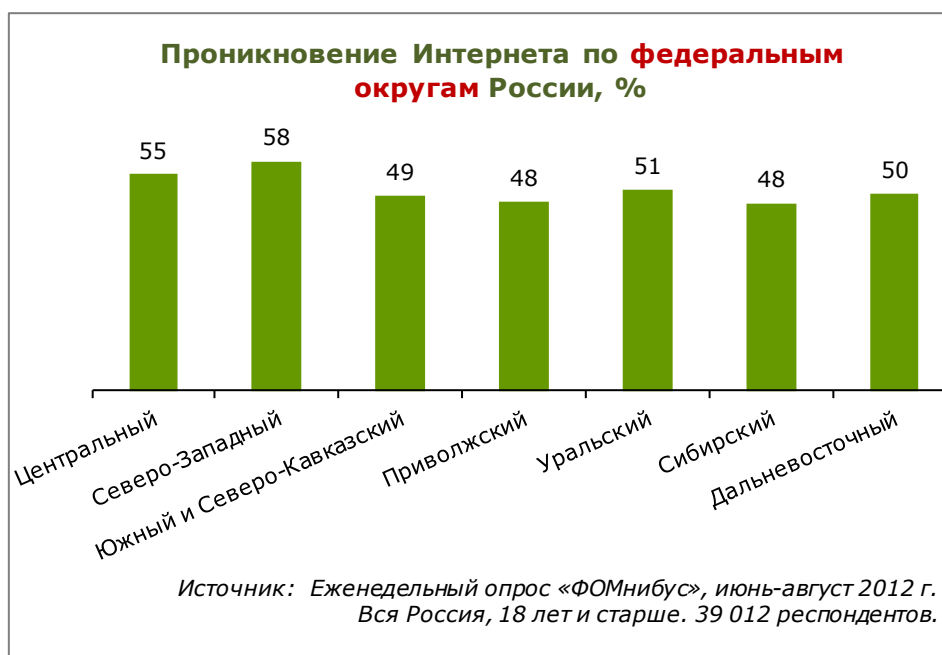


Рисунок 83. Проникновение Интернета по федеральным округам России, %

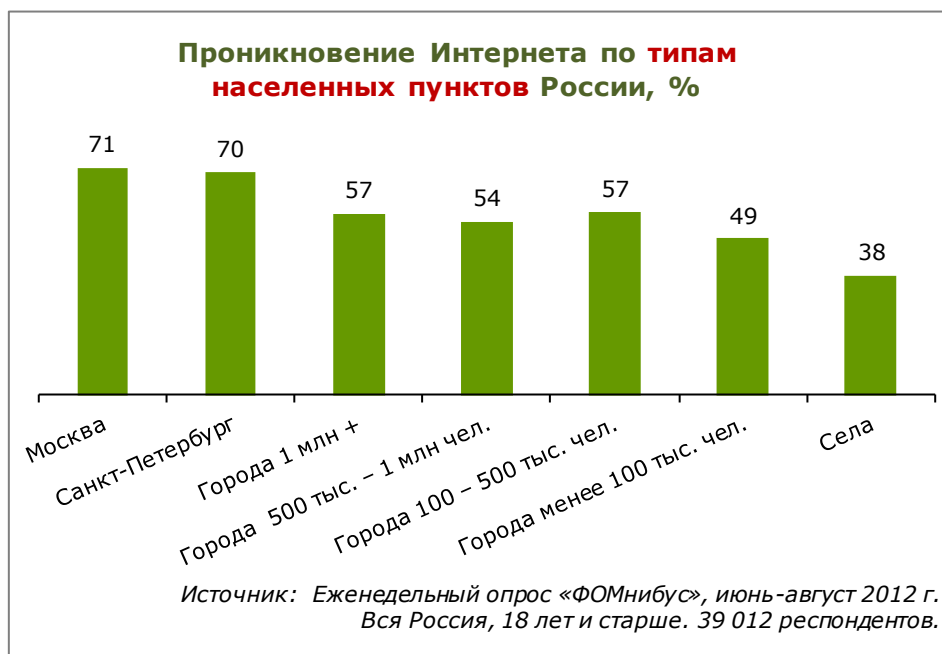


Рисунок 84. Проникновение интернета по типам населенных пунктов России, %

Проникновение платного ТВ

Что касается второй по степени распространенности технологии (через сети операторов платного ТВ), то, по оценке «J'son & Partners Consulting», к началу 2012 г. в России насчитывалось 28,6 млн домохозяйств, подключенных к технологиям кабельного, спутникового и IP телевидения, или 52 %, что сопоставимо с числом жителей, имеющих доступ к ШПД.

При этом в структуре услуг платного ТВ преобладают кабельные сети (63 % операторов), тогда как сервисы IPTV, хотя и являются быстро растущим сегментом рынка, предлагаются лишь 5 % компаний.

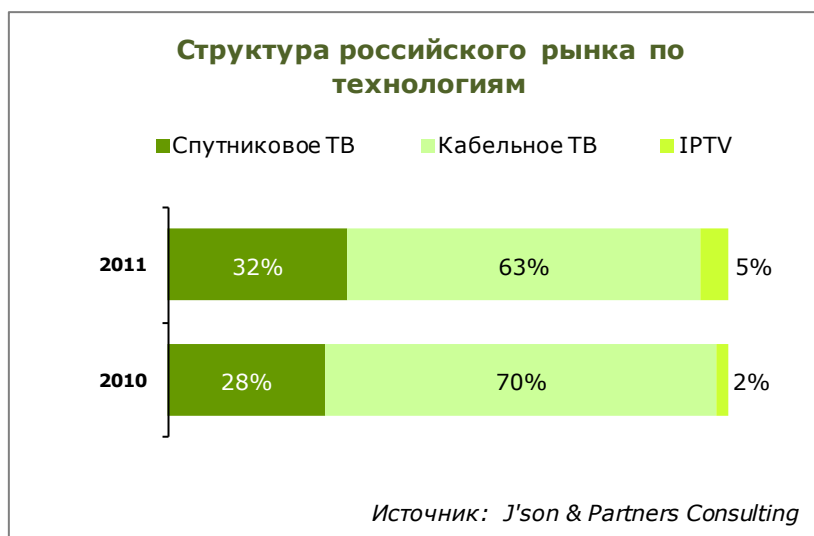


Рисунок 85. Структура российского рынка по технологиям

По федеральным же округам лидирует Центральный, где и проживает большинство населения России. При этом, как отмечают исследователи «J'son & Partners Consulting», уровень наибольшего проникновения платного телевидения на конец 2011 г. наблюдался в СЗФО – 72,6 %; минимального – в Северо-Кавказском (29 %) и Дальневосточном (27 %).



Рисунок 86. Доли федеральных округов на рынке платного ТВ в абонентской базе в 2011 году

3.6.2 Игроки рынка видео по запросу в России

Операторы видео по запросу в сетях кабельного и IPTV

В целом составить рейтинг операторов кабельных, спутниковых и IPTV сетей, предоставляющих сегодня услуги VoD и pay-per-view, достаточно

непросто, поскольку сведения о числе абонентов и пользователей услуг не всегда являются открытыми. Мы составили рейтинг на основе информации, имеющейся на сайтах или в официальных заявлениях самих компаний: из 12 операторов услуг видео по запросу в сетях кабельного и IP-телевидения восемь являются федеральными подразделениями «Ростелекома», который, тем не менее, занимает лишь третью позицию по числу абонентов, имеющих доступ к сервисам VoD (они доступны только пользователям IPTV). Лидером рынка является «Триколор ТВ», в августе отметивший подключение 11-миллионного абонента и предлагающий сервис pay-per-view под названием «Кинозалы». Второе место удерживает «Кабельное телевидение от МТС».

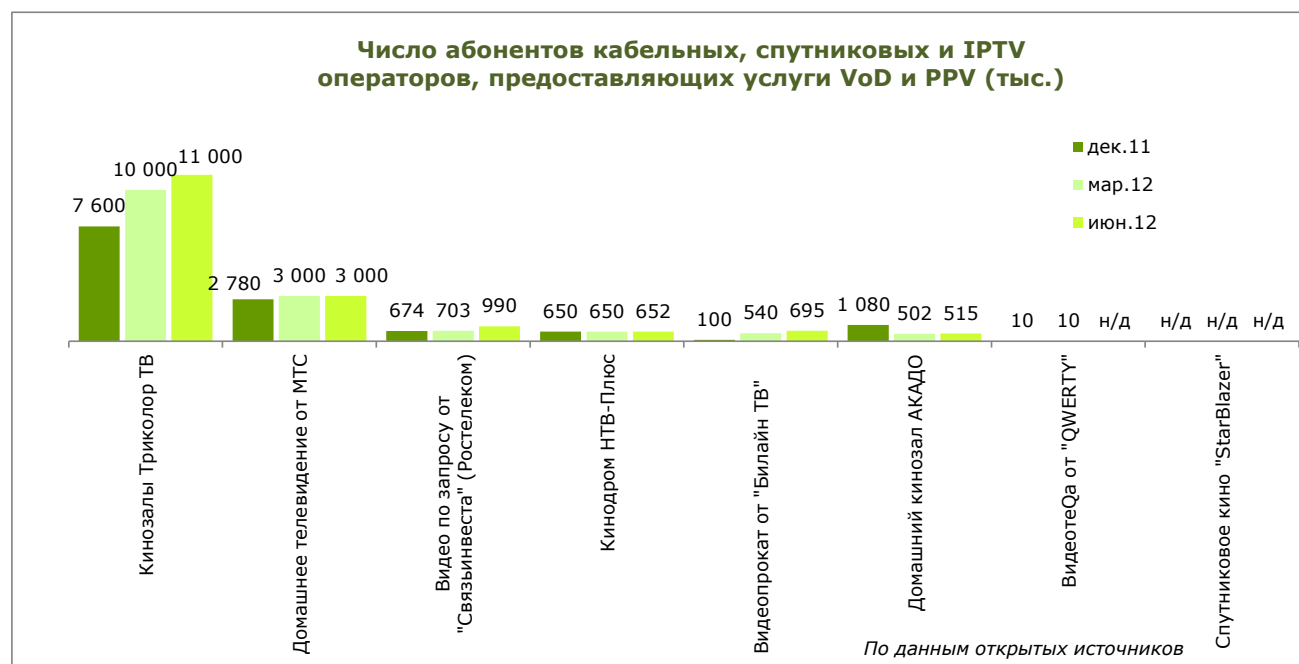


Рисунок 87. Число абонентов кабельных, спутниковых и IPTV операторов, предоставляющих услуги VoD и PPV (тыс.)

Таблица 36. Услуги VoD в сетях платного телевидения

Наименование	Год запуска услуги	Владелец	География присутствия сервиса	Базовая услуга оператора	Тип VoD	Бизнес - модель
«Домашнее телевидение МТС» (http://www.mts.ru/internet/mts_stream/)	2005	ОАО «КОМСТАР» – Объединенные ТелеСистемы»	РФ	Мобильная связь, ШПД, IPTV	VoD	Подписка
«Домашний кинозал «АКАДО» (http://cinema.akado.ru)	2006	Компания «АКАДО»	ЦФО (Москва, Московская область)	Интернет, IPTV, цифровая телефония	VoD	Плата за просмотр
«ВидеотеQa QWERTY» (http://www.qwerty.ru)	2007	ОАО «Центральный Телеграф»	ЦФО (Москва, Московская область)	Интернет, IPTV	VoD	Плата за просмотр
Видеопрокат от «Билайн ТВ» (http://www.tv.beeline.ru)	2009	ОАО «Вымпелком»	ЦФО (Москва, Московская область), СЗФО (Санкт- Петербург)	Мобильная связь, ШПД, IPTV	VoD	Плата за просмотр
«Видеопрокат от Ростелеком»* (бывший «Видео по запросу «Авангард ТВ») www.rt.ru	2007	ОАО «Связьинвест»	СЗФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр

Наименование	Год запуска услуги	Владелец	География присутствия сервиса	Базовая услуга оператора	Тип VoD	Бизнес - модель
«Видеопрокат от Ростелеком» (бывший «Виртуальный кинозал», Видео по запросу «Utel TV») www.rt.ru	2007	ОАО «Связьинвест»	УФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр
«Видеопрокат от Ростелеком» (бывший «Видео по запросу «Disel-TV») www.rt.ru	2008	ОАО «Связьинвест»	ЮФО и СКФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр
«Видеопрокат от Ростелеком» (бывший «Видео по запросу ТВист»), www.rt.ru	2008	ОАО «Связьинвест»	СФО, ДФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр
«Видеопрокат от Ростелеком» (бывший «Видео по запросу Домолинк ТВ») www.rt.ru	2009	ОАО «Связьинвест»	ЦФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр
«Видеопрокат от Ростелеком» (бывший «Видео по запросу Tvi») www.rt.ru	2009	ОАО «Связьинвест»	ДФО	IPTV, Интернет	VoD	Плата за просмотр
«Кинозалы Триколор ТВ» (http://kino.tricolor.tv/kino/)		ЗАО «Национальная Спутниковая Компания»	РФ	Спутниковое ТВ	PPV	Подписка
«Видеотека Дом.ru» (http://www.domru.ru)	2009	ЗАО «ЭР-Телеком Холдинг»	ЦФО, ПФО, СЗФО, УФО, СФО	IPTV	VoD	Подписка
«Кинодром НТВ-плюс» (http://www.kinodrom.ntvplus.ru)	2008	Холдинг «Газпром-Медиа»	РФ, Украина	Спутниковое ТВ	PPV	Плата за просмотр
Спутниковое кино «StarBlazer» (http://www.starblazer.ru)	2009	ГК «Рэйс коммуникейшнс»	в зоне покрытия спутников Intelsat 904 и Экспресс АМЗЗ	Спутниковый Интернет	PPV	Плата за просмотр

*Летом 2012 г. сервисы видео по запросу региональных операторов, принадлежащих компании «Ростелеком», были объединены в единый общий сервис – «Видеопрокат», предоставляемый на территории всей России.

