



КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РОССИЙСКОГО КИНО

сентябрь 2018 года

Публикация под редакцией Невафильм Research
для Европейской аудиовизуальной обсерватории



Ключевые тренды российского кино

Директор публикации:

Сюзанна Николчев, исполнительный директор

Наблюдающий редактор:

Жиль Фонтэн, директор департамента информации по рынкам и финансированию

Главный редактор:

Ксения Леонтьева, ведущий аналитик Невафильм Research

Авторы:

Олег Березин, Павел Кузьмичев, Ксения Леонтьева

(при участии Артема Гайдовского, Анастасии Горбенко, Татьяны Горской, Анны Евглевской, Александры Желтиковой, Елизаветы Жуковой, Галины Зябкиной, Алексея Киселева, Марии Петровой, Александра Стоева)

Корректурa:

Александр Леонтьев

Дизайн и верстка:

Ирина Буланова

Связи с общественностью и прессой:

Элисон Хайндхаф, alison.hindhaugh@coe.int

Издатель:

Европейская аудиовизуальная обсерватория

76, allée de la Robertsau, 67000 STRASBOURG, France

www.obs.coe.int

Tel. : +33 (0)3 90 21 60 00

Fax : +33 (0)3 90 21 60 19

При ссылке на эту публикацию указывайте ее название:

«Ключевые тренды российского кино»

© Европейская аудиовизуальная обсерватория (Совет Европы), Страсбург, 2018

Суждения, высказанные в этом издании, выражают личное мнение авторов и не обязательно представляют точку зрения Европейской аудиовизуальной обсерватории, ее членов или членов Совета Европы.

Оглавление

<u>Основные результаты</u>	3
<u>Глава 1. Кинопроизводство</u>	8
1.1. Объемы кинопроизводства в России	8
1.2. Рейтинг российских регионов с точки зрения кинопроизводства	8
1.3. Государственная поддержка кинопроизводства	11
1.4. Участие телеканалов в кинопроизводстве	12
1.5. Рейтинг продюсерских компаний	13
1.6. Роль студий-лидеров отечественного кинопроизводства	17
1.7. Гендерный баланс на ключевых должностях в российских съемочных группах	19
<u>Глава 2. Кинопрокат</u>	22
2.1. Число фильмов в российском прокате	22
2.2. Страны-производители фильмов в российском прокате	23
2.3. Жанры фильмов в российском прокате	23
2.4. Игроки рынка кинопроката	25
2.5. Реклама фильмов на телевидении	28
2.6. Динамика размера цифровых «окон» в России	30
2.7. Меры государственной поддержки отечественных фильмов в прокате	31
<u>Глава 3. Кинопоказ</u>	33
3.1. Инфраструктура кинопоказа	33
3.2. Объемы рынка кинопоказа	34
3.3. Наиболее популярные фильмы в прокате	34
3.4. Обеспеченность населения услугами кинопоказа	37
3.5. Программа поддержки кинопоказчиков Фондом кино	37
3.6. Кинозрители	39
3.7. Игроки рынка кинопоказа	40
<u>Глава 4. Законотворчество в сфере кино</u>	43
4.1. Изменения в законодательстве, произошедшие в 2017–2018 годах	43
4.2. Обсуждаемые законодательные инициативы	46
<u>Глава 5. Проблемы и перспективы российской киноиндустрии</u>	48
5.1. Условия развития российской киноиндустрии – PEST-анализ	48
5.2. SWOT-анализ кинопроизводства	49
5.3. SWOT-анализ дистрибуции	51
5.4. SWOT-анализ кинопоказа	51
5.5. Выводы	53

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В фокусе внимания настоящего отчета – комплексное развитие отечественной киноиндустрии в 2013–2017 годах. В ходе исследования были проанализированы данные о состоянии кинопроизводства, проката и показа, а также рассмотрены происходившие и планирующиеся изменения в законодательстве. По итогам анализа были составлены SWOT-матрицы подотраслей кинематографии и PEST-матрица условий внешней среды, на основе которых были выявлены ключевые тренды российского кино.

Краткие результаты анализа сегментов кинематографии

Кинопроизводство

В последние годы объемы кинопроизводства в России идут по возрастающему тренду (несмотря на сокращение числа фильмов на экранах в 2017-м) и составляют порядка 140–150 картин в год. В то же время государственную поддержку во все большем объеме получает все меньшее число лент, вышедших в прокат: если в 2015–2016 годах их было больше 70, то в 2017-м – лишь 52. С другой стороны, в 2017-м вдвое больше картин, чем обычно (20 против 10), было снято при участии телеканалов – это весьма заметный источник инвестиций для продюсеров. Существенный вклад вносят в объемы производства регионы: до четверти всех выходящих в прокат отечественных картин снимаются за пределами Москвы или Санкт-Петербурга; половина из них – в Якутии. Постепенно начинают формироваться творческие и производственные региональные кластеры, что оказывает положительное влияние на децентрализацию индустрии и рост ее разнообразия.

Пока самые активные кинокомпании – из числа лидеров отечественного кинопроизводства, которые ежегодно определяются Фондом кино по ряду критериев и в настоящее время имеют возможность получать поддержку со стороны Фонда в первую очередь и в большем объеме. Эти компании (от 7 до 10 в год) выпускают больше фильмов, собирают большую кассу и в их руках концентрируется основная часть государственной поддержки. При этом многие из них достигают своего положения благодаря малому числу картин: десять из пятнадцати компаний, хотя бы раз входивших в число лидеров отечественного производства, собирают более 50% своей совокупной зрительской аудитории на одном фильме. Таким образом, государственная поддержка оказывается недиверсифицированной, и доля посещений отечественного кино в прокате, достигшая 24% в 2017 году, является неустойчивым показателем; сам же механизм отбора лидеров (на основе коммерческого успеха прошлых фильмов) препятствует их ротации.

Информационные технологии во всем мире усиливают свое влияние на сферу кинопроизводства в части спецэффектов и мультипликации. Отечественная полнометражная анимация очень сильно зависит от студий-лидеров и поддержки со стороны государства. Однако предоставленные в 2018 году льготы по налогам для аниматоров должны стать подспорьем в развитии этой сферы. Тем более что в широком прокате анимация популярнее игровых фильмов: 10–15% наименований этого жанра от числа всех релизов собирают 20–25% российской кассы.

Диверсификация государственной поддержки в России находит свое отражение в развитии неденежных форм протекционизма: регулирование дат релиза, смягчение возрастного рейтинга для отечественных картин в сочетании с его ужесточением для зарубежных; заключение новых международных соглашений, развитие кинокомиссий и фискальных стимулов; расширение сети кинотеатров, обязанных демонстрировать не менее 50% сеансов отечественного кино; ужесточение методов борьбы с пиратством в Сети. На деятельности российских продюсеров большинство этих мер должно сказаться положительно, хотя некоторые из них отрицательно влияют на другие подотрасли кинематографии.

В условиях полного невнимания к проблеме гендерного дисбаланса в стране в российском кинопроизводстве на ключевых должностях доминируют мужчины. И эта тенденция постепенно меняется только в отношении режиссеров фильмов: с 2013-го по 2017 год доля снятых женщинами фильмов выросла с 11% до 23% (в среднем – 16%). Чуть больше женщин среди продюсеров и сценаристов (около 22%), однако тут не наблюдается разительных перемен, как и среди операторов-постановщиков, где женщин стабильно очень и очень мало (3%). При этом путь к данным профессиям доступнее в сфере документального кино – и чрезвычайно тяжел в высокобюджетном производстве, что свидетельствует о наличии «стеклянного потолка».

Кинопрокат

Свершившаяся цифровая революция открыла дорогу на широкий экран новым фильмам (число их выросло с 280–350 в 2004–2011 годах до нынешних 400–450) и спецпоказам, система проката которых к 2016 году сложилась и преуспела (на экраны выходят 550–600 наименований в составе более 200 программ). Однако в 2018 году был принят «закон о фестивалях», который всерьез угрожает развитию данной сферы, сужая круг фильмов, которые могут демонстрироваться без прокатного удостоверения (а условия его получения далеко не всегда позволяют это сделать в случае событийных или ретроспективных релизов). Чаще всего с прокатным удостоверением демонстрируются документальные ленты и сборники короткометражных фильмов, однако они до сих пор не получали и 0,5% кассовых сборов страны. Тем не менее интерес к документальным картинам растет как со стороны зрителей, так и дистрибьюторов, тогда как прокатчики короткого метра в последнее время уходят с отечественного рынка.

В широком прокате доминируют фильмы производства США: они получают около 60% от общего числа российских кинопосещений. Концентрация рынка в руках представителей голливудских мейджоров превышает 80%, однако в последнее время идет на спад: пик был достигнут в 2016 году, когда большую часть зрителей привлекли в кинотеатры немногочисленные хиты. Мейджоры интересуются российским контентом: они видят здесь возможности как с точки зрения бизнеса (эти фильмы популярны), так и политики (им оказывает всестороннюю поддержку Фонд кино). Прокат крупных российских проектов мейджорами влечет за собой снижение доступности этих картин для небольших кинотеатров, у которых просят минимальную гарантию. Эту проблему сейчас предлагает решать Фонд кино, вы-

ступая посредником между прокатчиком и кинотеатром и гарантом выплаты прокатной платы первому без предоплаты МГ.

С переходом на цифру прежние тиражные бюджеты хлынули на телевидение – теперь это рекламные расходы прокатчиков и продюсеров. Самые рекламируемые фильмы в 2017 году получили в пять раз больше телероликов, чем в 2013-м, хотя их количество сократилось в полтора раза (только самые крупные релизы и самые сильные дистрибьюторы покупают эфирное время). В 2016–2017 годах заметно нарастили рекламные объемы отечественные фильмы, чем может и объясняться рост их популярности – наряду с растущими объемами господдержки (включая невозвратные субсидии для всех в Год российского кино (2016-й) и реинвестируемые возвратные средства Фонда кино), а также повышением внимания телеканалов к участию в отечественном кинопроизводстве. Очевидно, что многие прокатчики (в первую очередь работающие с зарубежными фильмами) уходят в Интернет (пока данных об их расходах в данной сфере нет). Обилие телевизионной рекламы ставит фильмы в неравные конкурентные условия и способствует укреплению неравенства в доходах кинопродюсеров, а также усугублению кризиса независимой дистрибуции как российских, так и зарубежных фильмов. Последний к тому же провоцируется расширением сети малозальных кинотеатров, протекционистскими законодательными инициативами и правоприменительной практикой.

Быстро развивается сегмент видео по запросу: растет число сервисов, их собственное производство, показ серий перед эфиром и т. п. Сокращается и «окно» до цифрового релиза фильмов (особенно это заметно в 2017–2018 годах; сейчас оно достигает уже 8,8 недели). Интересно, что российские продюсеры его увеличивают (с 4 до 7,5 недели за последние 3 года), а производители из США и Европы, напротив, сокращают (с 10–12 до 8,9–9,6 недели). Развитию легальных сервисов, как и кинотеатральному прокату, способствует продолжающаяся борьба с видеопиратством (в частности, закон о блокировке сайтов-зеркал). При этом закон о создании реестра онлайн-кинотеатров и регулировании иностранного владения сервисами, принятый в 2017 году и могущий ограничить конкуренцию с зарубежными компаниями на российском рынке, до сих пор так и не заработал.

Кинопоказ

С точки зрения посещений и кассовых сборов в 2013–2015 годах на рынке была стагнация (около 175 млн посещений), после которой наступили два «тучных» года (193 и 213 млн зрителей), хотя падение курса рубля почти в два раза за 5 лет снизило интерес к российскому рынку со стороны зарубежных продюсеров. В то же время снижение цены кинобилета в рублях (как реальное, так и номинальное) свидетельствует о понижающейся платежеспособности населения, что угрожает сокращением доходов всей киноиндустрии.