Операторы видео по запросу в Рунете

Количественная оценка аудитории конкретных интернет-ресурсов, а также объема производимых пользователями закачек/просмотров в России крайне затруднена ввиду закрытости данной информации. Тем не менее возможность составить рейтинг легальных сервисов относительно друг друга имеется: так, по данным компании «LiveInternet», ведущие позиции на рынке занимают ivi.ru (который наряду с бесплатными для пользователя фильмами предлагает сейчас и платный каталог – под маркой «ivi+»), tvigle.ru и megogo.ru, работающие по рекламной модели.

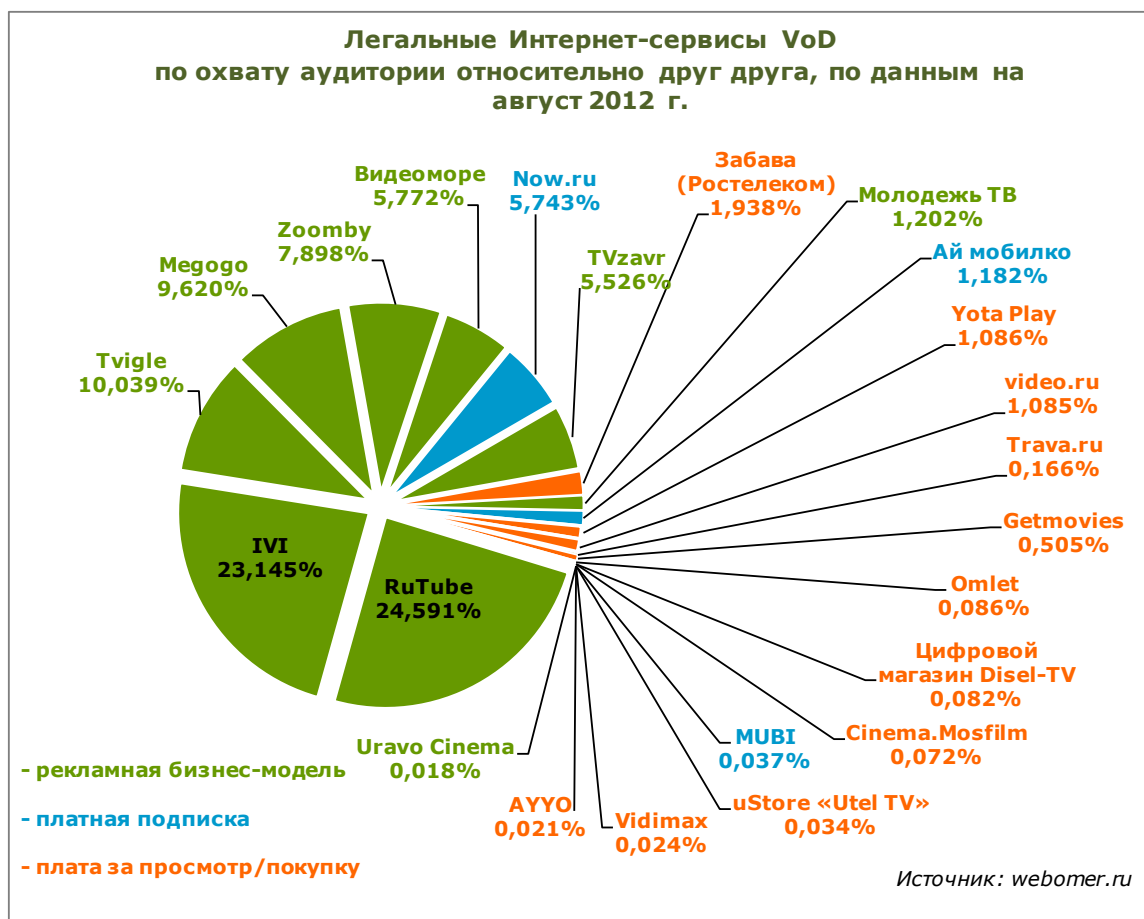


Рисунок 88. Легальные Интернет-сервисы VoD по охвату аудитории относительно друг друга, по данным на август 2012 г.

В то же время, по результатам опроса пользователей Рунета и посетителей кинотеатров в декабре 2011 года, проведенного Невафильм Research, выяснилось, что бесплатными сайтами для просмотра полнометражных фильмов в Интернете обычно пользуются не менее 42 % россиян, тогда как платные сервисы видео по запросу пока не очень распространены – реально их используют не более 1 % респондентов.¹¹³ При этом в рейтинге упоминаний¹¹⁴ самыми популярными сервисами видео по запросу в Интернете стали бесплатные сайты ivi.ru, video.ru и zoomby.ru, а среди платных – «iTunes», omlet.ru и now.ru.

Таблица 37. Рейтинг узнавания интернет-сайтов для легального просмотра видео в Рунете (декабрь 2011 г.)

Сайт	Доля упоминаний при опросе в кинотеатре	Доля упоминаний при опросе в Интернете	Общая доля упоминаний при опросе в кинотеатре и в Интернете
video.ru	21,6%	3,2%	19,4%
ivi.ru	13,0%	18,2%	13,6%
zoomby.ru	14,5%	6,1%	13,5%

¹¹³ Для оценки реального поведения респондентов им предлагалось указать, где они посмотрели три последних фильма.

¹¹⁴ Респондентам предлагалось выбрать из списка сайты, которыми они пользовались для просмотра фильмов хотя бы один раз.

Сайт	Доля упоминаний при опросе в кинотеатре	Доля упоминаний при опросе в Интернете	Общая доля упоминаний при опросе в кинотеатре и в Интернете
iTunes	12,1%	7,2%	11,5%
omlet.ru	11,8%	3,7%	10,9%
videomore.ru	8,6%	3,2%	8,0%
now.ru	7,1%	3,4%	6,6%
trava.ru	4,9%	0,3%	4,4%
tvigle.ru	3,7%	3,8%	3,7%
tvzavr.ru	3,3%	0,9%	3,0%
iMobilco	2,9%	0,2%	2,6%

Источник: Невафильм Research

Таблица 38. Услуги VoD в Интернете и мобильных сетях

Наименование	Год запуска услуги	Владелец	Тип VoD	Бизнес - модель
« Tvigle » http://www.tvigle.ru	2009	ЗАО Компания «Техноинвест» (венчурный фонд Allianz РОСНО)	VoD (streaming), приложение для мобильных устройств	рекламная
« Getmovies » http://www.getmovies.ru	2006	ООО «ИКС-Медиа Диджитал»	VoD (streaming, downloading)	плата за просмотр, подписка
« IVI+ » http://www.ivi.ru/plus/	2012	Холдинг «ru-Net Ltd.», холдинг «Проф Медиа»	VoD сервис (streaming),	подписка
« IVI » http://www.ivi.ru	2010	Холдинг «ru-Net Ltd.», холдинг «Проф Медиа»	VoD сервис (streaming), приложение для мобильных устройств	рекламная
« Megogo » http://megogo.net/ru	2011	«Топ Медиа Дистрибьюшн Лимитед»	VoD (Streaming)	рекламная
« Mubi » http://mubi.com/	2010	-	VoD (Streaming)	плата за просмотр
« Now.ru » http://www.now.ru/	2010	Холдинг «Газпром-медиа»	VoD (streaming, downloading)	плата за просмотр, подписка
« Play » http://yotaplay.ru/	2011	ЗАО «Скартел»	VoD (Streaming)	плата за просмотр
« RuTube » http://rutube.ru/feeds/movies/	2011	Компания «Rutube»	VoD (Streaming)	рекламная
« Stream » (бывший «Omlet.ru») http://stream.ru	2009	ОАО «Мобильные ТелеСистемы»	VoD (downloading, streaming), приложение для мобильных устройств	плата за просмотр
« TV-to-Go » http://www.togo.tv	2005	н/д	VoD сервис для мобильного телефона (downloading, streaming)	плата за просмотр
« Tvzavr » http://www.tvzavr.ru	2010	ООО «Тивизавр»	VoD сервис (streaming), приложение для мобильных	рекламная

Наименование	Год запуска услуги	Владелец	Тип VoD	Бизнес - модель
			устройств	
«Uravo» http://www.uravo.tv	2009	ГК «Uravo»	VoD (streaming)	рекламная
«Video.ru» http://www.video.ru	2009	Компания «Digital Video Network»	VoD сервис (downloading, streaming)	плата за просмотр, подписка
«Videomore» http://videomore.ru/	2010	ЗАО «Эверест-С»	VoD (Streaming), приложение для мобильных устройств	рекламная
«Vidimax» http://www.vidimax.ru/	2011	ООО «Видимакс»	VoD (Streaming), приставка к ТВ	плата за просмотр
«Zoomby» http://www.zoomby.ru	2010	ВГТРК, ОАО «Веб-ТВ», WebMediaGroup (WMG)	VoD (Streaming)	рекламная
«Айю» http://ayyo.ru/	2012	ООО «Айю»	VoD (Streaming)	плата за просмотр
«Аймобилко» http://www.imobilco.ru/	2011	ООО «Аймобилко»	VoD (Streaming)	плата за просмотр, подписка
«Забава» http://zabava.ru/	2012	ОАО «Ростелеком»	VoD (Streaming)	плата за просмотр, подписка
«Кинозал YouTube» http://www.youtube.com/movies	2011	-	VoD (Streaming)	рекламная
«Мобильное ТВ от МТС» http://www.mts.ru/internet/mobil_inet_and_tv/mobtv/	2010	ОАО «Мобильные ТелеСистемы»	Мобильное ТВ	подписка
«Молодежь ТВ» http://molodej.tv/	2010	ГК «Yellow, Black and White»	VoD (Streaming), приложение для мобильных устройств	рекламная
«Онлайн кинотеатр Мосфильма» http://cinema.mosfilm.ru/	2010	ФГУП Киноконцерн «Мосфильм»	VoD (Streaming), PPV, приложение для мобильных устройств	рекламная, плата за просмотр, подписка
«Пультер» http://pulter.ru/	2010	ООО «ИПЭГ»	VoD (Streaming)	рекламная
«Трава.Ру» http://trava.ru/	2009	ЗАО «МераЛабс»	VoD (Streaming)	плата за просмотр

Источник: Невафильм Research

3.6.3 Тенденции и перспективы развития видео по запросу

Анализируя процессы развития сервисов видео по запросу в России, всю историю данных услуг в стране можно разделить на три этапа, определяющие тенденции и перспективы развития этого рынка:

- **I этап – 2005–2010 гг.** Период зарождения рынка видео по запросу, начавшийся с первых экспериментов в виде платы за просмотр одностороннего видеопотока (pay-per-view). Далее рынок двигался в сторону все большего взаимодействия с аудиторией. Одновременно на рынке шло движение от платной бизнес-модели предоставления доступа – к рекламной, при которой просмотр становится для зрителя бесплатным.
 - Для данного этапа было характерно освоение все новых технологических платформ (спутник, сети IPTV, Интернет, мобильные устройства), доступ населения к которым

упрощался, а технические возможности совершенствовались.

- Библиотеки прав в руках операторов VoD были небольшими, а число готовых к сотрудничеству правообладателей – ограниченным, поскольку правила взаимодействия с ними только формировались. Многие дистрибьюторы и кинопродюсеры опасались отдавать права без гарантированного дохода и претендовали на получение большого первоначального взноса, выплату которого многие начинающие сервисы не могли себе позволить.
- Сервисы были не слишком известны российской аудитории: их распространению мешали скудность выбора контента, труднодоступность и малопонятность для пользователя, а также высокий уровень видеопиратства в стране.
- Концом данного этапа развития мы полагаем приход крупных телекомпаний на рынок: когда сервис catch-up TV открыли на своих сайтах крупнейшие телеканалы, а сервис pay-per-view был запущен крупнейшим оператором спутникового телевидения в России, имеющим десятиmillionную базу абонентов – «Триколор-ТВ».

Таким образом, к концу первого этапа, во-первых, произошло резкое увеличение потенциального числа пользователей сервисов видео по запросу, а во-вторых, возрос объем контента, доступного зрителям на легальной основе.

- **II этап – 2011–2012 гг.** Период быстрого роста рынка, для которого характерно увеличение не только числа сервисов, но и размеров их каталогов.
 - Происходит ранжирование игроков и формирование устоявшегося «ландшафта» отрасли: начало этого процесса было спровоцировано притоком крупных инвестиций на рынок. В Интернете появляются сервисы от медийных холдингов, таких как «Газпром Медиа» (now.ru) и «Проф Медиа» (ivi+), которые формируют свои каталоги при помощи контрактов со множеством производителей, в том числе с голливудскими мейджорами.
 - Большие инвестиции позволяют повысить рекламную активность сервисов в средствах массовой информации. Все это ведет к большей узнаваемости сервисов VoD среди населения страны¹¹⁵ и формированию привычки обращения к легальным способам просмотра контента.
 - Операторы начинают стремиться к получению эксклюзивных прав на контент, а также к сокращению «окна» до появления фильмов «по запросу». Премьерный контент предлагается по премиальной цене, тогда как фильмы каталога часто становятся доступны бесплатно даже на платных сервисах – границы между платными и бесплатными платформами стираются.

¹¹⁵ Хотя к концу 2011 г., согласно данным Невафильм Research, к просмотру фильмов на платных сервисах видео по запросу обращалось не более 4 % россиян, мы полагаем, что за последний год этот уровень должен был вырасти.

- Операторы сервисов видео по запросу в Интернете ищут новые технические платформы: через телевизоры с функцией Smart-TV и ТВ-приставки или игровые консоли; развитию мобильных сервисов способствует долгожданный запуск сети LTE.
- **III этап – 2013–2014 гг.** Третий этап развития рынка начнется уже в ближайшие годы – с момента прихода на российский рынок крупных мировых игроков.
 - Так, к концу 2012 г. в России должен официально заработать музыкальный магазин iTunes, после чего можно ожидать расширения спектра доступного контента. Операторы игровых приставок уже открыли сервисы продажи игр через сетевое подключение: «PlayStation Network» доступно в России с сентября 2009-го, а «Xbox Live» – с осени 2010-го; и хотя пока через приставку нельзя купить фильмы, с приходом других международных участников «Sony» и «Microsoft» наверняка расширят предложение своих магазинов. Эти процессы приведут к очередному пересмотру позиций игроков рынка и к смене их состава.
 - Кроме того, есть вероятность, что общемировая практика предоставления услуг видео по запросу исключительно на платной основе может стать доминирующей на российском рынке, где до сих пор более распространенной была рекламная бизнес-модель, позволявшая эффективно бороться с бесплатным пиратским кинопотреблением.

3.7 Видеопиратство в России¹¹⁶

3.7.1 Видеопиратство на физических носителях

Рынок продаж DVD в России берет свое начало с 1999 г. Поначалу этот рынок оказался вне «поля зрения» видеопиратов, работавших с видеокассетами, поскольку и сами диски, и проигрывающие их устройства стоили достаточно дорого. Но уже к 2002 г. ситуация резко изменилась благодаря появлению в продаже китайских DVD-проигрывателей; пираты мгновенно перешли к новому формату и заняли около 97 % рынка. В этот момент крупнейшие DVD-издатели создали собственную ассоциацию, главной задачей которой стала борьба с физическим пиратством в аудиовизуальной сфере.¹¹⁷ Кроме того, с 1997 г. активную антипиратскую деятельность в России стала вести некоммерческая организация РАПО, представляющая интересы голливудских мейджоров. Основными задачами подобных объединений стало выявление противоправных действий (снятие экранных копий, изготовление, тиражирование и распространение нелегальных дисков) и проведение специальных тренингов для представителей правоохранительных органов по обнаружению и распознаванию контрафактной продукции.

В результате подобной антипиратской деятельности, а также благодаря ужесточению уголовной ответственности за нее и участвующим милицейскими рейдами (в связи с активизацией переговоров по вступлению России в ВТО) к 2008 г. в России был достигнут определенный прогресс в этом направлении.¹¹⁸ Весной 2009-го Ассоциация DVD-издателей оценивала долю пиратской продукции на российском DVD-рынке приблизительно в 75–80 % от общего объема продаж.¹¹⁹ Аналогичную оценку приводила компания «Авента-Инфо», специализирующаяся в области интеллектуального права: к середине 2009 г. на долю контрафакта в сфере аудиовидеодисков приходилось около 85 % общего объема товаров, представленных на рынке.¹²⁰ Исходя из этих оценок и известного уровня легальных продаж можно сделать вывод о том, что оборот пиратского DVD-рынка за 2009 г. составил от 134 до 141 млн дисков.

С выходом на рынок нового цифрового формата (Blu-Ray) сразу же появилось и предложение пиратских BD. Однако, по данным РАПО, пираты продавали не настоящий Blu-Ray, а два варианта подделок: болванки BD-R без соответствующего оригиналу меню или DVD9, печатающиеся на обычной линии DVD и проигрывающиеся на компьютере (при наличии специальных кодеков) и на PS3.¹²¹ В 2011-м на рынке также появились поддельные Blu-Ray 3D. Основой фальшивкам служили низкокачественные материалы, взятые из Интернета (так называемая стереопара), конвертируемые в формат, совместимый с современными Blu-Ray 3D плеерами. При этом пиратами зачастую выпускались фильмы, не вышедшие в «трехмерном» формате официально.

В марте 2011 г. (доклад, посвященный проблеме защиты контента в России) американские правообладатели указали, в 2010-м в стране наблюдалось резкое увеличение числа экранных копий, снятых в кинотеатрах и распространяемых в Интернете по всему миру. При этом силы

¹¹⁶ Раздел подготовлен при участии Максима Кулиша, «Internet Copyright Management», <http://ruprotect.com>.

¹¹⁷ Интервью с Андреем Посадским, президентом «Ассоциации ДиВиДи издателей». Электронный выпуск журнала «Кинемеханик», № 26, 2010.

¹¹⁸ Дорохов Роман. Пираты спрятались // Ведомости, 16 мая 2008 г.

¹¹⁹ Гончарова Ольга, Парфентьева Ирина. Пираты раскрутили диски // Коммерсантъ, 19 марта 2009 г.

¹²⁰ Иван Петров. Без знака качества. РБК Daily, 21.08.2009.

¹²¹ Российская антипиратская организация: кризис не мешает нам работать. Статья на сайте киноvideообъединения «Крупный план», 25 марта 2009 г.

правоохранительных органов по-прежнему нацелены на борьбу с нелегальным распространением физических носителей, которые уже давно вытесняются видеопиратством в Интернете. Продажи контрафактных физических носителей начали сокращаться в России раньше, чем продажи лицензионных дисков; особенно это заметно в крупных городах. Распространение безлимитного Интернета пираты почувствовали первыми. Если несколько лет назад в Москве можно было найти точки с контрафактной продукцией рядом с практически каждой железнодорожной станцией или станцией метро, то сейчас их количество не превышает одной-двух или таковые вообще отсутствуют. По мнению юриста «Ассоциации DVD Издателей» Алексея Кубышкина, рынок контрафактной продукции в 2011 г. сократился на 25–30 % в масштабах всей страны и на 40–45 % в Москве и Московской области. Тем не менее, по оценке того же эксперта, доля контрафактных дисков на всем российском видеорынке составляет около 50 % и приблизительно 30 % в Москве и области.

3.7.2 Видеопиратство в Интернете

Одновременно с этим в России развивается коммерческая деятельность по защите контента от несанкционированного использования в Интернете. Подобные услуги начали развиваться в стране в 2007 г. – первой на рынке была ныне несуществующая «Video24». Сейчас их оказывают уже несколько компаний («Internet Copyright Management» насчитывает не менее 4–5 серьезных игроков, среди них – «Web Control»¹²², «Вэб Шериф»¹²³, «Русский щит»¹²⁴, «Ассоциация DVD-издателей»). Эти компании занимаются активным мониторингом Рунета и принимают меры для предотвращения противоправных действий, а также проводят мероприятия против пиратства на физических носителях. Собственные внутренние отделы по защите своего контента от интернет-пиратов сформировали все компании мейджоры, однако пока признают, что с Россией и СНГ без сторонней помощи совладать не могут. Защита фильмов в период кинопроката уже считается нормой. В 2012 г. в борьбе с интернет-пиратством активизировались и сетевые сервисы видео по запросу (ivi.ru, megogo.net. now.ru и др.), инвестирующие в интернет-права большие средства.

Срок защиты, к которой прибегают дистрибьюторы, в основном составляет один месяц после выхода картины в кинотеатрах. При этом процесс защиты состоит из следующих действий:

- первый шаг – мониторинг русскоязычного пространства Интернета;
- второй шаг – предъявление требований по удалению файлов, закрытию торрент-раздач и прекращению онлайн-трансляций;
- третий шаг – мониторинг и удаление всего контента, который был обновлен;
- отдельно также проводятся работы с смс-сайтами и результатами поисковиков.

В результате таких действий на период защиты пиратские копии убираются из сети (причем большинство торрентов, файлохранилищ и социальных сетей реагируют на обращения правообладателей и удаляют указанные ссылки и файлы; отказываются сотрудничать не более 5 % сайтов). Поэтому пользователи, склонные к кинотеатральному просмотру, не получив возможности найти фильм в Интернете, идут в кино. Те же пользователи, которые привыкли смотреть контент на домашних мониторах, ждут окончания защиты.

¹²² <http://www.web-control.ru>

¹²³ <http://www.websheriff.ru>

¹²⁴ <http://rsnw.ru>

Что касается деятельности правоохранительных органов в сфере борьбы с интернет-пиратством, то пока здесь делаются только первые шаги. Прецеденты реального наказания есть, но они носят публичный и формальный характер. Например, громкие дела по «закрытию» таких сайтов, как torrents.ru в феврале 2010-го или interfilm.ru: оба они переехали в доменную зону -org и продолжают функционировать (первый по адресу rutracker.org, второй – bithouse.org).

Любопытно, что после этих случаев в мае 2010 г. хостинг-провайдеры подписали хартию о безопасном Интернете¹²⁵, предусматривающую противодействие распространению противоправной информации: хостеры готовы сами проверять сайты, размещенные на их серверах, и удалять противозаконные публикации (в том числе детскую порнографию, контрафакт или призывы к экстремизму).¹²⁶ 8 июля 2010 г. хартию поддержала Государственная дума РФ. В то же время деятельность защитных организаций в России довольно разрозненна – отдельные коммерческие компании работают лишь в интересах своих клиентов, не взаимодействуя друг с другом или с РАПО (представляющей интересы голливудских мейджоров), что уменьшает общую эффективность антипиратских мероприятий.

В 2011 г. во всем мире усилилось внимание правообладателей (продюсеров и дистрибьюторов) к вопросам видеопиратства и защиты своих произведений в Сети. Под их давлением еще в январе крупнейший в мире поисковик Google начал исключать пиратские сайты из поискового списка, причем к апрелю практика удаления ссылок на поставщиков нелегального контента стала применяться уже без решения суда – лишь по требованию правообладателей.

При этом онлайн-просмотр (стриминг) набирает обороты с каждым годом благодаря росту скорости каналов доставки и удешевлению подключения к Интернету как по всему миру, так и в России. Эти процессы на руку не только пиратским сайтам, но и легальным интернет-площадкам, поскольку последние обладают таким преимуществом перед первыми, как возможность интеграции с мультимедийными приставками, плеерами и HD-телевизорами с возможностью выхода в Интернет.

В то же время в связи вступлением в силу «Закона о полиции» теперь в России стало возможно блокировать сайты, распространяющие нелегальный контент, без решения суда.

Так или иначе сегодня в России уже до 90 % всех правообладателей (как кинодистрибьюторов, так и обладателей других прав: видео, Интернет) занимаются самостоятельной защитой своего контента в Сети при помощи специализированных компаний или собственных служб безопасности.

По данным Минкомсвязи, в 2011 г. Россия стала страной с самым большим количеством интернет-пользователей в Европе (70 млн человек, 49 % населения страны), что говорит о большом потенциале в сфере интернет-продаж.

Также стремительно повышается скорость интернет-каналов. Если на первом этапе распространения доступа в Интернет доминировало стремление к максимально широкому охвату новых пользователей, то сейчас провайдеры постепенно переходят к увеличению скорости уже подключенных абонентов. Это отражается на способе потребления видео.

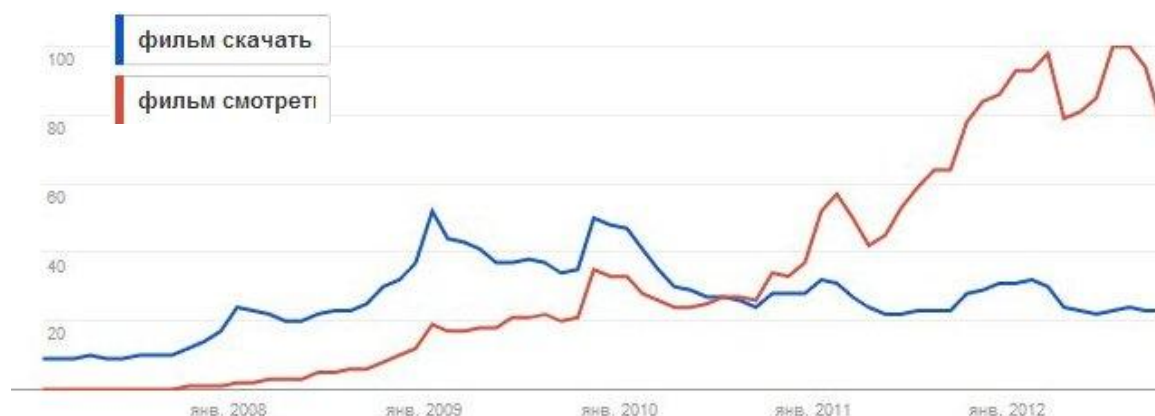
Уже осенью 2010 г., по статистике «Google Trends», половина пользователей искали в сети «фильм онлайн+смотреть» и половина – «фильм+скачать». В начале 2011 г. количество запросов «фильм онлайн»

¹²⁵ <http://hostdeclaration.ru>

¹²⁶ Голицына Анастасия. Провайдеры против порно // Ведомости, 25 мая 10 г.

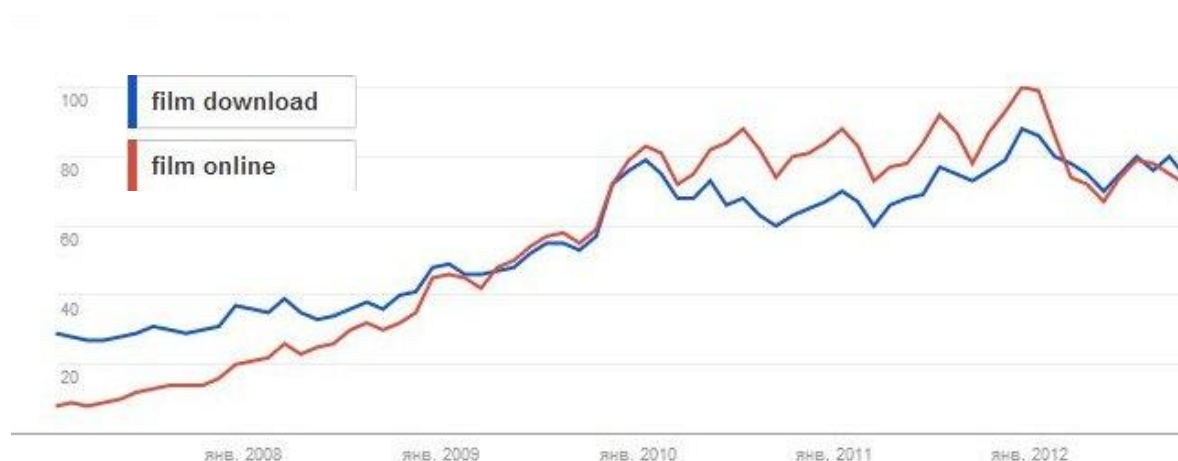
или «фильм смотреть» превысило число запросов по скачиванию; сейчас этот разрыв стал еще большим. И в этом отношении российские интернет-пользователи разительно отличаются от англоязычной аудитории: по данным «Google Trends», запросы «film download» и «film online» встречаются примерно с одинаковой частотой.