На 1 июля 2018 года в России насчитывается 1595 кинотеатров с 4774 залами. В стране сложилась полностью цифровая сеть кинопоказа, где все города с населением 250 тыс. жит. и более им обеспечены (и достаточно давно), однако интерес для прокатчиков представляют прежде всего столичные города и миллионники, поскольку на них приходится 47% продаваемых кинобилетов. В больших городах растет конкуренция между кинотеатрами, а в малых уровень кинопотребления (и,

соответственно, рентабельности рынка кинопоказа) невысок. Здесь развитию киносети способствует Фонд кино, который выдал средства на открытие 810 залов в малых городах – все они должны заработать до конца 2018 года. Благодаря этому число экранов в стране пока растет – на уровне около 10% в год.

Ожидается появление на рынке первых кинотеатров крупной южнокорейской киносети «СJ CGV». Владелец медиахолдинга «Рамблер» и сегодняшнего лидера российского рынка кинопоказа объединенной сети «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» (с 13% экранов страны) начал создание общей платформы для продажи фильмов в кинотеатре и в принадлежащем ему сервисе видео по запросу «Окко». Это делается с целью приспособления под меняющиеся привычки зрителей: молодые поколения всё реже ходят в кинотеатры и всё больше смотрят видео в Интернете на мобильных устройства. Киноаудитория взрослеет, а в России усугубляется и так называемая демографическая «яма» (сейчас 17-летних в два раза меньше, чем людей в возрасте 29 лет: 1,3 и 2,6 млн соответственно), что способствует потере самой активной части публики быстрее, чем за рубежом.

Ключевые тренды

Обобщая результаты исследования, мы выделили 10 ключевых трендов, оказывающих влияние на российскую кинематографию и формирующих ее облик в среднесрочной перспективе:

- 1.** текущая неблагоприятная ситуация в экономике страны сокращает доходы всех ветвей кинематографии и повышает расходные статьи, связанные с зависимостью отрасли от зарубежных технологий и оборудования;
- 2.** в России усиливается роль федеральных органов исполнительной власти в части регулирования кинорынка и действий его игроков, что оказывает воздействие (как положительное, так и отрицательное) на все подотрасли кинематографии;
- 3.** расширение киносети России продолжается за счет финансовой поддержки из средств федерального бюджета, что положительно влияет на прокат и отечественное кинопроизводство, а также – весьма неоднозначно – на кинопоказ (растут конкуренция и неопределенность дальнейшей судьбы субсидированных залов – при общем позитиве от роста числа кинотеатров);
- 4.** государственная финансовая поддержка кинопроизводства концентрируется на сокращающемся числе крупнобюджетных фильмов, которые производятся лидирующими студиями, что ведет к повышению зависимости доли рынка отечественного кино в прокате от малого числа игроков и проектов;
- 5.** множатся источники доходов и инвестиций для продюсеров: сотрудничество с телеканалами, краудфандинг, зарубежные продажи (особенно важные при ослаблении рубля), развитие сервисов видео по запросу, тематических телеканалов и пр.;
- 6.** творческое разнообразие отечественного кинопроизводства расширяется за счет формирования региональных кинокластеров; столичные же продюсеры получают возможность диверсифицировать риск, вовлекаясь в деятельность своих региональных коллег и пользуясь их системами поддержки (кинокомиссии и рибейты);

- 7.** растёт значение анимации и информационных технологий для кинематографистов: полнометражные мультфильмы пользуются спросом аудитории, а спецэффекты и цифровые образы всё чаще становятся незаменимыми в игровых картинах, где форма превалирует над содержанием;
- 8.** ожидаются снижение доминирования телевидения как рекламного канала кинофильмов и усиление роли Интернета и других форм цифрового интерактивного взаимодействия со зрителем, что будет способствовать развитию конкуренции между прокатчиками и производителями, а также снизит власть голливудских мейджоров и продюсеров-лидеров;
- 9.** становится заметным влияние неблагоприятной демографической ситуации в стране на развитие российской киноиндустрии на фоне сегментации аудитории, спрос которой удовлетворяется сегодня благодаря развитию событийного проката;
- 10.** усиливается стремление потребителей контента к многоплатформенности (кинотеатр, телевидение, видео по запросу, мобильные устройства, игры, дополненная реальность и пр.), что ведет к перестраиванию традиционной системы производства и продажи кинопродукции.

Таким образом, основное влияние на киноотрасль сегодня оказывает экономика; второе место по значимости делят политические и социальные аспекты; технологии же на состояние российской киноиндустрии влияют в меньшей степени. Главным выводом из исследования в отношении отечественных кинопродюсеров является то, что особого внимания с их стороны сегодня требуют изменения, происходящие в социальном плане. Прокатчикам следует сосредоточиться на минимизации экономического и законодательного риска. Больше всего проблем – у российских кинотеатров, для которых помимо экономическо-законодательных сложностей есть серьезные угрозы и технологическо-социального характера.

Глава 1. КИНОПРОИЗВОДСТВО

1.1. Объемы кинопроизводства в России

Мы оцениваем объемы производства на основании числа отечественных фильмов, которые выходят в кинотеатральный прокат. В период с 2013-го по 2016 год их количество неуклонно росло. 2016-й был объявлен Годом российского кино. В честь этого все субсидии кинопроизводителям из федерального бюджета были объявлены невозвратными (это правило не коснулось собственных средств Фонда кино, которые он получает в виде возвратов ранее выданных продюсерам денег). Данная мера, однако, не привела к росту числа выпущенных на экраны фильмов в 2017 году; впрочем, ее влияние еще может сказаться на числе релизов 2018 года (с учетом продолжительности производственного цикла в кинематографии). При этом 2017 год оказался наиболее плодотворным для отечественных документалистов – они выпустили на киноэкраны 19 картин. Отметим, что короткометражные сборники анимационных фильмов, выпускаемые компаниями «Кинодетство»



и «Мульт в кино», учитываются в статистике я как один релиз за год, хотя они состоят из нескольких выпусков.¹

Всего за последние пять лет в России было произведено и выпущено в прокат около 650 фильмов. Стоит отметить, что большинство картин снимается в Москве, чуть меньше – в Санкт-Петербурге. Тем не менее в стране развиваются и региональные кинематографии: так, в 2017 году всего 17% картин были произведены в различных областях и республиках РФ, а всего за 2013–2017 годы доля региональных фильмов составила 22% от числа всех отечественных релизов.²

1.2. Рейтинг российских регионов с точки зрения кинопроизводства

Для того чтобы проанализировать производство фильмов в регионах, определимся с терминологией: региональные фильмы – это картины, произведенные продюсером и съемочной группой, базирующимися за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, и выходящие в кинотеатральный прокат преимущественно на территории своего и близлежащих регионов (чаще всего без посредничества дистрибьютора).

Всего за последние пять лет в России было произведено 146 региональных фильмов. Подавляющее большинство из них – полнометражные игровые. Остальные форматы почти не развиты; исключение составляют короткометражные сборники игровых

¹ С 2015-го по 2017 год в прокат вышло 70 выпусков «Мульт в кино» и 27 сборников «Кинодетства».

² Впервые этот сегмент рынка был рассмотрен в отчете Европейской аудиовизуальной обсерватории «Киноиндустрия Российской Федерации» в 2014 году – см.: http://research.nevafilm.ru/public/research/EAO/KINOINDUSTRY/2014/2014_RUS_Fin.pdf/.

картин – в 2016 году они особенно часто встречались на региональных киноэкранах.

Лидером по производству регионального кино за последние пять лет является Якутия: здесь было снято и выпущено в прокат 64 фильма. Однако в последние годы темпы производства в этом регионе падали, и в 2017 году объем сократился почти на 60% по сравнению с 2013-м. Республика Бурятия занимает второе место по суммарно произведенному количеству фильмов за последние пять лет (объемы производства здесь втрое ниже, чем у лидера рынка – Якутии (22 картины)); и здесь также наблюдается спад (вдвое к уровню 2013-го).

На третьем месте располагается Республика Татарстан – здесь уже отрыв от второго места не такой большой; и за пять лет было снято на 30% фильмов меньше, чем в Бурятии. Тем не менее это хороший результат, так как в 2013–2015 годах в широком прокате не было ни одного фильма из этого региона. Стоит отметить Республику Башкортостан, в которой за пять лет было снято девять фильмов, что позволяет ей занять четвертое место. Замыкает пятерку лидеров Иркутская область с шестью произведенными фильмами за рассматриваемый период.



Количество релизов по регионам (2013–2017)

Регион	2013	2014	2015	2016	2017	Всего за период
Республика Саха (Якутия)	19	12	12	13	8	64
Республика Бурятия	6	5	4	4	3	22
Республика Татарстан	-	-	-	12	4	16
Республика Башкортостан	-	3	2	1	3	9
Иркутская область	1	1	-	2	2	6
Самарская область	-	-	1	1	1	3
Омская область	2	-	-	-	1	3
Оренбургская область	-	2	-	1	-	3
Кабардино-Балкарская Республика	-	-	1	1	-	2
Новосибирская область	-	1	1	-	-	2
Красноярский край	-	1	1	-	-	2
Свердловская область	-	1	1	-	-	2
Приморский край	-	-	-	-	1	1
Ульяновская область	-	-	-	1	-	1
Липецкая область	-	-	-	1	-	1
Санкт-Петербург	-	-	-	1	-	1
Чувашская Республика	-	-	-	1	-	1
Чеченская Республика	-	-	-	1	-	1
Тульская область	-	-	1	-	-	1
Забайкальский край	-	-	1	-	-	1
Республика Калмыкия	-	-	1	-	-	1
Амурская область	-	-	1	-	-	1
Саратовская область	-	1	-	-	-	1
Тамбовская область	1	-	-	-	-	1

Источники: ЕАИС, Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, Невафильм Research

Обращают внимание на региональных производителей столичные кинокомпании: так, в 2016 году в прокат вышла бурятская картина «Эластико», поддержанная в производстве базирующейся в Москве компанией «Энджой мувиз». Это случается нечасто, но в перспективе могло бы стимулировать создание фильмов в регионах.

Активную работу по развитию кино в российских регионах ведет в течение последних лет и Молодежное отделение Союза кинематографистов РФ: при его содействии по всей стране проходят региональные питчинги проектов, возрождается деятельность местных отделений СК и их молодежных подразделений.

С недавних пор в России пытаются перенять зарубежный опыт. Развитию регионального кинопроизводства могут содействовать системы фискальных стимулов, запущенные в отдельных регионах в 2016–2017 годах. Совместными усилиями АПКИТ и АСИ была разработана документация для осуществления так называемых рибейтов. Инициативу поддерживает Фонд кино, делающий акцент на организации кинокомиссий (основная цель которых – помогать съемочным группам в поисках локаций, получении разрешений на съемки и подборе техники и персонала); согласно рекомендациям Фонда кино¹, именно кинокомиссия может взять на себя функции по выплате рибейтов и разработке правил для этого. Однако у регионов остается высокая доля автономии при назначении организации-кинокомиссии.

С начала 2018 года три региона объявили о начале выплат потраченных в регионах средств на производство национальных фильмов (имеющих соответствующее удостоверение): Приморский край (до 15% и до 5 млн руб. на проект), Калининградская область (до 20% в общей сумме 20 млн руб. в 2017-м – и вдвое больше в 2018-м) и Астраханская область. Позднее о разработке аналогичных программ заявили в Ульяновской и Иркутской областях. Препятствием для местных и зарубежных съемочных групп является то, что для получения рибейта требуется удостоверение национального фильма: первые зачастую не знают, что такое УНФ, или не могут получить его удаленно (а для поездки в Москву или для заказа услуги у посредников требуются деньги), а вторые не имеют на него права.