Рисунок 89. Динамика числа запросов в Google «фильм скачать, фильм онлайн»



Источник: Google Trends

Рисунок 90. Динамика числа запросов в Google «film download, film online»



Источник: Google Trends

По оценке «Internet Copyright Management», самым популярным источником просмотра онлайн-видео в России является социальная сеть «ВКонтакте», на которую приходится до 90 % всех онлайн-просмотров нелегального контента. Несмотря на то что руководство «ВКонтакте» сотрудничает с правозащитными организациями и предоставляет им административные права на блокирование пиратского контента, размещенного на портале, правообладатели порой обращаются в суд с претензиями к самому популярному социальному сайту Рунета. Вместе с тем весной–летом 2010-го социальные сети сами пошли навстречу «легализации» видеоконтента на своих страницах: в марте легальный контент портала video.ru начал продаваться в социальных сетях (vk.com, my.mail.ru, mirtesen.ru) на базе платформы, разработанной компанией «Видеолюбитель»¹²⁷; в июле контент портала ivi.ru стал доступен бесплатно

¹²⁷ Малахов Александр. В сетях нашелся «Видеолюбитель» // Коммерсантъ, 15 марта 2010 г.

(по рекламной модели) в социальных сетях (vk.com и my.mail.ru) в виде специального приложения.¹²⁸ 2010–2011 гг. стали периодом активного развития бесплатных и легальных онлайн-сервисов видео по запросу в социальных сетях с целью борьбы с пиратством в Интернете. Помимо этого легальные сервисы VoD стали интегрироваться в мобильные устройства, видеоплееры и телевизионные приставки.

О популярности социальной сети «ВКонтакте» также свидетельствуют результаты опроса пользователей Интернета, проведенного Невафильм Research в декабре 2011 г.: онлайн-просмотр «ВКонтакте» уступает только закамкам с торрентов.



Рисунок 91. Рейтинг популярности сайтов с нелегальным контентом среди пользователей Рунета в декабре 2011 г.

По данным на конец 2011 г., более 80 % видеотрафика в Рунете составляют просмотры новинок, которые активно рекламируются кинопрокатчиками. При этом в связи с улучшением качества связи (скорости доступа в Сеть) меняется и характер спроса на качественный контент: экранные копии с каждым годом теряют свою популярность, а число имеющихся в Рунете DVD или BD (HD) копий возросло до 82 %.

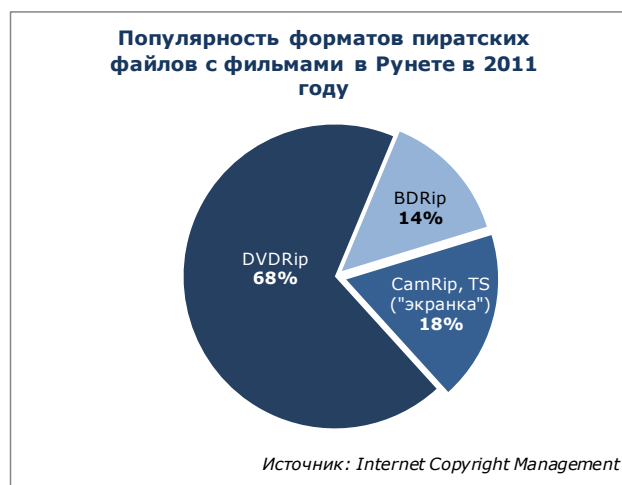


Рисунок 92. Популярность форматов пиратских файлов с фильмами в Рунете в 2011 году

В последние годы меняются каналы скачивания нелегального видео в России. Файлохранилища стремительно теряют свою аудиторию или же

¹²⁸ Малахов Александр. Социальные сети легализуют видео // Коммерсантъ, 23 июля 2010 г.

начинают предоставлять возможность просмотра фильмов онлайн. Также на популярности файлохранилищ сказывается их уязвимость для правоохранительных органов по всему миру. Так, в 2011 году был конфискован один из самых крупных серверов – Megaupload.com, что, с одной стороны, стало причиной протестов пользователей по всему миру, а с другой – примером для правоохранительных органов: после этого в ряде стран были закрыты некоторые файлохранилища.

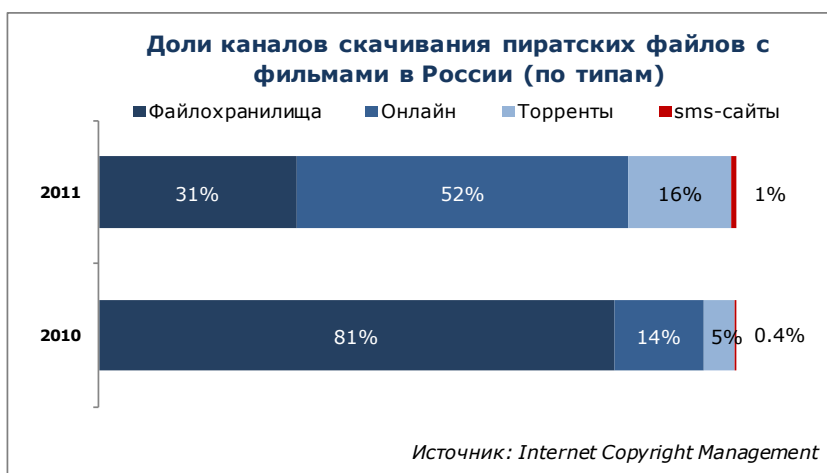


Рисунок 93. Доли каналов скачивания пиратских файлов с фильмами в России (по типам)

Что касается российских сайтов, способствовавших распространению видеопиратства в 2011-м – начале 2012-го, то специалисты «Internet Copyright Management» составили несколько рейтингов таких ресурсов: как среди тех, чьей основной деятельностью является распространение нелегальных копий фильмов, так и среди тех, где эти копии появляются периодически, а также среди сайтов – первоисточников пиратских копий, не реагировавших на запросы правообладателей о появлении нелегального контента.

Таблица 39. Список сайтов, основной деятельностью которых в 2011 г. и в первом квартале 2012 г. являлось распространение нелегальных копий фильмов

Сайт	Тематический индекс цитирования Яндекс	Google Page Rank	Позиция сайта в рейтинге «миллион самых популярных сайтов» по версии alexa.com
rutracker.org	4500	6	281
my-hit.ru	850	4	1262
rutor.org	950	6	1296
torrentino.com	550	5	2206
tfile.ru	1100	4	2551
kinozal.tv	900	5	2240
nnm-club.ru	800	5	2078
fast-torrent.ru	475	5	4636
zerx.ru	210	3	5036
torrentszona.com	100	5	22705

Источник: «Internet Copyright Management»

Таблица 40. Список популярных сайтов, на которых периодически появлялись нелегальные копии фильмов в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.

Сайт	Тематический индекс цитирования Яндекс	Google Page Rank	Позиция сайта в рейтинге «миллион самых популярных сайтов» по версии alexa.com
vk.com	84000	7	38
youtube.com	150000	9	3
rutube.ru	11000	7	1613
video.yandex.ru	8300	7	-
video.mail.ru	5900	6	-
letitbit.net	8200	5	355
vip-file.com	3000	4	6734
shareflare.net	1900	4	2136
rapidshare.com	2600	6	191
depositfiles.com	14000	6	187

Источник: «Internet Copyright Management»

Таблица 41. Список популярных сайтов, которые не реагировали на жалобы правообладателей в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.

Сайт	Тематический индекс цитирования Яндекс	Google Page Rank	Позиция сайта в рейтинге «миллион самых популярных сайтов» по версии alexa.com
rutor.org	950	6	1296
nnm-club.ru	800	5	2078
my-hit.ru	850	4	1262
kinozal.tv	900	5	2240
stepashka.com	200	3	10320
pirat.ca	190	3	28113
rapidzona.com	80	2	69872
free-torrents.org	425	5	11299
goldenshara.com	80	4	60331
uniongang.tv	70	4	24398

Источник: «Internet Copyright Management»

Таблица 42. Список сайтов, являвшихся источниками первых пиратских копий фильмов в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.

Сайт	Кол-во релизов*
uniongang.tv	13
relizlab.org	2
rutor.org	2
kikteam.net	1
vk.com	1
pirat.ca	1
thepiratebay.se	1
rutracker.org	1

Источник: «Internet Copyright Management» (количество первых пиратских копий фильмов из 40 фильмов, которые находились в указанный период под защитой компании ICM)

Таким образом, сегодня наибольшую угрозу кинобизнесу в России представляет интернет-пиратство, прежде всего онлайн-просмотры, объемы которого нарастают по мере распространения широкополосного доступа в Сеть. Эта форма нелегального потребления контента оказывает влияние не только на рынок лицензионного видео, но и на пиратство на видеоносителях. В то же время развитие легальных сервисов видео по запросу должно способствовать искоренению этой проблемы.

Глава 4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ

4.1 Международное сотрудничество на государственном уровне

4.1.1 Соглашения о совместном кинопроизводстве

Государственная поддержка проектов совместного кинопроизводства в Российской Федерации предоставляется фильмам, получившим статус национальных, что позволяет к тому же воспользоваться льготой по освобождению от уплаты НДС. Статус национального фильма могут получить проекты совместного кинопроизводства:

1. со странами, с которыми у Российской Федерации подписаны международные соглашения о совместном кинопроизводстве;
2. с государствами-участниками Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве (1992 г.). Россия стала ее участницей в начале 1994 г., что позволило начать реализацию трехсторонних кинопроектов;
3. в целях расширения возможностей по совместному кинопроизводству со странами, не имеющими международных договоров с Российской Федерацией и не являющимися членами Европейской конвенции о совместном кинопроизводстве, с 1 мая 2010 г. в Федеральный закон Российской Федерации № 126-ФЗ от 22 августа 1996 г. «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» внесены изменения, затрагивающие понятие национального фильма и упрощающие ко-продукцию с другими странами.¹²⁹

Таблица 43. Международные соглашения о совместном кинопроизводстве с участием Российской Федерации по состоянию на 2012 г.

Страна	Дата заключения	Название документа
Франция	08.07.1967	Соглашение о сотрудничестве в области кинематографии между Правительством СССР и Правительством Французской Республики
	06.02.1992	Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Французской Республики о культурном сотрудничестве
Страны Европы (трехсторонние кинопроекты)	30.03.1994	Европейская конвенция о совместном кинопроизводстве (1992)
Канада	05.10.1995	Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Канады об отношениях в аудиовизуальной сфере
Италия	28.11.2002	Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Итальянской Республики о сотрудничестве в области кинематографии
Болгария	07.07.2004	Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Республики Болгария о сотрудничестве в области кинематографии
Страны СНГ	1994	Хартия об основных направлениях и принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области кинематографии

¹²⁹ См. раздел [1.1.4 Обзор нормативных актов, регламентирующих деятельность в сфере кинематографии](#), данного отчета.

Страна	Дата заключения	Название документа
	14.11.2008	Соглашение о совместном фильмопроизводстве
Германия	28.06.2011	Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Федеративной Республики Германия о сотрудничестве в аудиовизуальной сфере (Германо-российский фонд поддержки проектов совместного производства на стадии разработки)

Источник: Министерство культуры

4.1.2 Членство России в международных организациях

С 1993 г. Российская Федерация в лице Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям является членом Европейской аудиовизуальной обсерватории¹³⁰, чью миссию Совет Европы определяет как совершенствование прозрачности европейской аудиовизуальной сферы путем обеспечения информационных услуг для профессионалов.

В 2011 г. завершились многолетние переговоры с Европейским фондом поддержки совместного кинопроизводства и проката кинематографических и аудиовизуальных работ «Евримаж», и с 1 марта того же года Россия является его официальным членом.

За полтора года членства России в фонде поддержку кинопроизводства получили уже 3 проекта с мажоритарным участием: «Я не вернусь» (режиссер И. Рааг, совместное производство с Эстонией, Финляндией и Белоруссией), «Мой маленький» (режиссер С. Дворцовой, совместное производство с Германией и Польшей) и «Москва никогда не спит» (режиссер Дж. О'Рейли, совместный проект с Ирландией); поддержку также получили 4 миноритарных проекта с участием России.

Кроме того, несколько картин были поддержаны в европейском прокате: в их числе «В субботу» Александра Миндадзе и «Эйфория» Ивана Вырыпаева (прокат в Румынии), «Елена» Андрея Звягинцева (прокат в Венгрии и во Франции), «Как я провел этим летом» Алексея Попогребского (прокат в Венгрии и Румынии).

Пять российских кинотеатров были присоединены к сети «Eurimages / Euro Cinema».¹³¹ Кроме того, московский кинотеатр «35 мм» получил финансовую поддержку для установки цифрового оборудования – в ноябре 2012 г. завершается оформление этого соглашения; в фонд поступают и другие заявки от российских региональных кинотеатров, в отношении которых ведется проверка на соответствие их работы условиям получения поддержки от «Евримажа».

4.1.3 Международная деятельность Министерства культуры

К компетенции Министерства культуры относится представление отечественной кинематографии на международных кинофестивалях и кинорынках, что включает в себя поддержку участия российских фильмов в международных фестивалях категории «А», открытие стендов и павильонов российского кино на кинорынках, организацию международных кинорынков и форумов ко-продукции на территории России. В рамках этих задач с 2008 г. Россия представляет свой павильон в Каннах. А с 2009-го в рамках Московского международного кинофестиваля, сначала при поддержке

¹³⁰ www.obs.coe.int

¹³¹ См. раздел [Поддержка ко-продукции и проката российских фильмов за рубежом](#) данного отчета

Министерства культуры РФ, а с 2011 года – Фонда кино, проводится Московский форум ко-продукции («Moscow Business Square»)¹³².

К ведению министерства отнесена также внешнеэкономическая компания «Роскино» (прежнее название – «Совэкспортфильм»), выполняющая мероприятия по продвижению российских фильмов на зарубежные рынки и занимающаяся пропагандой отечественного кино за границей.

4.1.4 Деятельность «Роскино» («Совэкспортфильма»)

В 2011 г. на государственном уровне было принято решение о реорганизации старейшей государственной структуры, занимавшейся продвижением российского кино в мире еще со времен СССР, «Совэкспортфильма»; позднее компания была переименована в ОАО «Роскино»¹³³.

Задачей организации остается продвижение российских фильмов на международных кинофестивалях (в Каннах, Венеции, Берлине, Торонто), на кинорынках (AFM в Лос-Анджелесе, «EFM» в Берлине, «Marché du Film» и «MIPCOM» в Каннах) и премиях («Оскар», «Золотой глобус», премия Европейской академии кино), а также осуществление поддержки дистрибуции российского кино и привлечение инвесторов и партнеров, заинтересованных в совместном производстве с Россией. В 2012 г. обновленная компания уже достигла определенных успехов.

В феврале «Роскино» открыло свое представительство в Лос-Анджелесе – Российскую кинокомиссию в США (Russian Film Commission USA).

В течение года стенды, представляющие российских продюсеров в лице «Роскино», присутствовали на крупнейших международных кинофестивалях и кинорынках. Причем с нынешнего года «Роскино» при поддержке Министерства культуры РФ и Министерства иностранных дел РФ выступает официальным партнером таких кинорынков и фестивалей, как: Американский кинорынок (AFM – здесь была организована серия конференций с участием профессионалов кинобизнеса); первый Венецианский международный кинорынок (VFM); Лондонский кинофестиваль.

Кроме того, в рамках 34-го Московского международного кинофестиваля усилиями «Роскино» и Российской кинокомиссии в США был проведен первый Международный передвижной кинорынок DOORS (Digital October Official ROSKINO Screenings).

Наконец, в ноябре 2012 г. было объявлено о том, что «Роскино» удалось добиться подписания контракта, по которому крупнейший мировой сервис видео по запросу «Hulu» получит доступ к российским кинокартинам.

4.1.5 Международная деятельность Фонда кино

Международный департамент Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии¹³⁴ начал работу с 1 января 2011 г. и сегодня выступает от лица Российской Федерации в деятельности трех двухсторонних соглашений: Франко-российской киноакадемии и Германо-российского фонда поддержки проектов совместного производства на стадии разработки, созданных летом 2011 г., а также новой Российско-итальянской киноакадемии.

¹³² <http://mbsquare.com>

¹³³ <http://roskino.org/news>

¹³⁴ <http://rcfnews.com>

Таблица 44. Участие России в двусторонних международных организациях по поддержке кинематографии

Страна	Дата создания	Название организации	От лица иностранного партнера	От лица России
Германия	29.07.2009	Ассоциация «Друзья немецко-российской киноакадемии»	Представители органов власти, киноинститутов, кинофондов и кинокомпаний Берлина, Бранденбурга, Саксонии	Фонд кино
Германия	28.06.2011	Германо-российский фонд поддержки проектов совместного производства на стадии разработки	MBB Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (Фонд Берлин-Бранденбург), FFA German Federal Film Board («Немецкий Федеральный Кино Фонд»), MDM - Mitteldeutsche Medienförderung GmbH (Фонд Миттелдойче Медиенфёрдерунг)	Фонд кино
Франция	11.07.2011	Соглашение о создании Франко-российской киноакадемии	CNC (Национальный центр кинематографии)	Фонд кино
Италия	11.11.2012	Соглашение о создании Российско-итальянской киноакадемии.	Министерство культурного достояния Италии, Ассоциация кинопродюсеров (ANICA), кинокомпания «Cinecittà Luce», Экспериментальный центр кинематографии в Риме, регион Лацио, Национальная синематека Италии и Синематека Больньи	Фонд кино, Министерство культуры, Ассоциация продюсеров кино и телевидения, киностудия «Мосфильм», ВГИК и Госфильмофонд России

Источник: Фонд кино, Невафильм Research

Партнерами Фонда кино также являются итальянская киностудия «Cinecittà Luce» (с 2010 г.), Европейский продюсерский клуб (European Producers Club, EPC – с июня 2011 г.), Киноакадемия Нью-Йорка (New York Film Academy – с сентября 2011-го) и киностудия «КАЗАХФИЛЬМ» (с сентября 2012-го).

Исходя из списка партнеров, а также задач, стоящих перед международным департаментом Фонда кино, можно выделить несколько направлений его деятельности:

1. работа в рамках двусторонних киноакадемий и фондов,
2. международная образовательная деятельность,

3. представительство и поддержка российских продюсеров на международных фестивалях и кинорынках,
4. поддержка ко-продукции и проката российских фильмов за рубежом,
5. привлечение иностранных съемочных групп в Россию.

Франко-российская киноакадемия

В течение первого года работы киноакадемии был проведен конкурс проектов совместного кинопроизводства, по результатам которого гранты в размере 40 000 евро на разработку были присуждены в ноябре 2011 г. двум победителям: 3D-фильму «Пропавшие комнаты» (режиссер А. Попогребский, продюсер Р. Борисевич) и анимационной ленте «На вершине мира» (режиссер Р. Шайе, продюсер Р. Диенс).

Следующий конкурс был объявлен в октябре 2012 г. – его результаты подвели в ноябре на очередном кинофестивале в Онфлере. Победителями стали четыре совместных кинопроекта, получивших денежные гранты на дальнейшую разработку. Это художественные фильмы российских продюсеров «Взаперти» (режиссер И. Волошин) и «Фрау Мария» (режиссер П. Александрин) – по 20 000 евро соответственно. Инициированными французской стороной стали игровой фильм «Эс» (S) (режиссер Ж. Порт) – 30 000 евро, и документальная лента «Половинки» российского режиссера А. Зарчикова – 10 000 евро.

Кроме того, в июне при поддержке Франко-российской киноакадемии, выдавшей грант на 50 000 евро, прошел трехдневный образовательный семинар для 10 российских и французских продюсеров на базе киношколы ACE (Париж).

Германо-российский фонд поддержки

Тесное сотрудничество между Россией и Германией началось в 2009 г., когда была создана ассоциация «Друзья немецко-российской киноакадемии», на базе которой в июне 2011 г. было принято решение создать Германо-российский фонд поддержки проектов совместного производства на стадии разработки. Фонд начал работу в феврале 2012 г., когда в рамках Берлинского кинофестиваля было отобрано 5 германо-российских проектов для предоставления им грантов на разработку: четыре художественных фильма «Генерал» (режиссер Б. Бакурадзе), «Стокгольмский синдром» (режиссер А. Учитель), «Таджик Джимми» (режиссер Э. Ваккасова), «Оффсайд» (режиссер А. Стриженов) получили по 20 000 евро, и документальный фильм «Лувр на реконструкции» (режиссер А. Сокуров) – 15 000 евро.

В июле 2012 г. был объявлен новый конкурс кинопроектов российско-германского производства, находящихся на стадии разработки. В октябре были объявлены его результаты. Гранты в размере 20 000 евро получили три проекта: «Дорогой Ганс, Милый Петр» (режиссер А. Миндадзе), «Анталыград» (продюсеры А. Роднянский и С. Мелькумов) и «Товарищи» (режиссер Г. Черняк, продюсер А. Учитель).

Образовательная деятельность

В рамках образовательной деятельности международного департамента Фонда кино в 2011–2012 гг. было осуществлено три проекта за рубежом.

В августе 2011 г. 10 молодых российских сценаристов, уже имеющих опыт работы в кино, на телевидении, в журналистике и различных медиа, были направлены на обучение в Нью-Йоркскую киноакадемию (NYFA), которая является партнером Фонда кино.

Вторым образовательным проектом Фонда кино стал уже упомянутый семинар Франко-российской лаборатории в июне 2012 г. А в мае в рамках

Каннского кинорынка Фондом кино был организован обучающий курс «Producers workshop» для пятерых российских продюсеров, представивших на конкурс наиболее перспективные проекты в формате ко-продукции.

Помимо этого Фонд кино регулярно поддерживает проведение мастер-классов зарубежных режиссеров, сценаристов и продюсеров для молодых кинематографистов в Москве.

Представительство России на кинофестивалях

Фонд кино представляет Российскую Федерацию на международных кинофестивалях и кинорынках. Так, в 2012 г. стенд фонда, объединяющий российских продюсеров и дистрибьюторов, был официально представлен в Берлине, Каннах и Венеции.

Поддержка ко-продукции и проката российских фильмов за рубежом

Масштабную деятельность ведет Фонд кино для развития международного сотрудничества с российской стороной.

Так, на Каннском кинорынке 2011 г. были представлены новые возможности по совместному кинопроизводству между Россией и мировым кинообществом в рамках мероприятия «Producers Network», объединяющего более 550 продюсеров по всему миру, где прошла презентация проектов пяти российских компаний.

11 ноября 2011 г. в Британском институте кино (BFI) состоялся Первый российско-британский форум ко-продукции и дистрибьюции, где свои проекты представили также пять российских продюсеров. Мероприятие прошло в рамках 5-го Лондонского фестиваля российского кино, организуемого фондом «Academia Rossica».

В рамках работы по продвижению отечественных картин в прокате США, а также с целью импортирования американского опыта кинопроизводства Фонд кино совместно гильдией продюсеров Казахстана в 2012 г. открыли свое официальное представительство в Лос-Анджелесе.

Одним из самых значительных событий, призванных развивать ко-продукцию в России, является деловая площадка Московского международного кинофестиваля «Moscow Business Square», прошедшая в 2012 году уже в четвертый раз и уже второй год поддерживаемая и организуемая Фондом кино. Ключевым событием MBS является форум ко-продукции, в рамках которого отечественные и зарубежные кинопродюсеры представляют свои проекты, нацеленные на совместное производство. В этом году было подано более 100 заявок из 25 стран. Для участия в форуме были отобраны 23 проекта, а победителями стали два фильма: российский «Civilians» (режиссер С. Бодров) и британский «Competition» (режиссер П. Гринуэй). Каждый из них получил грант от Фонда кино в размере 5000 евро.

Наконец, новшеством 2012 г. стал международный киносмотр «Red Square Screenings», организованный совместно Фондом кино и инициативной группой RAC («RussiansAreComing!») в октябре. В течение четырех дней в «Кинозале ГУМ» были представлены 50 российских картин 2011–2012 гг., в том числе участники крупнейших международных и российских кинофестивалей; в программу также были включены эксклюзивные показы наиболее ожидаемых российских кинопроектов, находящихся на стадии производства или монтажно-тонировочного периода. Для знакомства с новинками российского кино в Москву специально были приглашены свыше 100 иностранных гостей – дистрибьюторы и агенты, а также представители крупнейших кинорынков и кинофестивалей. Партнерами мероприятия, также представившими свои новые фильмы, стали Государственное агентство по вопросам кинематографии Украины и киностудия «Казахфильм».

Привлечение иностранных съемочных групп

С целью привлечения зарубежных продюсеров для съемок в России в международном департаменте Фонда кино ведется постоянная работа по выпуску ежегодных справочников «Location Guides» и «Co-production Guide», которые публикуются на сайте Фонда и распространяются на стендах международных фестивалей и кинорынков. Кроме того, в июне 2012 г. американское представительство Фонда кино впервые приняло участие в крупнейшей специализированной выставке «Location Trade Show» в Лос-Анджелесе, представив возможности съемок в России.

4.2 Ко-продукция: 2010-й – первая половина 2012 г.

За данный период было завершено 33 художественных полнометражных фильма, снятых совместно с другими странами. Доля проектов с мажоритарным и с миноритарным участием России была одинакова (по 6 фильмов; в то же время для 21 картины доля инвестиций отечественных и зарубежных продюсеров неизвестна), тогда как число картин, снятых в рамках официальных международных соглашений о ко-продукции, было меньше (8), чем произведенных вне этих договоров (14; еще по 11 картинам точно установить соответствия условиям международных соглашений не удалось).

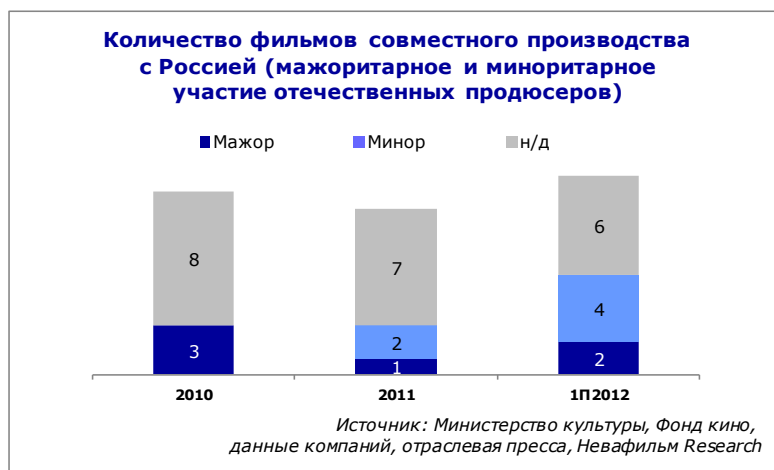


Рисунок 94. Количество фильмов совместного производства с Россией (мажоритарное и миноритарное участие отечественных продюсеров)

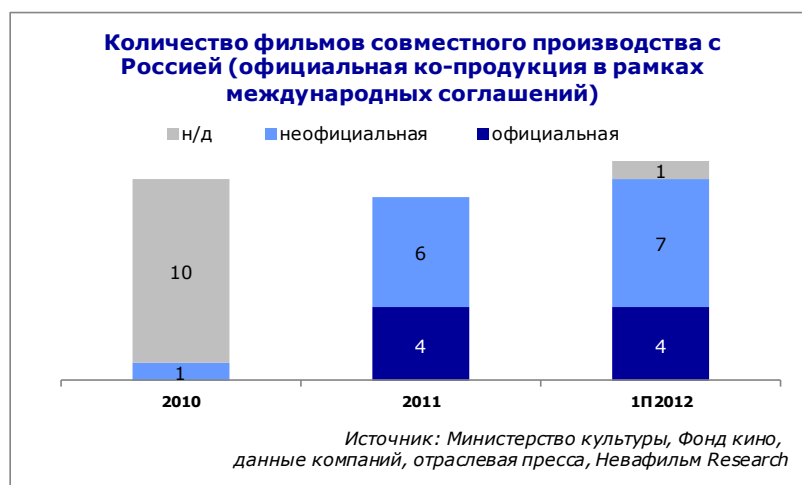


Рисунок 95. Количество фильмов совместного производства с Россией (официальная ко-продукция в рамках международных соглашений)

В российский прокат вышли лишь 13 из 33 картин, производство которых было завершено в 2010–2012 гг.: по шесть кинолент в 2010-м и в 2011 гг., и пока только одна в первом полугодии 2012-го. Результаты их проката не слишком обнадеживающие: средний кассовый сбор по этим фильмам составил в 2010 г. около 40 % вложенных в производство средств, а в 2011-м – около четверти. Единственный фильм совместного производства, вышедший на экраны российских кинотеатров в 2012-м («8 первых свиданий»), показал на общем фоне впечатляющие результаты, собрав в прокате втрое больше своего бюджета, что, однако, не позволяет экстраполировать эти данные на весь 2012 г., так как другие релизы могут изменить статус-кво.