В настоящее время о развитии кинематографии в той или иной форме (создание кинокомиссий или подписание меморандумов о сотрудничестве) заявили также в Ростовской области, Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Новгородской и Вологодской областях, Краснодарском крае.

По данным Фонда кино, к концу 2017 года в России насчитывалось 11 кинокомиссий, четыре из которых предлагали продюсерам выплату части средств, потраченных на кинопроизводство в регионе. Однако к августу 2018 года мы насчитали только 8 действующих сайтов кинокомиссий, что является одним из важных свидетельств их активности:

- Сибирская (создана Иркутской областью, в настоящее время объединяет 11 регионов): <http://filminsiberia.ru/>;
- Приморский край: <http://primoryefilm.ru/>;
- Москва: <http://filmmoscow.ru/>;
- Московская область: <http://mosoblkino.ru/kinokomissiya-br-moskovskoj-oblasti/>;
- Ульяновская: <https://ulkul.ru/news/culture/kinokomissiya-ulyanovskoy-oblasti.html>;

¹ См.: <http://www.fond-kino.ru/projects/kinokomissii/>.

- Калининградская: <https://www.cinema39.ru/>;
- Новгородская: <http://kinokomissiya-no.ru/> и <http://kinokomissiya-vn.ru/>;
- Тульская: <http://tulafilmcommission.ru/>.

Пока в региональные бюджеты закладываются достаточно малые суммы на выплату рибейтов, а продюсеры и съемочные группы приноравливаются к сотрудничеству с кинокомиссиями, говорить о том, что вышеупомянутые меры начали стимулировать кинопроизводство, в том числе региональное, не приходится. С другой стороны, на то, чтобы привыкнуть работать в новом формате, может потребоваться время, и оценить эффективность данных стимулов можно будет лишь через несколько лет.

1.3. Государственная поддержка кинопроизводства

С конца 2009 года в России действуют две институции, оказывающие поддержку производства и проката фильмов. Министерство культуры отвечает за фильмы для детей и юношества, дебютные, авторские и экспериментальные художественные фильмы, киножурналы, документальные и научно-популярные, анимационные картины. Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино) в свою очередь выдает субсидии и возвратное финансирование для создания и продвижения коммерческих фильмов для массового зрителя, согласно своему уставу, в целях «повышения конкурентоспособности отечественной кинематографии, обеспечения условий для создания качественных фильмов, соответствующих национальным интересам, популяризации национальных кинофильмов в Российской Федерации и за рубежом».

Ежегодно в прокат, по подсчетам Невафильм Research¹, выходило от 45 до 76 фильмов, получивших государственную поддержку на стадии производства из федерального бюджета. Обычно это около 50% всех релизов, однако в 2017 году доля кинофильмов без государственной поддержки превысила 60%.

В среднем 46% отечественных фильмов в прокате за рассматриваемые пять лет были поддержаны Фондом кино или Министерством культуры. При этом средства, которыми располагает Фонд кино, обычно больше тех, которые выдаются по линии Минкультуры, в том числе и за счет возврата ранее выданных средств, которые Фонд реинвестирует; поэтому и фильмов он поддерживает больше, чем Минкультуры.



¹ Подсчеты производились на основании опубликованных списков фильмов-получателей субсидий со стороны Министерства культуры и Фонда кино на официальных сайтах этих институтов и в отраслевой прессе, а также путем изучения титров российских фильмов, вышедших в прокат в 2013–2017 годах.

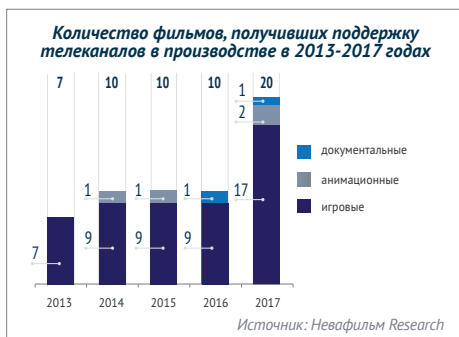
Объем государственной поддержки кинопроизводства в России (млрд руб.)

Источник	2013	2014	2015	2016	2017
Бюджетные субсидии со стороны Министерства культуры	3	2,9	1,9	2	3
Бюджетные субсидии со стороны Фонда кино	2,8	3	3	2,9	3
Реинвестируемые средства Фонда кино	0,1	0,4	0,3	0,7	0,9
Всего	6,2	6,3	5,2	5,5	6,9

Источник: Фонд кино

1.4. Участие телеканалов в кинопроизводстве

Российские телеканалы, несмотря на отсутствие законодательного требования, нередко также поддерживают кинопроизводителей, являясь сопродюсерами отечественных кинокартин: за 2013–2016 годы подобных фильмов вышло в прокат по 7–10; в 2016–2017 годах среди них оказались даже документальные («Кольца мира» снят при участии ВГТРК («Россия 1»), а «То, что во мне» – «Первого канала»). При этом в 2017 году количество вышедших в прокат фильмов, сопродюсерами которых стали телеканалы, резко увеличилось до 20, что могло стать одной из причин увеличения доли посещений российского кино в прокате до 24% (см. 2.2. Страны-производители фильмов в российском прокате).



Дело в том, что, принимая участие в производстве фильма, телеканалы используют передачи, новости, развлекательные ток-шоу для дополнительного продвижения картины при выходе в прокат (они также могут достаточно быстро выпускать фильм в эфир: к примеру, лидер 2017 года «Последний богатырь», вышедший в кинотеатрах 26.10.2017, уже 01.01.2018 был показан на канале «Россия 1»).

Такая маркетинговая поддержка, которая не учитывается «Медиаскопом» при подсчете рекламных роликов (см. 2.5. Реклама фильмов на телевидении), оказывает существенное влияние на интерес зрителей к фильму. И действительно, ленты, снятые при участии телеканалов, часто занимают места на вершине годового рейтинга. К примеру, в 2013 году в десятку вошли «Сталинград» (1-е место) и «Легенда №17» (6-е); «Елки 3» обогнал «Легенду №17», но оказался на стыке годов, поэтому не вошел в лидеры 2013-го или 2014 года;



в 2016-м «Экипаж» занял 6-ю строчку; в 2017-м «Викинг» – 7-ю (с учетом сборов в декабре 2016-го он собрал больше «Экипажа»), «Последний богатырь» – 2-ю; в 2018-м в прокате лидирует «Движение вверх». Все эти ленты были сняты при участии «России 1» (за исключением «Викинга» – «Первый канал») и активно продвигались в эфире.

В то же время участие телеканалов в кинопроизводстве в России – не новое явление. В одном из первых исследований российской киноиндустрии для Европейской аудиовизуальной обсерватории мы уже отмечали этот тренд¹: в 2004–2009 годах в прокат выходило от 5 до 10 фильмов, получивших поддержку производства со стороны телеканалов.

Самым активным телеканалом, который в последние годы участвует в кинопроизводстве, является холдинг ВГТРК («Россия 1»); на втором месте – СТС; на третьем – «Первый канал». Интересно, что в 2017 году в производстве регионального фильма «Неотосланные письма» (Республика Татарстан) принял участие республиканский канал ТНВ (Телевидение «Татарстан–Новый Век»).

Если сравнить ситуацию с аналогичным пятилетним периодом, за который есть более ранние данные об участии телеканалов в кинопроизводстве, то можно заметить, что «Первый канал» заметно снизил свою активность в этой сфере. При этом общее число телевизионных каналов, обратившихся к кинобизнесу, увеличилось.



1.5. Рейтинг продюсерских компаний

Для составления рейтинга продюсерских компаний были использованы данные о студиях-производителях, указанные в прокатных удостоверениях фильмов, а также на сайте kinopoisk.ru. Списки компаний были унифицированы; также мы объединили аффилированные студии с их головными компаниями на основе списков фильмов, указанных на сайтах последних; объединение не касалось студий, занимающихся производством картин разных жанров – в частности, анимации и игровых лент.

Самыми активными отечественными продюсерскими компаниями по числу производимых фильмов являются «Энджой мувиз» и Кинокомпания «СТВ» – за пять лет они выпустили на экраны более 25 картин каждая. Больше 15 кинолент вышло при участии «Таббак (Базелевс)» и «Арт Пикчерс студия». Остальные продюсеры, вошедшие в двадцатку, произвели от 5 до 11 фильмов, которые уже вышли в кинопрокат.²

¹ См. подробнее в: Киноиндустрия Российской Федерации. 2010 – <https://rm.coe.int/090000168078353a/>

² Всего в России за 2013–2017 годы 10 студий, включая якутскую «Сахафильм», выпустили по пять релизов; при отборе компаний для топ-20 учитывалась совокупная посещаемость этих картин.

Однако количество выпущенных фильмов – далеко не самый главный показатель успешности. Если ранжировать студии по посещаемости их картин¹, то ключевые позиции распределяются иначе: на первые места выходят так называемые лидеры отечественного кинопроизводства (см. подробнее 1.4. Роль студий-лидеров отечественного кинопроизводства). А если добавить к рассмотрению показатель среднего числа зрителей на фильм, то можно заметить, что производящая больше всех картин «Энджой мувиз», оказывается, менее всего импонирует зрителям. Тогда как выпускающие не так много картин Студия «ТРИТЭ», «Анимационная студия Мельница», «Кинослово», «Дирекция кино», телеканалы «Россия 1» и ТНТ или «Русская Фильм Группа»² добиваются впечатляющих результатов благодаря работе с масштабными высокобюджетными постановками, привлекающими широкую аудиторию.

Ключевые кинопроизводители России по количеству релизов в СНГ в 2013–2017 годах

Место	Студия	2013	2014	2015	2016	2017	Всего релизов за 5 лет	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	Энджой мувиз	3	6	9	8	1	27	11%	67%	-
2	Кинокомпания «СТВ»	5	3	6	6	5	25	16%	76%	12%
3	ТабБак (Базелевс)	3	3	7	3	2	18	44%	94%	11%
4	Арт Пикчерс студия	2	2	7	3	3	17	29%	82%	18%
5	ВБД Груп (Yellow, Black & White)	-	3	1	3	4	11	36%	91%	18%
6	Марс Медиа Энтертейнмент	-	1	3	3	3	10	-	20%	50%
7	Ленфильм	1	1	1	2	5	10	10%	40%	30%
8	Мосфильм	1	2	3	2	1	9	11%	22%	56%
9	Анимационная студия Мельница	1	-	2	3	2	8	13%	100%	-
10	Нон-стоп продакшн	4	2	-	1	1	8	25%	63%	13%
11	Renovatio ent.	2	1	-	4	1	8	13%	75%	-
12	Интерфест (Реал-Дакота)	2	1	4	1	-	8	-	50%	38%
13	Централ Партнершип	2	2	1	1	1	7	14%	71%	-
14	ТПО «РОК»	3	2	-	-	2	7	-	71%	29%
15	Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова	1	2	1	1	1	6	67%	100%	-
16	Кинофирма	1	-	-	3	2	6	-	17%	17%
17	Всемирные Русские Студии	-	4	-	1	1	6	-	50%	67%
18	Вертикаль	-	3	1	2	-	6	-	50%	67%
19	Liparark	1	3	-	-	1	5	-	80%	-
20	Продюсерская фирма Игоря Толстунова	1	2	-	2	-	5	20%	80%	40%

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

В 2013–2017 годах только семь студий принимали участие в более чем одном анимационном проекте, вышедшем на российские киноэкраны. Лидерами среди них являются Кинокомпания «СТВ» и «Анимационная студия Мельница», соучредителем каждой из которых является продюсер Сергей Сельянов.

¹ Мы учитываем число посещений релизов 2013–2017 годов в СНГ в период с 1 января 2013-го по 30 июня 2018 года.