Рисунок 96. Средние кассовые сборы и число проданных кинобилетов на фильмы совместного производства в российском прокате

В целом же за рассматриваемый период лишь еще один фильм совместного производства («Ирония судьбы», 2010 г.) смог собрать в кинопрокате больше собственного бюджета. Впрочем, поскольку кинопроизводство процесс долгий, а активные действия по стимулированию ко-продукции в России начались только в 2011-м, заметных результатов пока ожидать рано.

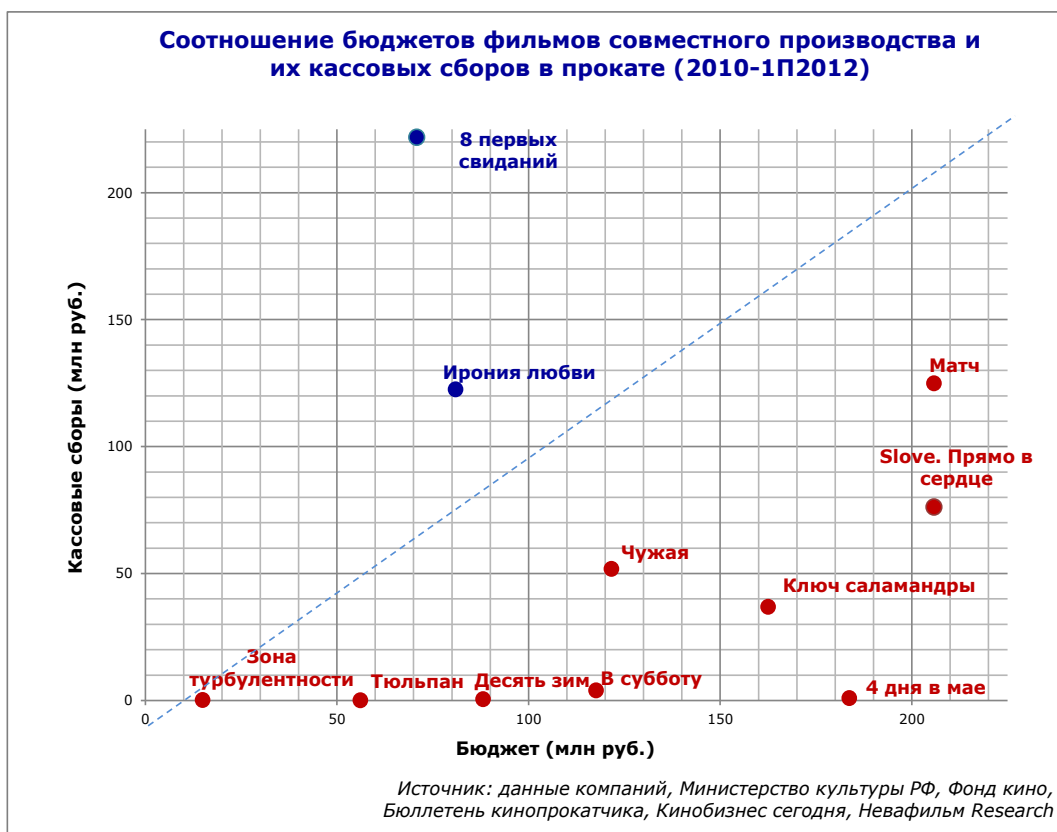


Рисунок 97. Соотношение бюджетов фильмов совместного производства и их кассовых сборов в прокате (2010 - 1П2012)

Государственная поддержка ко-продукции в России

Прокатные результаты фильмов совместного производства, а также тот факт, что две трети их в российский прокат вообще не выходят, показывают, что их выпуск без государственной поддержки был бы крайне затруднителен.

С 2010-го по первое полугодие 2012-го Министерство культуры и Фонд кино оказали поддержку 13 фильмам совместного производства. Средний объем бюджетных средств, выделяемых на проекты ко-продукции, составляет в России порядка 30–40 % от бюджета картины, причем в 2011 г. эта доля сократилась до 15–20 %, а в 2012 г. заметно выросла (до 50–60 %).

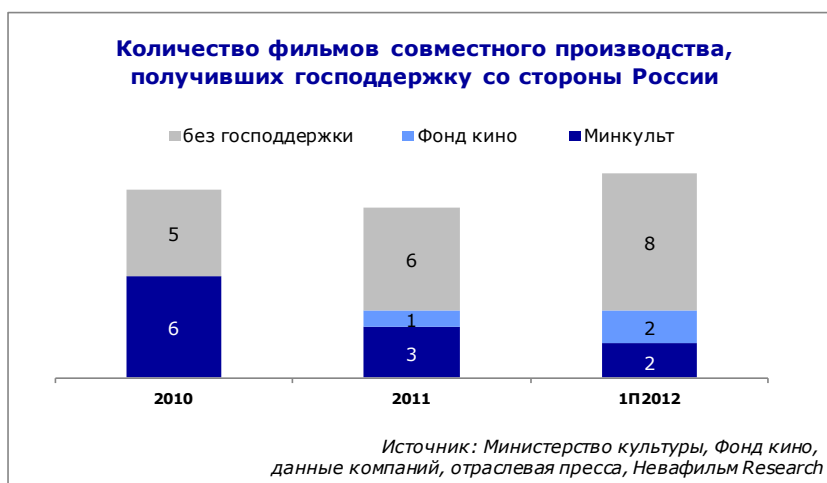


Рисунок 98. Количество фильмов совместного производства, получивших господдержку со стороны России



Рисунок 99. Средний размер господдержки со стороны России фильмов совместного производства по отношению к бюджету фильма

Страны ко-продукции с Россией

Всего за период с 2010-го по первую половину 2012-го наиболее активными в плане совместного производства с Россией были такие страны, как Германия (участие в производстве 8 фильмов), США (6), Украина (5), Казахстан (5), Франция (3), а также Грузия, Беларусь, Великобритания, Латвия, Нидерланды, Польша и Азербайджан (по 2 картины каждая).



Рисунок 100. Страны-участники совместного кинопроизводства с Россией (2010 - 1П2012)

Большое число проектов с Германией и Францией может быть объяснено началом сотрудничества в рамках Французско-российской киноакадемии и Германо-российского фонда и друзей киноакадемии: в 2011 г. были завершены четыре совместных фильма с Германией, в 2012-м – еще два; а из трех совместных проектов с Францией один был завершен в 2010-м и два – в 2012-м.

Украина и Казахстан – ближайшие соседи России, с которыми уже давно установлены традиционные отношения по совместному кинопроизводству. А высокая доля в рейтинге компаний из США объясняется еще и тем, что российский продюсер Александр Роднянский (компании «Нон-стоп Продакшн» и «AR Films») стал продюсировать американские фильмы.

Основные компании-участники ко-продукции в России

Наиболее активно в ко-продукции участвуют продюсерские компании СТВ (4 фильма за последние три года были сняты совместно с Германией, Казахстаном и Финляндией); «AR Films» (3 фильма с США, Украиной и Беларусью), «Интерфест» (2 фильма с Казахстаном), «Квартал-95» (сотрудничает с Украиной) и «Студия "Мы"» (с Францией, Великобританией и Кыргызстаном).

Всего более сорока российских продюсеров сотрудничали за исследуемый период с зарубежными партнерами, отсняв в среднем по одному фильму совместного производства.

Таблица 45. Топ-5 российских кинокомпаний и число фильмов совместного производства

Место	Компания	2010	2011	2012	Всего
1	СТВ	1	1	2	4
2	AR Films	0	1	2	3
3	Интерфест	1	0	1	2
4	Квартал-95	0	0	2	2
5	Студия "Мы"	1	0	1	2

Источник: Невафильм Research

4.3 Прокат российских фильмов за рубежом

Мировой прокат российских фильмов

По данным журнала «Кинобизнес сегодня», полученных от российских прокатчиков, с 2006 г. в мировой кинопрокат вышли 48 отечественных фильмов, но только 7 из них были показаны в кинотеатрах США. Самой успешной стала картина «Монгол» (производства России, Германии и Казахстана), номинировавшаяся на премию «Оскар» от Казахстана и собравшая более 20 млн долларов. В 2011-м же году лидером стал фильм «Высоцкий. Спасибо, что живой» с 3 млн долларов, тогда как второе и третье места в этом году заняли артхаусные ленты «Фауст» и «Елена» (с 0,9 и 0,6 млн долларов соответственно).

Таблица 46. Самые кассовые российские фильмы в мировом прокате

Место в целом	Место за год	Фильм	Год выпуска	Сборы в США (млн долл.)	Сборы в других странах (млн долл.)	Общие зарубежные сборы, (млн долл.)
3	1	Дневной дозор	2006	0.45	6.44	6.89
25	2	Бумер. Фильм второй	2006	-	1.19	1.19
31	3	Сволочи	2006	-	0.87	0.87
41	4	Охота на пиранию	2006	-	0.52	0.52
42	5	Остров	2006	-	0.50	0.50
1	1	Монгол	2007	5.71	14.31	20.02
9	2	Код апокалипсиса	2007	-	2.55	2.55
14	3	Невероятные приключения Ролли 3D	2007	-	2.38	2.38
16	4	Скалолазка и последний из седьмой колыбели	2007	-	2.10	2.10
21	5	Волкодав из рода серых	2007	-	1.55	1.55

Место в целом	Место за год	Фильм	Год выпуска	Сборы в США (млн долл.)	Сборы в других странах (млн долл.)	Общие зарубежные сборы, (млн долл.)
		псов				
27	6	Жара	2007	-	1.10	1.10
28	7	Бой с тенью-2: Реванш	2007	-	1.08	1.08
29	8	1612	2007	-	0.94	0.94
35	9	12	2007	0.13	0.60	0.73
37	10	Изгнание	2007	-	0.65	0.65
44	11	Александра	2007	0.13	0.32	0.45
47	12	Андерсен. Жизнь без любви	2007	-	0.25	0.25
4	1	Ирония судьбы. Продолжение	2008	-	5.60	5.60
5	2	Адмираль	2008	-	4.62	4.62
7	3	Мы из будущего	2008	-	3.00	3.00
10	4	Самый лучший фильм	2008	-	2.50	2.50
13	5	Любовь в большом городе	2008	-	2.39	2.39
20	6	Гитлер капут!	2008	-	1.62	1.62
26	7	Тюльпан	2008	0.16	0.98	1.14
33	8	Илья Муромец и Соловей-Разбойник	2008	-	0.79	0.79
40	9	Стритрейсеры	2008	-	0.60	0.60
2	1	Последнее воскресенье	2009	6.62	6.93	13.55
17	2	Обитаемый остров. Фильм первый	2009	-	2.05	2.05
18	3	Каникулы строгого режима	2009	-	1.98	1.98
19	4	Тарас Бульба	2009	-	1.84	1.84
22	5	Любовь-морковь-2	2009	-	1.53	1.53
24	6	Самый лучший фильм-2	2009	-	1.30	1.30
38	7	Обитаемый остров. Схватка	2009	-	0.63	0.63
43	8	Книга мастеров	2009	-	0.48	0.48
8	1	Любовь в большом городе-2	2010	-	2.64	2.64
11	2	На игре	2010	-	2.40	2.40
12	3	Черная молния	2010	-	2.40	2.40
15	4	Белка и Стрелка: звездные собаки	2010	-	2.34	2.34
23	5	Наша Russia: яйца судьбы	2010	-	1.50	1.50
32	6	О чем говорят мужчины	2010	-	0.80	0.80
34	7	Утомленные солнцем-2: Предстояние	2010	-	0.77	0.77
36	8	Десять зим	2010	-	0.72	0.72
45	9	Кандагар	2010	-	0.41	0.41
46	10	Как я провел этим летом	2010	0.01	0.31	0.32
6	1	Высоцкий. Спасибо, что живой	2011	-	3.04	3.04
30	2	Фауст	2011	-	0.92	0.92
39	3	Елена	2011	-	0.63	0.63
48	4	Сибирь. Монамур	2011	-	0.22	0.22

Источник: «Кинобизнес сегодня»

Впрочем, представленные данные о международном прокате российских фильмов, скорее всего, не являются полными, поскольку были получены от кинопрокатчиков, а не от кинопроизводителей. Тем не менее они отражают сложившуюся ситуацию со спросом на российские фильмы в мире.

В 2012 г. Европейская аудиовизуальная обсерватория впервые опубликовала отчет о прокате европейских фильмов за пределами рынка

Европы.¹³⁵ Это исследование на основе данных компании «Rentrak» по рынкам Северной Америки (США и Канада), Латинской Америки (Аргентина, Бразилия, Чили, Колумбия, Мексика, Венесуэла), Океании (Австралия и Новая Зеландия) и Южной Кореи. По его результатам, российские фильмы слабо представлены на этих территориях. В 2009–2010 гг. только 4 фильма вышли в коммерческий прокат в США, 2 – в Южной Корее, по одному – в Мексике, Бразилии, Аргентине и Новой Зеландии. В других странах не было выпущено ни одной российской картины.

По числу кинопосещений российских фильмов лидером стала Южная Корея, второе и третье место заняли Мексика и США.

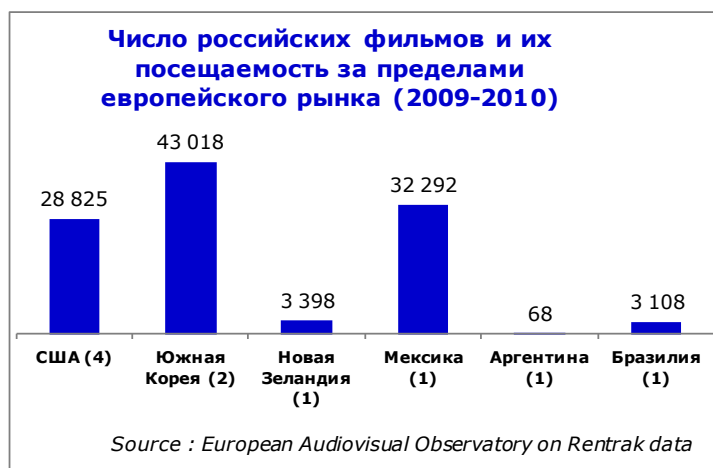


Рисунок 101. Число российских фильмов и их посещаемость за пределами европейского рынка (2009-2010)

Прокат российских фильмов в Европейском союзе

По данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, в прокат 27 стран ЕС за период с 2007-го по 2011 г. вышел 83 фильма российского производства – без учета миноритарной ко-продукции (на отечественном рынке за это время было представлено 380 российских релизов). При этом, согласно тому же источнику, доля рынка российских фильмов в Евросоюзе остается очень низкой (около 0,05 % посещаемости кинопроката).

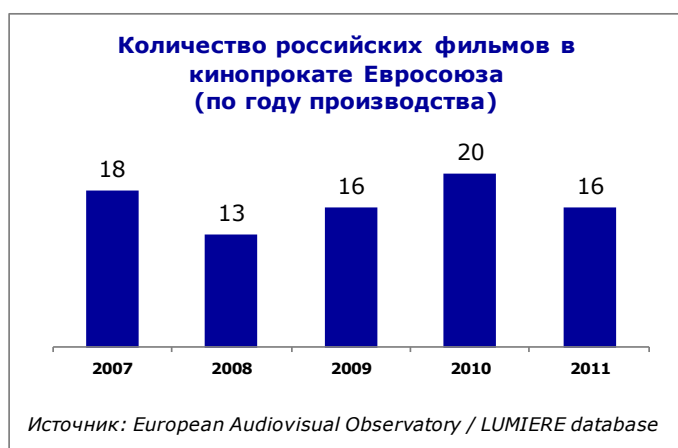


Рисунок 102. Количество российских фильмов в кинопрокате Евросоюза

Для российских продюсеров наиболее успешным в отношении европейского проката периодом стали 2007-й и 2010-й гг. – главным образом

¹³⁵ KANZLER M. Theatrical export of the European films in 2010. Key statistics // European Audiovisual Observatory. Strasbourg, 2012.

благодаря фильмам «Дневной дозор» и «Белка и Стрелка: звездные собаки», на показы которых было продано 430 и 239 тыс. билетов соответственно. Однако это несравнимо с триумфальным прокатом в Европе фильма «Ночной дозор» в 2005 г., который посмотрели в общей сложности более 1,7 млн зрителей. На европейском рынке «Ночной дозор» собрал, по нашим оценкам, 39,9 % от отечественной посещаемости фильма – этот результат не удалось повторить ни одному российскому блокбастеру последующих лет, несмотря на колоссальные сборы на родине.



Рисунок 103. Общее число фильмов производства России и СССР в прокате Евросоюза в течение года (2000-2011)



Рисунок 104. Число проданных кинобилетов на российских и советских фильмах в Евросоюзе (2006-2011)

Главной особенностью российского киноэкспорта является его ярко выраженная артхаусная направленность: если на отечественном рынке наибольшим спросом пользуются российские блокбастеры, получившие сильную рекламную поддержку со стороны главных федеральных телеканалов, то в Европе большее число зрителей привлекают фестивальные кинопроекты, которые в России выходят ограниченным тиражом или же сразу попадают на видеорынок. Это видно на примере фильма Александра Сокурова «Фауст», лучшего отечественного фильма в европейском прокате 2011 г.: в странах ЕС он собрал 80,5 % от посещаемости в России.

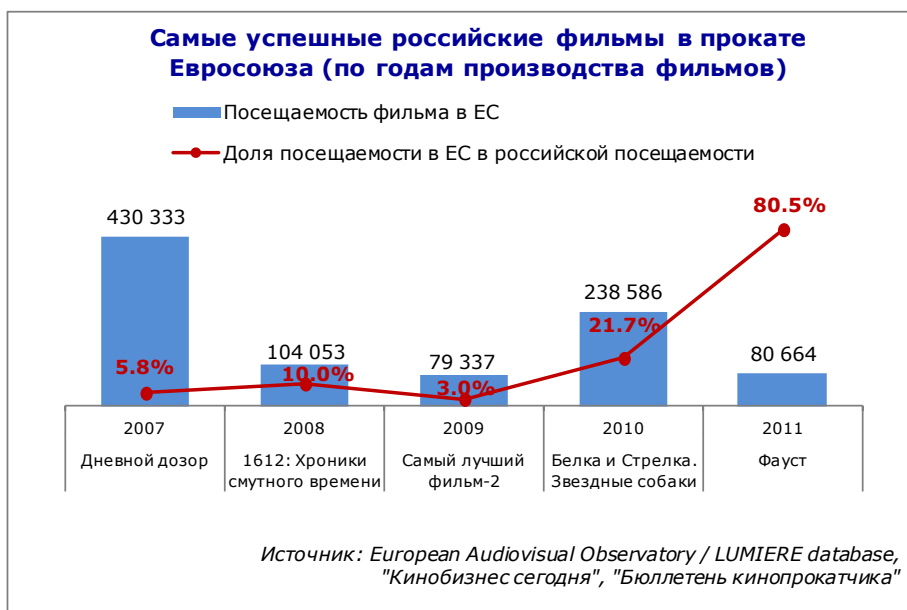


Рисунок 105. Самые успешные российские фильмы в прокате Евросоюза (по годам производства фильмов)

Наибольшей популярностью российские картины пользуются в таких странах Евросоюза как Франция, Латвия, Литва, Польша, Италия и Эстония.

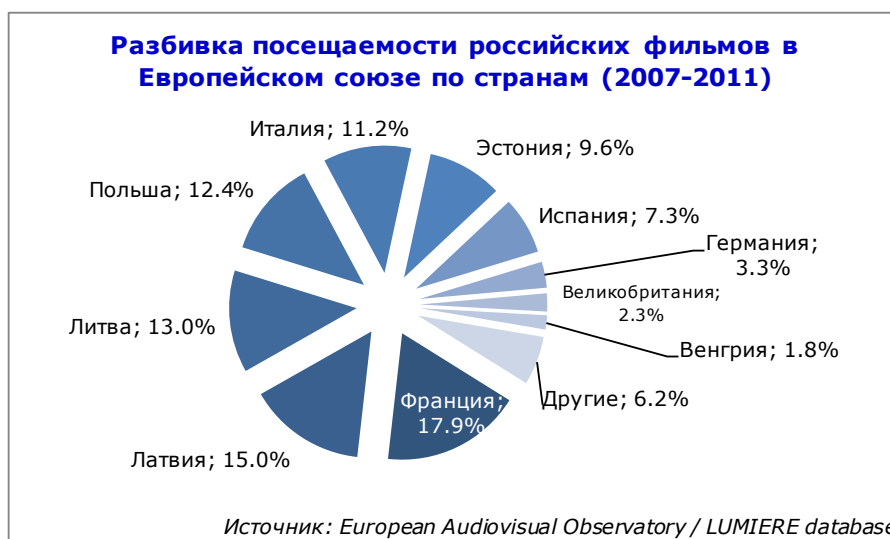


Рисунок 106. Разбивка посещаемости российских фильмов в Европейском союзе по странам (2007-2011)

4.4 Последствия вступления России в ВТО для кинематографии Россия и ВТО

22 августа 2012 г. Российская Федерация официально стала полноправным членом Всемирной торговой организации (ВТО). 23 июля правительство РФ уведомило секретариат ВТО о завершении Россией всех внутригосударственных процедур, необходимых для вступления, включая ратификацию подписанного в Женеве 16 декабря 2011 г. протокола о присоединении РФ к Марракешскому соглашению об учреждении ВТО от 15 апреля 1994 г. В соответствии с правилами организации вступление РФ в ВТО состоялось 22 августа, на тридцатый день после передачи указанного

уведомления. Таким образом, протокол о присоединении РФ к ВТО вступил в силу и Россия стала 156-м ее членом.¹³⁶

Переговоры о вступлении России в ВТО начались в 1995 г. Однако лишь с 2000-го они переросли в полномасштабный процесс, охватывающий все аспекты присоединения страны к Всемирной торговой организации.

В числе проблемных вопросов, долгое время препятствовавших вступлению России в ВТО, была и защита интеллектуальной собственности. С 1997 г. страна находится в списке приоритетного наблюдения комитета представительства США по внешней торговле (всего в нем фигурируют 13 стран с наиболее высоким уровне пиратства). Одной из основных проблем правоприменительной практики в России Международный союз по защите интеллектуальной собственности (International Intellectual Property Alliance) считал то, что почти вся она направлена против распространения контрафакта на физических носителях, в то время как основной угрозой становится распространение пиратства в Интернете. Однако в октябре 2011 г. генпрокуратура направила в суд дело об интернет-пиратстве со стороны основателей сайта Interfilm.ru с рекордной для России сумой ущерба — 38 млрд руб. При этом защищались интересы в том числе зарубежных правообладателей-мейджоров: «20th Century Fox», «Paramount Pictures», «Warner Bros.», «Disney», «Sony Pictures». Были также приняты меры и против пользователей нелицензионного контента: осенью прошлого года в рамках реализации обязательств России по присоединению к ВТО Госдума приняла поправки к 4-й части Гражданского кодекса. Если раньше он допускал свободное воспроизведение аудиовизуального контента в личных целях без согласия правообладателя, то в новой редакции появилось ограничивающее словосочетание «при необходимости».¹³⁷ Таким образом, российское законодательство в сфере защиты интеллектуальной собственности теперь в целом соответствует нормам Всемирной торговой организации.

Будучи членом ВТО, Россия берет на себя ряд обязательств по снижению ввозных тарифов на продукцию, а также по снятию ограничений доступа на рынок компаниям, оказывающим услуги. Эти обязательства касаются в том числе аудиовизуальной сферы и кинематографии.

Тарифы режима наибольшего благоприятствования

В части установления режима наибольшего благоприятствования для ввозимых на территорию Российской Федерации товаров наша страна обязуется снизить ставки таможенной пошлины в период до 2014–2017 гг. В число перечисляемых в соглашении товаров попадают:

- киноплёнка (с 20 до 6,5 % к 2017 г.),
- DVD-проигрыватели (с 15 до 8 % к 2016 г.),
- диски для лазерных считывающих систем (с 15 до 0 % к 2015 г.),
- универсальные цифровые DVD (с 15 до 0 % к 2016 г.),
- цифровые видеокамеры (с 5 до 0 % к 2015 г.),
- аппаратура видеозаписывающая и видеовоспроизводящая (с 10 до 5 % к 2014 г.),
- кинокамеры (с 15 до 12,5 % к 2016 г.),
- кинопроекторы (с 15 до 7,5 % к 2016 г.) и т. д.¹³⁸

¹³⁶ См.: <http://www.rg.ru/sujet/139/>

¹³⁷ См.: <http://www.kommersant.ru/doc/1820345>

¹³⁸ См.: «Перечень тарифных уступок Российской Федерации», http://www.wto.ru/ru/news.asp?msg_id=28771

Напомним также, что с 2011 г. в качестве меры по поддержке перехода на цифровой кинопоказ в России до 0 % снижена ставка ввозной пошлины на цифровые проекторы – сроком на 5 лет. Таким образом, часть взятых на себя Россией обязательств по снижению тарифов оказывается выполненной. В дальнейшем же некоторые из перечисленных товаров должны либо подешеветь под влиянием данных обязательств, либо стать неактуальными (киноплёнка, кинокамеры и т. д.). То есть в этой части в ближайшее время влияние ВТО на российскую кинематографию не будет существенным.

Специфические обязательства РФ по услугам

Секторальные обязательства Российской Федерации в сфере аудиовизуальных услуг и услуг по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий (включающих эксплуатацию кинотеатров) предполагают отсутствие в России барьеров доступа на этот рынок или ограничений национального режима в части трансграничных поставок и потребления за рубежом. При этом Россия не принимает обязательств по присутствию на рынке физических лиц, а для коммерческих вводится ряд ограничений:

- при производстве и кинотеатральном прокате фильмов, а также при эксплуатации кинотеатров коммерческое присутствие допускается только в форме юридического лица РФ. При этом Россия не принимает на себя никаких дополнительных обязательств в отношении иностранных компаний при предоставлении субсидий и иных форм государственной поддержки;
- оказание услуг кинопоказа (кроме случаев показа фильмов в рамках поддерживаемых правительством кинофестивалей и других культурных мероприятий) допускается только в форме юридического лица РФ, которому помимо этого требуется разрешение местных властей, учитывающее градостроительные планы и программы социально-экономического развития. При этом также ограничивается доступ к государственным субсидиям. Кроме того, обязательства свободного национального режима не принимаются в отношении времени и подбора репертуара для отдельных групп населения (например, для детей или коренных малочисленных народов и других этнических групп).¹³⁹

Иначе говоря, в сфере кинопроизводства, кинопроката и кинопоказа существенных ограничений для иностранных компаний в России не установлено, за исключением того, что они должны действовать в форме юридического лица РФ. При этом они не могут претендовать на получение государственных субсидий за исключением случаев, оговоренных в специальном российском или международном законодательстве. То есть вступление в ВТО не влечет за собой серьезных последствий для киноотрасли.