² Здесь перечисляются компании, выпустившие более одного фильма за пять лет.

Ключевые кинопроизводители России по числу посещений в СНГ в период 01.01.2013–30.06.2018 (по релизам 2013–2017 годов)

Место	Студия	Всего релизов за 5 лет	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн)	Посещений на фильм (тыс.)	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	ТабБаК (Базелевс)	18	30 739,1	7324,6	170,77	44%	94%	11%
2	Кинокомпания «СТВ»	25	27 300,4	6132,1	1092	16%	76%	12%
3	Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова	6	23 353,1	5764,7	3892,2	67%	100%	-
4	Арт Пикчерс студия	17	19 618,8	4963	1154	29%	82%	18%
5	Анимационная студия Мельница	8	19 481,7	4319,3	2435,2	13%	100%	-
6	ВБД Групп (Yellow, Black & White)	11	17 789,6	4134,4	1617,2	36%	91%	18%
7	Энджой мувиз	27	16 588	3870,5	614,4	11%	67%	-
8	Кинослово	3	9949,3	2294,1	3316,4	33%	100%	-
9	Нон-стоп продакшн	8	9665,5	2560,2	1208,2	25%	63%	13%
10	Канал Россия 1	3	8306,3	1923,4	2768,8	100%	100%	-
11	Lunapark	5	7998,5	1781,2	1599,7	-	80%	-
12	Walt Disney Pictures	1	7784,7	1732,6	7784,7	100%	100%	-
13	Дирекция кино	2	6674,4	1714,2	3 337,2	100%	50%	-
14	Renovatio ent.	8	6390,4	1503	798,8	13%	75%	-
15	Водород	3	6352,5	1591,9	2117,5	67%	100%	-
16	Викинг Продакшн	1	5833,9	1531,9	5833,9	100%	100%	-
17	Централ Партнершип	7	4714,2	1078	673,5	14%	71%	-
18	Русская Фильм Группа	2	4523,3	1217,1	2261,7	-	50%	50%
19	Step by Step Film Production / Маринс Групп Интертеймент	1	4444,7	1200,3	4444,7	-	100%	-
20	ТНТ	2	4009,9	938,2	2004,9	100%	50%	-

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Ключевые анимационные студии России по количеству фильмов, вышедших на киноэкраны в 2013–2017 годах

Место	Студия	2013	2014	2015	2016	2017	Всего релизов за 5 лет	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	Кинокомпания «СТВ»	3	-	2	4	2	11	9%	100%	9%
2	Анимационная студия Мельница	1	-	2	3	2	8	13%	100%	-
3	Wizart Film	1	-	1	2	-	4	-	100%	-
4	ТабБаК (Базелевс)	-	-	2	1	-	3	33%	100%	-
5	Арт Пикчерс студия	-	-	1	1	-	2	-	100%	-
6	КиноАтис	-	1	1	-	-	2	50%	50%	100%
7	Анимационная Студия Рим	1	-	-	1	-	2	-	50%	-

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Они же лидируют по числу посещений и кассовых сборов полнометражной анимации в прокате СНГ, демонстрируя также хорошие результаты в пересчете на один фильм. Помимо них больше миллиона зрителей на фильм в прокате СНГ собрали в 2013-м–середине 2018 года компании «Blitz Films» / «Аэроплан» (с фильмом «Фиксики: Большой секрет») и «Смешарики» / «Студия Анимации Петербург» и «Арт Пикчерс студия» (благодаря картине «Смешарики. Легенда о золотом драконе»).

Ключевые анимационные студии России по числу посещений в СНГ в период 01.01.2013–30.06.2018 (по релизам 2013–2017 годов)

Место	Студия	Всего релизов за 5 лет	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)	Посещений на фильм (тыс.)	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	Кинокомпания «СТВ»	11	20 757,8	4564,9	1887,1	9%	100%	9%
2	Анимационная студия Мельница	8	19 481,7	4319,3	2435,2	13%	100%	-
3	Wizart Film	4	3931,2	833,4	982,8	-	100%	-
4	Арт Пикчерс студия	2	2255	454,7	1127,5	-	100%	-
5	Blitz Films / Аэроплан	1	2084,1	405,4	2084,1	-	-	-
6	КиноАтис	2	1495,4	290	747,7	50%	50%	100%
7	ТабБак (Базелевс)	3	1398,5	322,1	466,2	33%	100%	-
8	Смешарики / Студия Анимации Петербург	1	1358,7	262,8	1358,7	-	-	-
9	Глюкоза Продакшн	1	896,3	192	896,3	-	100%	-
10	Анимационная Студия Рим	2	530,2	109,4	265,1	-	50%	-

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Лидером по числу выпущенных в кинотеатральный прокат документальных фильмов является Леонид Парфенов – известный телеведущий и с недавних пор блогер: за последние пять лет три его документальных фильма вышли в прокат (трилогия «Русские евреи»). Больше одного фильма в кинопрокат СНГ выпустили лишь пять студий.

Ключевые документальные студии России по количеству фильмов, вышедших на киноэкраны в 2013–2017 годах

Место	Студия	2013	2014	2015	2016	2017	Всего релизов за 5 лет	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	ИП Л. Парфенов	-	-	-	1	2	3	-	-	-
2	Твинди	-	-	-	1	1	2	-	-	-
3	ИП Либеров Роман Александрович	1	-	1	-	-	2	-	-	-
4	Остров	-	-	-	1	1	2	50%	-	-
5	Киностудия им. М. Горького	-	-	1	-	1	2	-	-	-

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Ключевые документальные студии России по числу посещений в СНГ в период 01.01.2013–30.06.2018 (по релизам 2013–2017 годов)

Место	Студия	Всего релизов за 5 лет	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Посещений на фильм (тыс.)	Доля фильмов, снятых при участии телеканалов	Доля фильмов, снятых при поддержке Фонда кино	Доля фильмов, снятых при поддержке Минкультуры
1	ИП Л. Парфенов	3	279	8896,3	9,3	-	-	-
2	Kosmosfilm / landovka Productions	1	25,4	6273,8	25,4	-	-	-
3	Твинди	2	16,3	5004,7	8,2	-	-	-
4	Vertov Studio	1	10,7	3243,8	10,7	100%	-	100%
5	ИП Либеров Роман Александрович	2	10,3	2349,6	5,2	-	-	-

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Фильмы Парфенова собрали и больше всего зрителей – около 28 тыс. Самым же успешной документальной лентой в прокате за рассматриваемый период

стала «Здорово и вечно» (реж. Наталья Чумакова, Анна Цирлина) производства «Kosmosfilm» и «landovka Productions», которую посмотрели более 25 тыс. зрителей.

1.6. Роль студий-лидеров отечественного кинопроизводства

Ежегодно Фонд кино выбирает так называемых лидеров отечественного кинопроизводства, которые в настоящее время имеют возможности получить поддержку со стороны Фонда в первую очередь и в большем объеме. За 9 лет работы Фонда кино в целом 15 компаний входили в число продюсеров-лидеров, а ежегодное их количество варьировалось от 7 (в 2011 году) до 13 (в 2013-м).

Критерии отбора лидеров отечественного кинопроизводства были зафиксированы в 2010 году постановлением правительства РФ и с тех пор несколько раз пересматривались, так же как и условия финансирования компаний.¹ По состоянию на 2018 год при составлении рейтинга продюсеров учитываются следующие критерии (большинство из них – за последние 5 лет):



- посещаемость фильмов, вышедших в российский кинопрокат;
- телевизионные рейтинги фильмов, вышедших в телеэфир;
- посещаемость фильмов, вышедших в зарубежный кинопрокат;
- участие и награды на четырех международных кинофестивалях (включая Московский, Каннский, Берлинский и Венецианский);
- полученные кинопремии и номинации за лучший игровой фильм в России («Ника» и «Золотой Орел») и в мире («Оскар» за лучший фильм на иностранном языке);
- продолжительность работы компании;
- количество фильмов (игровых и анимационных), вышедших в кинотеатральный прокат в России за последние 10 лет.

Все кинопроизводители получают поддержку на каждый свой фильм в отдельности по результатам оценки сценарной рабочей группы и экспертного совета (на основе рейтингования проектов по результатам публичных питчингов) и после утверждения попечительским советом Фонда кино². Конкурс для студий-лидеров проводится в первую очередь.

В 2018 году в список лидеров отечественного кинопроизводства вошли 10 студий. Шесть из них попадают в это число ежегодно.

Роль лидеров отечественного производства для российской киноиндустрии с точки зрения числа производимых фильмов не так велика – лишь 26% вышедших на экраны картин в 2013–2017 годах были сняты с участием одной из 15 студий, хотя бы раз входивших в число лидеров. Однако кассовые сборы этих кинофильмов составляют впечатляющие 74%, что говорит о значимом влиянии лидеров на рынок.

¹ см. подробнее в: Киноиндустрия Российской Федерации. 2014 – http://research.nevafilm.ru/public/research/EAO/KINOINDUSTRY/2014/2014_RUS_Fin.pdf; Кинопроизводство и копродукция в России. Эксперт российских фильмов за рубеж. 2016 – <https://rm.coe.int/1680783d62>; и Главу 4. ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СФЕРЕ КИНО.

² В конце августа 2018 года правительство опубликовало новый устав Фонда кино, согласно которому Министерство культуры получает больше контроля над ним. См. Главу 4. ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СФЕРЕ КИНО.

Интересно, что студии-лидеры выпускают в прокат больше половины полнометражных анимационных фильмов.

Лидеры отечественного кинопроизводства по годам

№	Названия компаний-лидеров	2014	2015	2016	2017	2018	Количество лет в числе лидеров
1	Арт Пикчерс студия	x	x	x	x	x	9
2	ВБД Групп (Yellow, Black and White)				x	x	2
3	Дирекция кино	x	x	x	x	x	9
4	Интерфест (Реал-Дакота)						2
5	Кинокомпания «СТВ»	x	x	x	x	x	9
6	Кинокомпания «Стрела»						1
7	Коктебель						1
8	Нон-стоп продакшн	x	x	x	x	x	7
9	Продюсерская фирма Игоря Толстунова	x			x	x	6
10	Режун-синема						2
11	Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова	x	x	x	x	x	9
12	ТабБаК (Базелевс)	x	x	x	x	x	9
13	ТПО «РОК»					x	3
14	Централ Партнершип	x	x	x	x	x	9
15	Энджой мувиз	x	x	x	x		5
	Всего компаний	9	8	8	10	10	

Источник: Фонд кино

В целом наиболее успешной за рассматриваемый период была студия Тимура Бекмамбетова – картины «ТабБаК» («Базелевс») в прокате СНГ посмотрели более 30 млн человек; на втором месте Кинокомпания «СТВ» Сергея Сельянова с 27 млн; на третьем – Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова с 23 млн зрителей в период с 2013-го до середины 2018 года. Замыкает список компания «Коктебель» Романа Борисевича.

Если же рассматривать показатель среднего числа посещений на один фильм, то самыми популярными фильмами оказываются проекты Студии «ТРИТЭ», а также «Дирекции кино» – их в среднем посещают более 3 млн человек.

Результаты в прокате СНГ компаний, хотя бы однажды входивших в число продюсеров-лидеров* (результаты за период 01.01.2013–30.06.2018)

Место	Студия	Число фильмов	в т.ч. полнометражной анимации	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)	Посещений на фильм (тыс.)
1	ТабБаК (Базелевс)	18	3	30 739,1	7324,6	1707,7
2	Кинокомпания «СТВ»	25	11	27 300,4	6132,1	1092
3	Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова	6	-	23 353,1	5764,7	3892,2
4	Арт Пикчерс студия	17	2	19 618,8	4963	1154
5	ВБД Групп (Yellow, Black & White)	11	-	17 789,6	4134,4	1617,2
6	Энджой мувиз	27	-	16 588	3870,5	614,4
7	Нон-стоп продакшн	8	-	9665,5	2560,2	1208,2
8	Дирекция кино	2	-	6674,4	1714,2	3337,2
9	Централ Партнершип	7	1	4714,2	1078	673,5
10	Продюсерская фирма Игоря Толстунова	5	-	3092,8	722	618,6
11	ТПО «РОК»	7	-	2289,3	575,2	327
12	Кинокомпания «Стрела»	2	-	1697,3	491,3	848,6
13	Интерфест (Реал-Дакота)	8	-	1385,4	311,5	173,2
14	Режун-синема	1	-	990,6	234,1	990,6
15	Коктебель	2	-	20,6	5,2	10,3
	Всего у этих студий	143	17	158 122,7	37 770,1	1105,8
	Доля рынка отечественных картин	26%	52%	74%	74%	-

* в случае совместного производства фильма его результаты относятся в полном объеме к каждой компании

Источники: Кинобизнес сегодня, Биаллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

Самым успешным фильмом производства студий лидеров отечественного кинопроизводства стало «Движение вверх» (это вообще самый кассовый современный российский фильм); при этом он собрал больше половины всех зрителей Студии «ТРИТЭ» за рассматриваемый период. Аналогичным образом (во многом благодаря успеху одного фильма) складывается результат большинства компаний; среди лидеров, отобранных в 2018 году, особенно сильна эта зависимость от одного проекта у студий ТПО «РОК», «Дирекции кино» и «Нон-стоп продакшн» (больше 60%).

Самые успешные фильмы компаний, хотя бы однажды входивших в число продюсеров-лидеров, в прокате СНГ 2013–2017 годов (сборы до 30.06.2018)*

Место	Названия компаний-лидеров	Фильм	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)	Доля посещений лидирующего фильма в общем
1	Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова	Движение вверх	12 441,7	3043,5	53%
2	ВБД Групп (Yellow, Black & White)	Последний богатырь	7784,7	1732,6	44%
3	Арт Пикчерс студия	Сталинград	6204,2	1700,7	32%
4	Нон-стоп продакшн	Сталинград	6204,2	1700,7	64%
5	Дирекция кино	Викинг	5833,9	1531,9	87%
6	ТабБаК (Базелевс)	Елки 3	5584,7	1302,6	18%
7	Кинокомпания «СТВ»	Три богатыря и Морской царь	3995,8	861,2	15%
8	Централ Партнершип	Легенда о Коловрате	2485,5	606,6	53%
9	ТПО «РОК»	Матильда	2109,9	537,4	92%
10	Продюсерская фирма Игоря Толстунова	Метро	1593,4	364,9	52%
11	Энджой мувиз	Что творят мужчины!	1396,9	304,7	8%
12	Интерфест (Реал-Дакота)	А зори здесь тихие...	1169,3	262,7	84%
13	Кинокомпания «Стрела»	День выборов 2	1095,9	315,1	65%
14	Режун-синема	Большой	990,6	234,1	100%
15	Коктебель	Тряпичный союз	15,3	3,9	74%

* в случае совместного производства фильма его результаты относятся в полном объеме к каждой компании
Источники: Кинобизнес сегодня, бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, kinopoisk.ru, Госреестр

1.7. Гендерный баланс на ключевых должностях в российских съемочных группах

Гендерное равенство – одна из наиболее обсуждаемых тем в сегодняшнем мире, и киноиндустрия не является исключением. Однако в России до сих пор этот вопрос не был изучен. Мы проанализировали все фильмы, вышедшие в отечественный прокат и произведенные с участием России (включая документальные и анимационные ленты; без учета короткометражных сборников). По ним была собрана информация об именах сотрудников на четырех должностях: продюсер, режиссер, автор сценария и оператор-постановщик.¹ Затем был произведен подсчет доли сотрудников разного пола на этих позициях по каждому фильму: все картины по каждой профессии разделились таким образом на две категории – с доминированием женщин (50% и более на позиции) и с доминированием мужчин (менее 50% сотрудников в должности).

Исследование показало, что мужчины в рассматриваемом периоде доминируют на ключевых позициях в российском кинопроизводстве. Меньше всего женщин работает операторами-постановщиками (менее 3%), следом идут режиссеры-постановщики (16%); больше всего женщин среди сценаристов (21%) и продюсеров (22%).

¹ Информация по участникам фильмов на исследуемых должностях была найдена по следующему количеству картин в российском прокате 2013–2017 годов: режиссеры – 602, продюсеры – 567, сценаристы – 561, операторы – 546. Всего было проанализировано 613 фильмов.



Мы проанализировали доли фильмов с доминированием женщин на каждой из четырех ключевых позиций за 2013–2017 годы. Положительная динамика наблюдается только в отношении режиссеров-постановщиков: доля фильмов, снятых женщинами-режиссерами, выросла с 11–12% до 23%. По остальным трем специальностям волатильность участия женщин достаточно высокая, и тенденции к изменению ситуации с доминированием мужчин не наблюдается.

Если рассматривать жанры фильмов, то для женщин всех профессий наиболее благополучная ситуация складывается в документальном кино.¹ Отметим также, что положительная динамика числа женщин-режиссеров формируется благодаря художественным картинам – именно здесь она растет заметным образом.

Наконец, интересна зависимость между долей женщин на ведущих ролях в съемочной группе и популярностью фильмов (в условиях отсутствия данных по бюджетам картин показатель числа проданных кинобилетов может быть использован в качестве оценки масштабыности проекта²). Выяснилось, что женщины

на ведущих ролях в съемочной группе и популярностью фильмов (в условиях отсутствия данных по бюджетам картин показатель числа проданных кинобилетов может быть использован в качестве оценки масштабыности проекта²). Выяснилось, что женщины



¹ В анализ не включены операторы анимационных фильмов.

² При распределении фильмов на группы используется деление на квартили; поскольку число картин с известными именами (и полом) сотрудников по каждой специальности различается, то и границы квартилей также отличаются; но в целом мы говорим о наиболее популярных фильмах (верхний квартиль), средней (медиана +/-25% зрителей) и низкой популярности (нижний квартиль). Данные по числу посещений известны у 552 фильмов из 613. Если количество проданных билетов неизвестно, то картина рассматривается в категории наименее популярных.

в меньшей степени участвуют в создании наиболее известных картин: от четвертого к первому квартилю доля режиссеров уменьшается в 3,5 раза (с 21% до 6%), а сценаристов и продюсеров – более чем в 2,5 (с 28% до 11% и с 27% до 10% соответственно). Одинаково скудно в производстве фильмов разного масштаба представлены женщины-операторы (менее 5%).

Глава 2. КИНОПРОКАТ

2.1. Число фильмов в российском прокате

Ежегодно российским кинозрителям доступно более 500 фильмов широкого проката, не считая программ креативного контента¹, которые демонстрируются ограниченное число дней и сеансов – часто в рамках тематических кинофестивалей. При этом количество новых релизов держится на уровне выше 400 наименований. Интересно отметить, что в 2017-го был зафиксирован рекорд: в кинотеатрах в течение года были показаны почти 650 фильмов.



Вообще же, резкое расширение киноафиши стало возможным после перехода на цифровые технологии кинопоказа, когда благодаря удешевлению стоимости выхода на этот рынок, а также упрощению всех логистических процессов появилось много новых компаний. Начался расцвет региональных кинематографий в различных областях и республиках Российской Федерации: фильмы локального производства стали всё чаще демонстрироваться в кинотеатрах в формате индустриального стандарта DCP и привлекать аудиторию. Своего пика эти процессы достигли в 2013 году, когда число новых релизов в стране составило 443 (для сравнения: в 2004–2011 годах на экраны выходило от 280 до 350 картин ежегодно), после чего начался спад, вызванный несколькими причинами.

Во-первых, закупку зарубежного контента осложнили очередной экономической кризис и снижение курса рубля. А во-вторых, дистрибьюторы, которых привлекли снизившиеся расходы на прокат фильмов в цифровом формате, не имели средств на рекламную поддержку, и их картины тонули в увеличившемся объеме предложения без внимания аудитории. Сборы независимых картин сократились, что повлекло за собой банкротство и уход с рынка ряда компаний, включая старожилов российской кинодистрибуции (см. 2.4. Игроки рынка кинопроката).

Прошло несколько лет, прежде чем ситуация изменилась: с 2015 года становится все более популярной стратегия



¹ Под этим подразумеваются концертные показы в кинотеатрах, трансляции театральных, оперных и балетных постановок, документальные фильмы, в том числе фильмы-выставки, научно-популярные и образовательные картины, включая фильмы корпорации «ИМАХ», короткометражные сборники художественных и анимационных лент, эпизоды телесериалов, а также специальные показы фильмов прошлых лет, ретроспективы, тематические фестивали в отдельных киносетях и т. п. Поскольку такие программы зачастую не имеют прокатных удостоверений, то отследить все их показы, а также их результаты в прокате в полной мере нельзя. По этой причине мы не рассматриваем их при анализе рынка в целом; тем не менее в данном исследовании представлены отдельные сегменты креативного контента – документальные фильмы и сборники короткометражных игровых и анимационных картин (см. 2.3. Жанры фильмов в российском прокате). Аналогичные ограничения касаются и региональных фильмов, однако, поскольку в контексте данного исследования нас интересует полный объем отечественного производства, мы не исключаем их из рассмотрения.

проката нишевых фильмов в формате событийного показа, а не регулярного проката. Подсчет таких проектов Невафильм Research ведет в рамках изучения креативного контента: если в 2013–2014 годах в прокате насчитывалось около 100 новых программ этого типа, то в 2016–2017-м уже по 217 – в их составе было показано более 500 наименований. То есть в настоящее время программы креативного контента расширяют российскую киноафишу более чем вдвое.

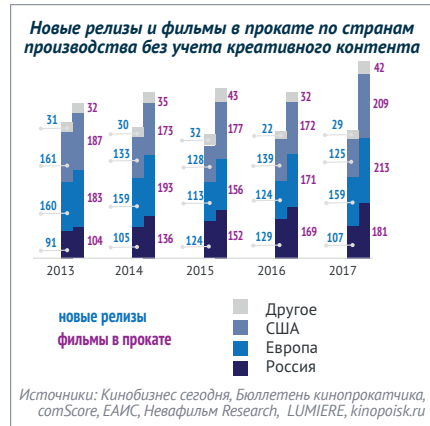
2.2. Страны-производители фильмов в российском прокате

Для определения страны производства фильмов была использована база данных Европейской аудиовизуальной обсерватории LUMIERE, а в случае отсутствия фильма в ней – сайт kinopoisk.ru. Фильм относится к той или иной территории на основании следующего алгоритма: если одна из стран-участников производства Россия, то картина считается российской; если в производстве участвует хоть одна европейская страна без России, то картина европейская; если среди производителей есть США и нет ни европейских стран, ни России, то это фильм США; иначе – другое.

В 2017 году отечественные картины собрали рекордное число зрителей (более 50 млн) и сумму кассовых сборов (12 млрд руб.), получив 24% рынка по количеству проданных билетов и 23% по доле кассы. Для европейского кино лучший год в российском прокате был 2015-й – тогда фильмы, произведенные на этой территории, заработали почти 11 млрд руб. и привлекли внимание свыше 41 млн зрителей (что составило 24% и 23% рынка соответственно). Тем не менее лидируют в кинопрокате России картины производства США. Тогда как оставшиеся страны (не Россия, Европа или США) не получают и 1% российского кинорынка, несмотря на то что каждый год на экранах демонстрируется 30–40 фильмов их производства.