¹³⁹ См.: Перечень специфических обязательств Российской Федерации по услугам, http://www.wto.ru/ru/news.asp?msg_id=28771

Список иллюстраций

Рисунок 1. Федеральные округа РФ	13
Рисунок 2. Индекс потребительских цен в России (1991–2012 гг.)	14
Рисунок 3. Курс доллара и евро в России (1992–2012 гг.)	14
Рисунок 4. Объемы государственной поддержки кинематографии	19
Рисунок 5. Кинематографические специальности неспециализированных вузов.....	39
Рисунок 6. Кинематографические специальности образовательных программ в 2011 г.	40
Рисунок 7. География вузов и образовательных программ в сфере кинематографии в России в 2011 г.....	40
Рисунок 8. Количество завершенных производством фильмов, по типам (2010-й – первая половина 2012 г.)	55
Рисунок 9. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2010 г.	56
Рисунок 10. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в 2011 г.	57
Рисунок 11. Соотношение бюджетов российских фильмов и их кассовых сборов в прокате в первой половине 2012 г.	58
Рисунок 12. Количество завершенных производством фильмов, по типам и наличию господдержки (2010 - 1П 2012 гг.)	60
Рисунок 13. Доля завершенных производством фильмов с господдержкой.....	61
Рисунок 14. Доля государственного финансирования в общем бюджете всех завершенных производством фильмов (2010 - 1П 2012 гг.)	61
Рисунок 15. Средний размер бюджета одного полнометражного фильма, млн руб. (2010 - 1П 2012 гг.)	62
Рисунок 16. Динамика числа киноустановок в России.....	90
Рисунок 17. Современные кинотеатры России	91
Рисунок 18. Динамика открытия и закрытия современных кинотеатров в России.....	91
Рисунок 19. Кинотеатры и залы в ТРЦ	93
Рисунок 20. Мультиплексы (8+ залов) в России	93
Рисунок 21. Среднее количество цифровых залов на комплекс по типам кинотеатров на 01.07.2012.....	94
Рисунок 22. Доля городов России (по численности населения), имеющих современные кинотеатры на 01.07.2012.....	96
Рисунок 23. Цифровые кинотеатры России	96
Рисунок 24. Распределение цифровых кинозалов России по типам городов на 01.07.2012	97
Рисунок 25. Кинозалы IMAX в России	98
Рисунок 26. Динамика изменения средних кассовых сборов и посещаемости на один кинозал в России	98
Рисунок 27. Возраст посетителей кинотеатров в России (декабрь 2011 года).....	101
Рисунок 28. Доля регулярных кинозрителей среди жителей городов России, где есть современные кинотеатры (декабрь 2011 года).....	102
Рисунок 29. Интенсивность посещения кинотеатров в России (декабрь 2011 года)	102
Рисунок 30. Количество фильмов, выпущенных в российский кинопрокат (без учета альтернативного контента).....	110
Рисунок 31. Кассовые сборы российского кинопроката, млн руб. (без учета альтернативного контента).....	110
Рисунок 32. Средняя стоимость кинопосещения в России, руб.	111
Рисунок 33. Посещаемость кинотеатров в России, млн (без учета альтернативного контента)	112
Рисунок 34. Уровень кинопотребления среди россиян	112
Рисунок 35. Количество выпущенных в российский прокат копий фильмов, новые релизы (без учета альтернативного контента)	116
Рисунок 36. Число копий в прокате и среднее число экранов на фильм, новые релизы (без учета альтернативного контента)	117

Рисунок 37. Средний кассовый сбор на одну копию, тыс. руб., новые релизы (без учета альтернативного контента)	117
Рисунок 38. Среднее число дней, которые фильм находился в прокате	118
Рисунок 39. Доходы российских кинопрокатчиков относительно расходов на производство кино- и цифровых копий, новые релизы (без учета альтернативного контента)	118
Рисунок 40. Средние размеры рекламных затрат российских продюсеров в кинопрокате	119
Рисунок 41. Объемы рекламных затрат российских продюсеров (млн руб.)	120
Рисунок 42. Эффективность российского проката: окупаемость печати и доставки кинокопий, новые релизы (без учета альтернативного контента)	120
Рисунок 43. Количество фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, все релизы (без учета альтернативного контента)	121
Рисунок 44. Количество фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, новые релизы (без учета альтернативного контента)	121
Рисунок 45. Кассовые сборы фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, млн руб., все релизы (без учета альтернативного контента)	122
Рисунок 46. Кассовые сборы фильмов в российском кинопрокате, по странам-производителям, млн руб., новые релизы (без учета альтернативного контента) ..	122
Рисунок 47. Самые успешные европейские фильмы в российском кинопрокате, за исключением фильмов с приходящим финансированием и/или ко-продукции с США (кассовые сборы - млн руб.)	124
Рисунок 48. Самые успешные европейские фильмы в российском прокате, включая фильмы с приходящим финансированием и/или ко-продукции с США (кассовые сборы - млн руб.)	125
Рисунок 49. Кинотеатры по типу репертуара	127
Рисунок 50. Количество сеансов различных типов фильмов	127
Рисунок 51. Классификация кинотеатров крупных городов (500+ тыс. жит.) по типу репертуара (май 2012 г.)	129
Рисунок 52. Цифровые релизы в России, все релизы (без учета альтернативного контента)	129
Рисунок 53. Цифровые релизы в России, новые релизы (без учета альтернативного контента)	130
Рисунок 54. Доли цифровых релизов в зависимости от широты выпуска фильмов (без учета альтернативного контента)	130
Рисунок 55. Цифровые 3D-релизы в России, все релизы (без учета альтернативного контента)	131
Рисунок 56. Цифровые 3D-релизы в России, новые релизы (без учета альтернативного контента)	131
Рисунок 57. Число программ альтернативного контента в России (не считая спортивных трансляций)	131
Рисунок 58. Основные игроки рынка альтернативного контента в России	132
Рисунок 59. Российские кинопрокатчики по типам компаний и специализации контента, 01.07.2012	134
Рисунок 60. Российские кинопрокатчики по странам производства прокатываемых фильмов 01.07.2012	134
Рисунок 61. Число видеоплееров в российских домохозяйствах, млн шт.	144
Рисунок 62. Инфраструктура российского рынка домашнего видео	144
Рисунок 63. Количество лицензионных DVD и Blu-Ray релизов в России	145
Рисунок 64. Структура лицензионного российского DVD-рынка по новизне релизов	146
Рисунок 65. Структура лицензионного российского BD-рынка по новизне релизов	146
Рисунок 66. Структура лицензионного российского DVD-рынка по типам релизов ..	147
Рисунок 67. Структура лицензионного российского BD-рынка по типам релизов ...	147
Рисунок 68. Количество лицензионных отечественных DVD и Blu-Ray релизов в России	148
Рисунок 69. Количество лицензионных зарубежных DVD и Blu-Ray релизов в России	148

Рисунок 70. Структура лицензионного российского DVD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)	148
Рисунок 71. Структура лицензионного российского BD-рынка по странам производства видеопродукции (число релизов)	149
Рисунок 72. Средний размер "окна" между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском на DVD (кол-во дней)	150
Рисунок 73. Средний размер "окна" между премьерой фильма в кинотеатрах России и выпуском на DVD (кол-во дней) - МОДА	150
Рисунок 74. Объемы продаж лицензионных DVD и BD в России.....	151
Рисунок 75. Обычные каналы кинопросмотра для россиян (декабрь 2011 года)	152
Рисунок 76. Классификация российских видеопрокатчиков (DVD) в соответствии с типами видеопродукции по странам производства	153
Рисунок 77. Классификация российских видеопрокатчиков (BD) в соответствии с типами видеопродукции по странам производства	153
Рисунок 78. Доли DVD-дистрибьюторов на российском видеорынке по количеству релизов, 1П 2012	154
Рисунок 79. Доли BD-дистрибьюторов на российском видеорынке по количеству релизов, 1П 2012	155
Рисунок 80. Развитие технологий доставки сервисов видео по запросу в России ...	163
Рисунок 81. развитие бизнес-моделей сервисов видео по запросу в России	164
Рисунок 82. Динамика проникновения Интернета в России, %	164
Рисунок 83. Проникновение Интернета по федеральным округам России, %	165
Рисунок 84. Проникновение интернета по типам населенных пунктов России, % ..	165
Рисунок 85. Структура российского рынка по технологиям	166
Рисунок 86. Доли федеральных округов на рынке платного ТВ в абонентской базе в 2011 году	166
Рисунок 87. Число абонентов кабельных, спутниковых и IPTV операторов, предоставляющих услуги VoD и PPV (тыс.)	167
Рисунок 88. Легальные Интернет-сервисы VoD по охвату аудитории относительно друг друга, по данным на август 2012 г.	169
Рисунок 89. Динамика числа запросов в Google «фильм скачать, фильм онлайн»..	177
Рисунок 90. Динамика числа запросов в Google «film download, film online»	177
Рисунок 91. Рейтинг популярности сайтов с нелегальным контентом среди пользователей Рунета в декабре 2011 г.	178
Рисунок 92. Популярность форматов пиратских файлов с фильмами в Рунете в 2011 году	178
Рисунок 93. Доли каналов скачивания пиратских файлов с фильмами в России (по типам)	179
Рисунок 94. Количество фильмов совместного производства с Россией (мажоритарное и миноритарное участие отечественных продюсеров)	188
Рисунок 95. Количество фильмов совместного производства с Россией (официальная ко-продукция в рамках международных соглашений)	188
Рисунок 96. Средние кассовые сборы и число проданных кинобилетов на фильмы совместного производства в российском прокате	189
Рисунок 97. Соотношение бюджетов фильмов совместного производства и их кассовых сборов в прокате (2010 - 1П2012)	190
Рисунок 98. Количество фильмов совместного производства, получивших господдержку со стороны России	190
Рисунок 99. Средний размер господдержки со стороны России фильмов совместного производства по отношению к бюджету фильма	191
Рисунок 100. Страны-участники совместного кинопроизводства с Россией (2010 - 1П2012)	191
Рисунок 101. Число российских фильмов и их посещаемость за пределами европейского рынка (2009-2010)	194
Рисунок 102. Количество российских фильмов в кинопрокате Евросоюза	194
Рисунок 103. Общее число фильмов производства России и СССР в прокате Евросоюза в течение года (2000-2011)	195

Рисунок 104. Число проданных кинобилетов на российских и советских фильмах в Евросоюзе (2006-2011)	195
Рисунок 105. Самые успешные российские фильмы в прокате Евросоюза (по годам производства фильмов)	196
Рисунок 106. Разбивка посещаемости российских фильмов в Европейском союзе по странам (2007-2011)	196

Список таблиц

Таблица 1. Выпуск кинопродукции с государственным финансированием	20
Таблица 2. Распределение полномочий Министерства культуры и Фонда кино по финансированию кинематографии в России	28
Таблица 3. Деятельность специализированных высших учебных заведений России в области кинематографии за 2010–2012 учебные годы (сентябрь–июль)	38
Таблица 4. Российские киностудии, находящиеся в государственной собственности	41
Таблица 5. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2010 г.	59
Таблица 6. Топ-10 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в 2011 г.	59
Таблица 7. Топ-5 российских кинопроизводителей по сумме кассовых сборов в первом полугодии 2012-го	59
Таблица 8. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в 2010 г. (среднее арифметическое)	62
Таблица 9. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в 2011 г. (среднее арифметическое)	63
Таблица 10. Соотношение бюджетов и объемов господдержки фильмов, завершенных производством в первой половине 2012 г. (среднее арифметическое)	63
Таблица 11. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершенные производством фильмы в 2010 году	64
Таблица 12. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершенные производством фильмы в 2011 году	64
Таблица 13. Доля государственного финансирования в общем объеме инвестиций во все завершенные производством фильмы в первой половине 2012 г.	64
Таблица 14. Топ-50 российских кинопроизводителей по числу завершенных производством проектов в 2010-м – первой половине 2012-го	66
Таблица 15. Классификация игроков российского рынка кинопроизводства	67
Таблица 16. Топ-10. Крупнейшие киностудии России в 2012 г. по числу павильонов	72
Таблица 17. Ассортимент услуг российских киностудийных комплексов	73
Таблица 18. Ассортимент услуг российских сервисных компаний	76
Таблица 19. Примеры цен на аренду оборудования у российских кинопроизводственных компаний в 2012 г.	77
Таблица 20. Проекты строительства новых киностудий в России	81
Таблица 21. Рейтинг городов-миллионников по количеству современных кинозалов на 100 тыс. жителей на 1 июля 2012 г. (Московский регион = 100 %)	92
Таблица 22. Распределение современных кинотеатров России по количеству залов на 1 июля 2012 г.	93
Таблица 23. Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами на 1 июля 2012 г.	95
Таблица 24. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 1 июля 2012 г.	103
Таблица 25. ТОП-10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 1 июля 2012 г. (по кол-ву залов, включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	103
Таблица 26. Крупнейшие сети кинотеатров России на 1 июля 2012 г. (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	104
Таблица 27. Оценка Невафильм Research кассовых сборов и посещаемости российских кинотеатров (процент от данных по СНГ (без Украины), публикуемых отраслевыми изданиями)	109

Таблица 28. Характеристики рынка кинопроката России.....	111
Таблица 29. Топ-10. Кассовые фильмы кинопроката СНГ (с 2007 г. – без Украины)113	
Таблица 30. Доли рынка кинопроката фильмов на территории России по странам-производителям (без учета альтернативного контента)	122
Таблица 31. Прокат европейских фильмов в России, 2007-й – 1 июля 2012 г. (без учета альтернативного контента)*	123
Таблица 32. Российские фильмы, получившие официальную поддержку в кинопрокате со стороны телеканалов	125
Таблица 33. Крупнейшие кинодистрибьюторы в России – рейтинг на 1 июля 2012 г.*	137
Таблица 34. Рейтинг игроков российского рынка DVD-дистрибьюции по числу релизов первой половины 2012 г.	154
Таблица 35. Рейтинг игроков российского рынка BD-дистрибьюции по числу релизов первой половины 2012 г.	156
Таблица 36. Услуги VoD в сетях платного телевидения	167
Таблица 37. Рейтинг узнавания интернет-сайтов для легального просмотра видео в Рунете (декабрь 2011 г.)	169
Таблица 38. Услуги VoD в Интернете и мобильных сетях	170
Таблица 39. Список сайтов, основной деятельностью которых в 2011 г. и в первом квартале 2012 г. являлось распространение нелегальных копий фильмов	179
Таблица 40. Список популярных сайтов, на которых периодически появлялись нелегальные копии фильмов в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.	180
Таблица 41. Список популярных сайтов, которые не реагировали на жалобы правообладателей в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.	180
Таблица 42. Список сайтов, являвшихся источниками первых пиратских копий фильмов в 2011 г. и в первом квартале 2012 г.	181
Таблица 43. Международные соглашения о совместном кинопроизводстве с участием Российской Федерации по состоянию на 2012 г.	182
Таблица 44. Участие России в двусторонних международных организациях по поддержке кинематографии.....	185
Таблица 45. Топ-5 российских кинокомпаний и число фильмов совместного производства	192
Таблица 46. Самые кассовые российские фильмы в мировом прокате.....	192