2.3. Жанры фильмов в российском прокате

В широком прокате в России демонстрируются такие жанры, как полнометражные игровые и анимационные фильмы. Тогда как сборники короткометражек, а также документальные картины обычно присутствуют на экранах кинотеатров эпизодически: либо в формате фестивалей или специальных показов, либо в репертуаре специализированных и экспериментальных площадок (хотя бывают и исключения: к примеру, программы новых российских мультфильмов «Мульт в кино» выходят в прокат



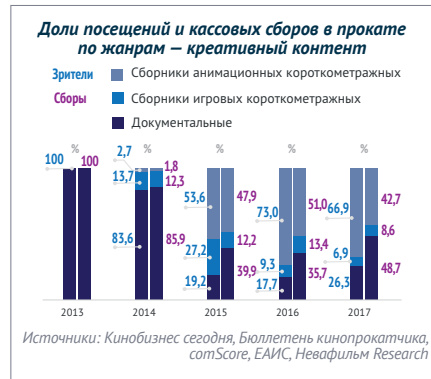
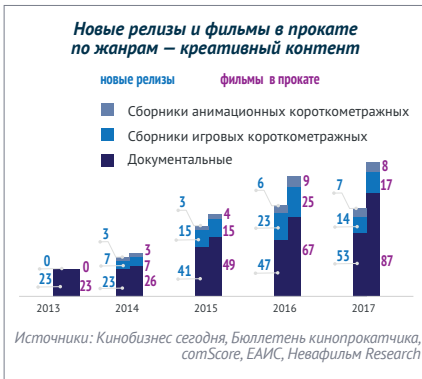


каждые две недели достаточно широко; в целях анализа все выпуски за год мы объединяем в одну программу, так же как и сборники «Кинодетство») – мы относим этот вид показов к креативному контенту. Соотношение посещаемости и кассовых сборов фильмов широкого проката и рассматриваемых видов креативного контента показывает, что последний занимает крайне незначительную долю рынка (менее 1%), а потому имеет смысл рассматривать два этих сегмента по отдельности.

Полнометражная анимация традиционно играет заметную роль в российском кинопрокате: ежегодно на экраны выходит порядка 40 новых картин этого жанра и они собирают от 16% до 29% зрителей за год (особенно удачным для полнометражных мультфильмов стал 2016 год – прежде всего благодаря хитам «Зверополис» и «Тайная жизнь домашних животных», сборы которых достигли в России 2 млрд руб.). В 2017-м самыми успешными анимационными лентами стали «Гадкий Я 3» и «Боссмолосос», собравшие по 1,4 млрд руб.



В сегменте рассматриваемых жанров креативного контента традиционное место занимает документальное кино. Только с 2014 года дорогу на киноэкраны стали пробивать себе сборники короткометражных картин, прежде всего игровых (пионером здесь стала компания «Utopia Pictures», в 2018 году, однако, прекратившая свою деятельность), а с 2015-го начался самый успешный на сегодня проект короткометражной анимации «Мульт в кино», который состоит из более чем 20 выпусков ежегодно и получает львиную долю зрительской аудитории (хотя и менее половины кассы рассматриваемого сегмента креативного контента – цена на билет на этих сеансах, длящихся около сорока минут, – существенно ниже среднерыночной). Отметим, что дистрибьютор проекта (MVK, входящий в медиахолдинг ВГТРК), позже диверсифицировал свою деятельность, занявшись прокатом документальных и игровых полнометражных лент.



2.4. Игроки рынка кинопроката

Ведущими игроками рынка российского кинопроката являются представители студий-мейджоров, каждый из которых получает не менее 10% посетителей и кассовых сборов кинорынка СНГ:

- WДSSPR – «Sony» / «Columbia» и «Disney»;
- UPI – «Universal»;
- «Двадцатый век Фокс СНГ» – «20th Century Fox»;
- «Централ Партнершип» – «Paramount»;
- «Каро Премьер» – «Warner Bros.».



Вместе представители мейджоров контролируют около трети новых релизов за год и более 80% посетителей и кассовых сборов.

Уровень концентрации на российском рынке кинопроката, таким образом, может расцениваться как довольно высокий. Показатель индекса Херфиндаля–Хиршмана¹ колеблется в пределах 1500–2000 пунктов; при уровне свыше 1800 монополизация рынка считается очень высокой, и он был достигнут в России в 2016 году, после чего уровень конкуренции немного повысился.

В десятку лидеров входят также несколько официальных представителей российских студий: «Базелевс» («Таббак»), «Каропрокат» («Каропродакшн»), «Наше кино» (СТВ и «Продюсерская фирма Игоря Толстунова»).

¹ Индекс Херфиндаля–Хиршмана рассчитывается как сумма квадратов долей рынка всех фирм в отрасли; максимальное значение, которого он достигает, равно 10 000, когда 100% рынка находится в руках одной компании.

Остальные прокатчики работают преимущественно с независимыми фильмами; лидерами в этом сегменте являются «Вольга», «Парадиз» и «Меого Дистрибьюшн».

Топ-20 дистрибьюторов в 2017 году*

Ранг	Компания	Число фильмов	Число релизов	Посещения, тыс.	Кассовые сборы, млн руб.	Доля по числу посещения	Доля по кассовым сборам
1	WDSSPR	53	30	61 459,9	15 839,2	29,3%	30%
2	Централ Партнершип	52	36	29 649,7	7566,1	14,1%	14,3%
3	UPI	29	15	30 168,5	7428,3	14,4%	14,1%
4	Двадцатый Век Фокс СНГ	35	19	28 405,9	7207,8	13,5%	13,7%
5	Каро Премьер	22	14	21 134,4	5463,9	10,1%	10,4%
6	КароПрокат	20	13	10 172,7	2342,2	4,9%	4,4%
7	Наше кино	22	11	8995,3	2182,9	4,3%	4,1%
8	Базелевс	5	2	5484,5	1342,6	2,6%	2,5%
9	Вольга	34	25	5104,3	1094,8	2,4%	2,1%
10	Парадиз	35	26	3104	762,1	1,5%	1,4%
11	Меого Дистрибьюшн	24	21	3075,7	758,3	1,5%	1,4%
12	Экспонента	28	23	1750	440,2	0,8%	0,8%
13	Синема Престиж	31	18	468,9	135,6	0,2%	0,3%
14	ПРОвзгляд	13	10	454,7	125,7	0,2%	0,2%
15	МVK	7	6	450	108,5	0,2%	0,2%
16	Люксор	23	12	494,8	105,2	0,2%	0,2%
17	Ракета Релизинг	15	10	187,9	77,1	0,1%	0,1%
18	Капелла Фильм	22	15	243,3	71,4	0,1%	0,1%
19	A-One Films	9	6	242,6	69,8	0,1%	0,1%
20	Russian World Vision	15	12	115,1	34	0,1%	0,1%

* Данные по числу фильмов в прокате и кассовым сборам в случае совместного проката фильма двумя дистрибьюторами отнесены к каждой компании в полном объеме, поскольку нет данных о доле участия каждой из них.

Источники: ЕАИС, comScore, Невафильм Research

В последние годы многие представители студий-мейджоров в России активно работают с крупными российскими релизами – активнее других здесь выступает WDSSPR. В 2017 году компания прокатывала 12 отечественных фильмов, в числе которых «Последний богатырь» совместного производства «ВБД Групп» («Yellow, Black & White»), «Кинослово» и «Walt Disney Pictures» (лента заняла вторую строчку в рейтинге самых кассовых фильмов года); а также такие разножанровые картины, как «Притяжение», «Большой», «Про любовь. Только для взрослых», «Нелюбовь», «Мифы», «Рай», «Холодное танго», «Жги!», «Дуэлянт», «Хороший мальчик» и «Коллектор» (прослеживается постоянное сотрудничество с компаниями «Нон-стоп Продакшн» Александра Роднянского и «Арт Пикчерс Студия» Федора Бондарчука).

UPI выпустила в России три отечественных фильма: «Снежная королева 3. Огонь и лед», «28 панфиловцев» и «Смешарики. Легенда о золотом драконе».

«Двадцатый век Фокс СНГ» в 2017 году прокатывала «Дед Мороз. Битва магов», «Дизлайк» и «Даму Пик»; однако отметим, что это релизы 2016 года, тогда как новым стал лишь один проект – российско-казахстанский фильм «Она» Акана Сатаева, который студия прокатывала на территории всего СНГ.

Плодотворнее других с российским контентом работает «Централ Партнершип», но это не только (и не столько) представитель студии «Paramount», но и постоянный лидер отечественного кинопроизводства, а также крупный независимый дистрибьютор, с 2016 года ставший эксклюзивным представителем студий «Lionsgate» и «Summit Entertainment». В пакете этой компании такие

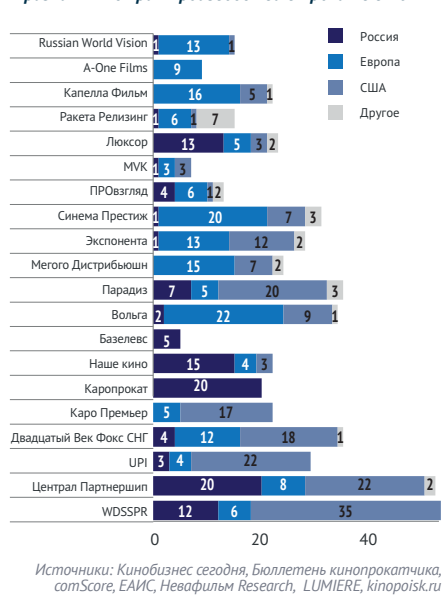
кассовые рекордсмены российского производства, как «Викинг», «Движение вверх», «Легенда о Коловрате» или более ранний «Экипаж». «Централ Партнершип» – постоянный партнер не только собственного продюсерского центра, но и студий «ТРИТЭ» и «Дирекция кино».

Холдинг «Каро», который представляет интересы «Warner Bros.» в лице компании «Каро Премьер», российские картины выпускает под брендом «Каропрокат»: в 2017 году ее кассовыми рекордсменами стали «Матильда», «Фиксики: Большой секрет», «Гоголь. Начало», «Бабушка легкого поведения», «Защитники» и «Невеста». Компания сотрудничает со многими российскими студиями, включая «Энджой мувиз» и ТПО «РОК».

С европейскими фильмами работают независимые прокатчики, самые активные из которых «Вольга», «Мегаго Дистрибьюшн», «Синема Престиж», «Капелла Фильм», «A-One Films» и «Russian World Vision». «Парадиз» предпочитает американский контент, а пакет «Экспоненты» сбалансирован в отношении европейских и американских лент. Фильмы других стран производства доминируют в предложении лишь одного прокатчика из числа топ-20 – «Ракета Релизинг».

В целом же на российском рынке наблюдается затяжной кризис независимого проката. После того как в 2010-е годы с переходом на цифровые технологии кинопоказа барьер входа на рынок кинодистрибуции снизился и число компаний увеличилось с 30–35 до 40–50, с 2014 года началось их сокращение. В 2016 году усугубляющийся кризис независимого кино сподвиг российских дистрибьюторов на поиски поддержки по линии Совета Европы, и небывалое число заявок на компенсацию до 50% затрат на рекламу и маркетинг европейских картин поступили в фонд «Евримаж» от российских компаний; все они были удовлетворены. Тем не менее в последние годы были закрыты как старожилы независимого российского проката («Вест», группа компаний «Кармен», «Кино без границ», «RUSCICO»); обанкротилась «Top Film Distribution» и в 2016 году сменила бренд на «Megogo Distribution»), так и новички рынка, пришедшие на него благодаря цифровым технологиям («25th Floor Film», «All Media», «ANT!PODE», «DreamTeam», «Magnum Pictures», «P&I films», «Project Manometer», «Reanimedia», «UMS Film», «Utopia Pictures», «Арטהаус», сменивший «Кино без границ», «Грани кино», «Кинография», «Красная Шапка Фильмс», «Магнетик Лаб» и другие). Принимаемые и планирующиеся законы, ужесточающие сферу кинопроката, могут в будущем повлиять на доступность независимого зарубежного и отечественного кино на киноэкранах России (см.: 2.7. Меры государственной поддержки отечественных фильмов в прокате и Глава 4. ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СФЕРЕ КИНО).

Топ 20 российских дистрибьюторов по числу фильмов различных стран производства в прокате в 2017



2.5. Реклама фильмов на телевидении

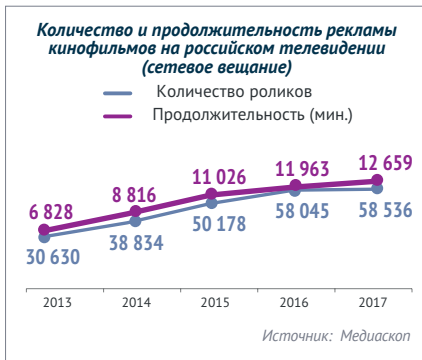
Переход российского кинопроката на цифровые технологии повлек за собой не только снижение барьеров по входу в отрасль, но и высвобождение средств, которые ранее дистрибьюторы тратили на печать пленочных копий. Этот процесс полностью завершился в 2015 году, но уже с 2013-го все фильмы выходили в прокат на цифровых носителях.



Освободившиеся прокатные бюджеты естественным образом стали направляться на рекламу фильмов: по данным «Медиаскопа», с 2013-го по 2017 год в эфире 31 телеканала (сетевое вещание) количество рекламных роликов фильмов, выходящих в прокат, и их продолжительность выросли в 1,9 раза.

Если посмотреть на примеры рекламы конкретных фильмов, то в 2013 году наибольшее количество роликов имели фильмы «Легенда №17» (800 роликов общей продолжительностью 171 минуту) и «Одинокый рейнджер» (780 роликов на 228 минут), а в 2017-м лидерами стали «Трансформеры: Последний рыцарь» (4295 роликов, 936 минут), «Звездные войны: Последние джедаи» (4156, 1164 минуты), «Последний богатырь» (3234, 953 минуты) и «Гоголь. Начало» (2886, 468 минут). Таким образом, объемы рекламы самых рекламируемых фильмов выросли в 5 раз!

Если посмотреть на примеры рекламы конкретных фильмов, то в 2013 году наибольшее количество роликов имели фильмы «Легенда №17» (800 роликов общей продолжительностью 171 минуту) и «Одинокый рейнджер» (780 роликов на 228 минут), а в 2017-м лидерами стали «Трансформеры: Последний рыцарь» (4295 роликов, 936 минут), «Звездные войны: Последние джедаи» (4156, 1164 минуты), «Последний богатырь» (3234, 953 минуты) и «Гоголь. Начало» (2886, 468 минут). Таким образом, объемы рекламы самых рекламируемых фильмов выросли в 5 раз!



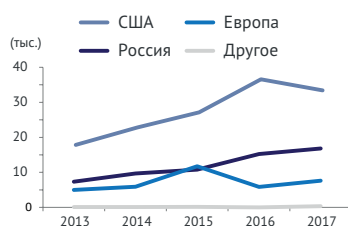
При этом число рекламируемых фильмов сократилось в 1,5 раза (со 153 в 2013-м до 107 в 2017-м), и это свидетельствует о том, что только самые крупные релизы получают рекламную поддержку на ТВ.



Самое большое число рекламных роликов – у фильмов производства США, причем особенно заметный рост их количества наблюдался в 2016 году, тогда как в 2017-м оно снизилось. В то же время европейские картины в 2016-м, напротив, свою рекламную активность уменьшили (так же как и прокатчики фильмов других стран производства – они вообще не давали рекламу на ТВ в 2016 году). При этом заметно наращивание рекламных расходов российских кинопроизводителей – это до некоторой степени может объяснить растущий успех отечественных фильмов в кинопрокате.

Основными рекламодателями в России являются представители голливудских студий-мейджоров и связанные с ними компании (как в случае с холдингом «Каро»: «Каропрокат» заметно опережает в числе размещаемых рекламных роликов компанию UPI). Отметим, что часто рекламодателями российских фильмов на ТВ становятся продюсеры, получающие государственную поддержку, в том числе и на продвижение фильмов.

Количество рекламных роликов кинофильмов по странам производства на российском телевидении в течении года



Источники: Медиаскоп, Невафильм Research, Европейская аудиовизуальная обсерватория

Топ-15 дистрибьюторов России по продолжительности рекламных роликов (в минутах) их фильмов на телеканалах (сетевое вещание) в 2013–2017 годах

№	Дистрибьютор	2013	2014	2015	2016	2017	Всего
1	WDSSPR	1665	1568	3307	2883	4835	14 258
2	Централ Партнершип	1559	2941	1923	3582	2762	12 768
3	Двадцатый Век Фокс СНГ	1046	1803	2450	1814	1561	8674
4	Каро Премьер	816	948	1472	1279	902	5418
5	Каропрокат	317	538	439	1437	777	3507
6	UPI	262	384	591	647	699	2583
7	Базелевс	281	152	333	138	573	1477
8	Волга	156	181	337	84	45	804
9	А Сотрапу	354	321	19	-	-	694
10	Наше Кино	41	36	183	122	266	648
11	Парадиз	130	39	42	68	154	433
12	Вест	188	47	3	-	-	238
13	Каравелла DDC	224	-	-	-	-	224
14	Люксор	5	48	67	25	52	197
15	Дримтим Медиа	20	168	-	-	-	188

Источники: Медиаскоп, Невафильм Research

Топ-15 дистрибьюторов России по количеству размещений рекламных роликов их фильмов на телеканалах (сетевое вещание) в 2013–2017 годах

№	Дистрибьютор	2013	2014	2015	2016	2017	Всего
1	Централ Партнершип	6285	12 162	8941	17 004	13 644	58 036
2	WDSSPR	6743	5862	13 188	12 453	18 692	56 938
3	Двадцатый Век Фокс СНГ	4555	7388	10 761	8596	7302	38 602
4	Каро Премьер	3601	4666	7131	6413	4578	26 389
5	Каропрокат	1827	2854	2430	7885	4822	19 818
6	UPI	1483	2309	3561	3884	4180	15 417
7	Базелевс	1342	878	1507	806	2572	7105
8	Волга	882	1062	1602	501	296	4343
9	Наше Кино	184	205	917	574	1471	3351
10	А Сотрапу	1394	1427	78	-	-	2899
11	Парадиз	899	267	257	488	690	2601
12	Вест	958	345	26	-	-	1329
13	Люксор	21	264	393	151	219	1048
14	Каравелла DDC	1040	-	-	-	-	1040
15	Топ Фильм Дистрибьюшн / Мегаго Дистрибьюшн	497	329	18	90	105	1039

Источники: Медиаскоп, Невафильм Research

Чаще всего рекламные ролики фильмов размещаются на телеканалах ТНТ, «2Х2», «Первый», СТС и «Пятница»; причем с 2013-го по 2017 год число каналов, на которых размещается реклама лент в прокате, выросло с 18 до 30.

Интересно также, что существуют различия в предпочтениях рекламодателей относительно телеканалов для рекламирования фильмов различных стран производства. Так, «2Х2» гораздо реже используется для рекламы российских картин, а «Россия 1» – чаще.

Наконец, не только новые кинотеатральные релизы получали в последние годы рекламу на телевидении: в категории «кинофильмы» в 2014–2015 годах рекламу на ряде телеканалов (среди которых преобладали «RU.TV» и «Муз ТВ») давали «Ростелеком» и «Digital Access» – операторы сервисов «Интерактивное ТВ» и ivi.ru.

2.6. Динамика размера цифровых «окон» в России

В 2018 году в России, по данным базы MAVISE, насчитывается около 50 сервисов видео по запросу, включая порядка 10 операторских, более 30 ОТТ (так называемых онлайн-кинотеатров, среди которых такие международные гиганты, как «Netflix» и «Amazon Prime») и 2 цифровых магазина («Google Play» и «iTunes»). 14 сервисов специализируются на кинофильмах, 12 предлагают зрителям художественные фильмы и сериалы, 2 – исключительно документальное кино, остальные – разнообразный контент, включающий в себя наряду с фильмами и сериалами также и телепередачи (catch-up и catch-forward). Самыми популярными из них, по данным «J'son & Partners Consulting», являются ivi.ru, «Okko», «Амедиатека», «Megogo» и «TVzavr».

Достаточно развитый рынок видео по запросу предъявляет спрос на контент, прежде всего премьерный. Ряд компаний занимается собственным кинопроизводством (среди российских ВпЗ-сервисов можно отметить kinopoisk.ru или Start.ru). Но все они стремятся заполучить новые фильмы как можно скорее после их кинотеатральной премьеры. По данным «Бюллетеня кинопрокатчика», с середины 2015 года отслеживающего размер цифровых «окон» в России, в текущем году стало заметно сокращение «окна» до цифрового релиза: если в 2015-м его средний срок составлял 10,4 недели, то в 2018-м – 8,8.



При этом самые большие «окна» у фильмов производства США, и именно они стали быстро сокращаться – с 12 до 9,6 недели; на втором месте срок выхода на цифровом рынке европейских фильмов, и тут тоже заметно его сокращение – с более чем 10 до менее 9 недель. Быстрее на сервисах видео по запросу в России появляются отечественные картины – через 7,5 недель, причем наблюдается рост «окна»: в 2015 году срок равнялся 4 неделям. Возможно, причина этого кроется в более длинном кинотеатральном прокате отечественных фильмов, чему способствует в том числе и государственная политика в сфере поддержки

кинематографии, в частности меры по регулированию дат выхода фильмов в прокат для продления экранной жизни российских фильмов.

2.7. Меры государственной поддержки отечественных фильмов в прокате

В последние годы Министерство культуры, преследуя цель повышения доли отечественного кино в прокате, добавило к прямой финансовой поддержке кинопроизводства и проката дополнительные меры, среди которых:

- регулирование дат выхода картин в прокат;
- ужесточение возрастного рейтинга для зарубежных картин, которое сопровождается послаблениями в пользу отечественных;
- мягкое квотирование путем субсидирования открытия кинотеатров, обязующихся в течение трех лет демонстрировать по 50% сеансов российских картин в квартал.

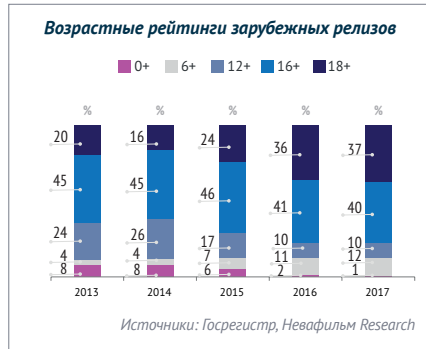
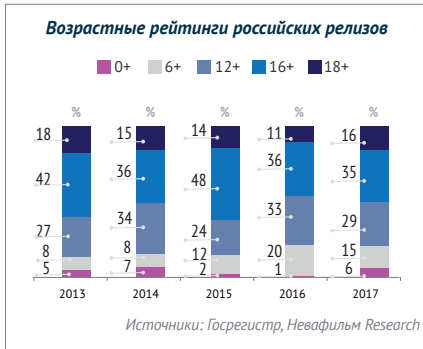
Постановлением правительства №143 от 27.02.2016 установлено, что одним из реквизитов прокатного удостоверения (ПУ) является дата начала показа фильма в кинотеатре (хотя по факту графа возникла еще весной 2015 года, а с лета того же года стала заполняться для всех фильмов). Министерство культуры вправе переносить релиз картины или же отказать заявителю в выдаче ПУ, если она совпадает с датой, зафиксированной в ранее выданном прокатном удостоверении на иной фильм для «схожей целевой аудитории» (с подобной тематикой, жанром или целевой аудиторией). Процедура предполагает проведение переговорного процесса между заинтересованными игроками, однако, если договоренности достичь не удастся, решение будет приниматься Минкультуры с привлечением экспертного совета с участием представителей индустрии (отметим, что совет был сформирован только в декабре 2016 года). Применение данной меры часто недостаточно в силу того, что эксперты имеют лишь право совещательного голоса, а окончательное решение принимается чиновниками Минкультуры; в последнее время все больше таких случаев получает публичную огласку.

В 2017 году процедура регулирования даты начала показа в кинотеатрах коснулась двух отечественных картин: ленты, посвященные покорению космоса в СССР, планировались к выпуску в День космонавтики, 22 апреля. В результате экспертный совет проголосовал за сохранение намеченной даты у фильма студии СТВ Сергея Сельянова «Салют 7», однако Минкультуры приняло решение разрешить выпуск в этот день «Время первых» компании «ТабБак» Тимура Бекмамбетова; «Салют 7» переехал на осень.

Зимой 2018 года еще один громкий случай произошел с детским фильмом «Приключения Паддингтона 2»: за день до заявленной прокатчиком (компанией «Вольга») в установленные сроки даты релиза Министерство культуры выдало прокатное удостоверение с датой начала показа в кинотеатрах на две недели позже – в середине января в кинозалах продолжался триумфальный прокат новогоднего хита «Движение вверх» (релиз 28.12.2018), успех которого чиновники пытались продлить. К этому моменту не только была в разгаре рекламная кампания ленты о забавном медведе, но и начались предпродажи билетов, поскольку фильм уже имел номер ПУ и был занесен в Единую федеральную автоматизированную информационную систему сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС).

В этот момент, однако, широким фронтом в защиту ленты выступили кинопоказчики, включая Ассоциацию владельцев кинотеатров, благодаря чему Минкультуры отступило и вернуло в ПУ дату на два дня позже изначально планировавшейся.

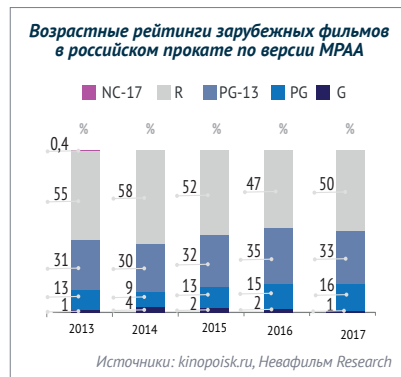
Другой способ поддержки отечественных релизов – использование возрастного рейтинга. С 2015 года иностранные ленты попадают в категории «16+» и «18+» гораздо чаще, чем российские: 77% всех зарубежных релизов получают рекомендации для старших возрастные групп. В то же время почти половина отечественных релизов по решению Министерства культуры оказывается рекомендована к просмотру зрителями младших возрастов, что естественным образом влияет на размер потенциальной аудитории.



Широкий общественный резонанс в 2017 году получила история с присвоением возрастного рейтинга «16+» ремейку классического диснеевского мультфильма «Красавица и чудовище». Отметим, что рейтинг МРАА (Motion Picture Association of America) для данной картины – «PG» (рекомендован просмотр с родителями). Аналогичный рейтинг МРАА был присвоен и анимационным работам «Тайна Коко» и «Зверополис», которые Министерство культуры оценило для возрастных групп «12+» и «6+» соответственно.

Если посмотреть на общую динамику возрастных рейтингов зарубежных фильмов, выходящих в российском прокате, по версии МРАА, то можно заметить, что доля фильмов с жесткими ограничениями (NC-17 и R: лицам до 17 лет просмотр запрещен и лицам до 17 лет обязательно присутствие взрослого) с 2013–2014 годов к 2015–2017-м немного сократилась (с 55–58% до 47–52%), а с рейтингами PG (рекомендуется присутствие родителей) и PG-13 (детям до 13 лет просмотр нежелателен) – увеличилась (с 9–13% и 30–31% до 13–16% и 32–35% соответственно). Однако заметного тренда к ужесточению рейтингов в США не наблюдается. И это свидетельствует о необъективности российского Министерства культуры при выставлении возрастных ограничений для зарубежных кинолент.

О мягком квотировании подробнее рассказывается далее (см. 3.5. Программа поддержки кинопоказчиков Фондом кино).

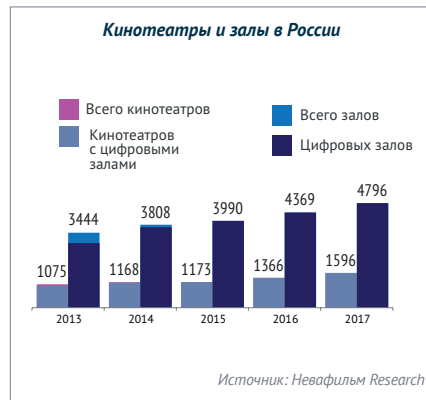


Глава 3. КИНОПОКАЗ

3.1. Инфраструктура кинопоказа

Инфраструктура киносети в последние годы развивается на фоне очередного экономического кризиса, поразившего Россию в 2014–2015 годах, а также насыщения кинозалами основных рынков крупных городов. По данным Невафильм Research, в 2013–2014 годах количество экранов увеличивалось на 11%, тогда как в 2015-м темпы роста снизились вдвое: рынок вырос лишь на 4,8%, а в 2016–2017-м более высокие темпы (9,5% и 9,8%) поддерживались исключительно за счет государственных субсидий, которые стал выдавать с декабря 2015 года Фонд кино на открытие цифровых залов в малых городах. Без учета этих субсидированных площадок в последние два года количество экранов в России росло на 4,8% и 4,6% соответственно. К 01.01.2018 в России насчитывалось 1596 кинотеатров и 4795 залов. К концу 2018 года ожидается, что число экранов превысит 5300, а количество кинотеатров приблизится к 2000.

К 2015-му в стране завершился переход на цифровые технологии кинопоказа. Сегмент 3D-залов в России сокращается: если в начале цифровой эры более 90% всех переоборудованных экранов имели эту функцию, то сейчас их стало меньше 80%. Тем не менее доля 3D в России – одна из самых высоких в мире; в отсутствии заметной поддержки со стороны прокатчиков (в форме системы VPF, которая охватила лишь отдельные крупные российские киносети) или государства (за исключением льгот по таможенным пошлинам¹ и субсидий Фонда кино, которые стали выделяться уже после завершения перехода) кинотеатры были вынуждены использовать 3D-наценку для компенсации своих затрат на новые проекторы. Снижение популярности стереосеансов в последнее время, а также числа выходящих в этом формате фильмов привело к 2016 году к установлению баланса на уровне 77% 3D-залов в стране, который сохраняется и в 2018 году.



¹ Введены в России в 2011 году Комиссией таможенного союза (ставка ввозной таможенной пошлины на цифровые проекторы была снижена с 15% до нуля); однако в 2018 году в результате пересмотра товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности эти льготы на практике были отменены.

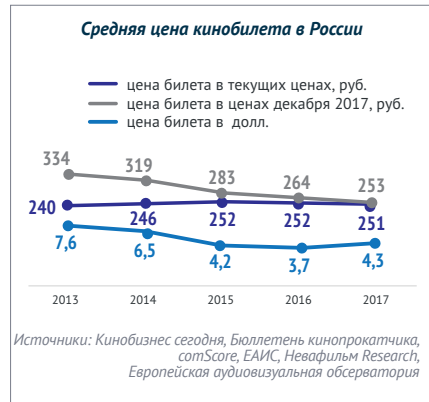


3.2. Объемы рынка кинопоказа

Свидетельством насыщения российского рынка стала стагнация числа посетителей в России, которая наблюдалась в период 2013–2015 годов – на уровне около 175 млн.¹ Однако 2016–2017 годы показали резкий рост (более чем на 10%), в результате чего в 2017 году был поставлен рекорд в новейшей истории российского проката: в кинозалы пришли 212,6 млн зрителей, что позволило России стать лидером в Европе по этому показателю, впервые обогнав Францию; каждый житель страны сходил в кино 1,6 раза, а каждый житель города, где есть хотя бы один кинотеатр, – 2,5 раза.

Кассовые сборы в рублевом выражении в 2013–2015 годах росли так же сдержанно, как и посещаемость (на 1–3%), – за счет аналогичного роста цены кинобилета. Однако обрушившийся в этот период курс рубля² привел к резкому сокращению российского рынка в долларовом эквиваленте: с 2013-го по 2016 год кассовые сборы упали практически вдвое – с 1,3 млрд до 712 млн долларов. Только по итогам 2017-го долларовая касса наконец начала расти. Отметим, что цена кинобилета в рублях в 2015–2016 годах прекратила рост в номинальном выражении, а в 2017-м даже упала;

Кассовые сборы в рублевом выражении в 2013–2015 годах росли так же сдержанно, как и посещаемость (на 1–3%), – за счет аналогичного роста цены кинобилета. Однако обрушившийся в этот период курс рубля² привел к резкому сокращению российского рынка в долларовом эквиваленте: с 2013-го по 2016 год кассовые сборы упали практически вдвое – с 1,3 млрд до 712 млн долларов. Только по итогам 2017-го долларовая касса наконец начала расти. Отметим, что цена кинобилета в рублях в 2015–2016 годах прекратила рост в номинальном выражении, а в 2017-м даже упала;



тогда как с учетом инфляции (в ценах декабря 2017 года) заметно ее постоянное снижение: за последние 5 лет она упала на четверть (с 334 до 253 руб.).

3.3. Наиболее популярные фильмы в прокате

Рост рынка в 2016–2017 годах во многом был обусловлен наличием в российском прокате сильных релизов, которые даже на фоне экономического

¹ Объем российского рынка кинопроката измеряется Невафильм Research на основе всех имеющихся статистических данных (публикаций в журналах «Кинобизнес сегодня» и «Бюллетень кинопрокатчика», опросов дистрибьюторских компаний, баз данных comScore и EАИС) без учета программ креативного контента и фильмов производства регионов РФ, которые зачастую прокатываются только на территории своей и прилегающих областей или республик.

² Если 1 января 2014 года один доллар, по курсу ЦБ РФ, стоил 32,66 руб., то 1 января 2015 года уже 56,24 руб., а 1 января 2016 – 72,93 руб. Затем началось восстановление курса рубля: к 1 января 2017 за доллар давали 60,66 руб., а 1 января 2018 – 57,6 руб. Однако к 01.09.2018 курс снова составил 68,05 руб. за доллар.

кризиса смогли привлечь в кинозалы различные слои аудитории. При этом если в 2016-м среди них не оказалось ни одного российского проекта, то в 2017-м их было сразу два («Последний богатырь» и «Викинг»).

В 2013 году в десятку самых популярных фильмов года попали три российские картины («Сталинград», «Легенда №17» и «Горько!»), тогда как в 2014–2015 годах 8 и 9 места заняли два отечественных фильма («Вий» и «Три богатыря: Ход конем»). Заметим, что отечественные картины, попадающие в топ-10, как правило, произведены студиями-лидерами, получающими первоочередную поддержку Фонда кино и способными позволить себе большие производственные и маркетинговые бюджеты. Кроме того, в прокат их достаточно часто выпускают представители голливудских мейджоров, обеспечивающие им мощную рекламную поддержку и широкую роспись.

Топ-10 фильмов 2013 года в СНГ

№	Название фильма	Страна пр-ва	Дата релиза	Дистрибьютор	Участие телеканала	Экранов	Посещений (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Сталинград	RU	10.10.13	WDSSPR	Россия 1	1500	6200	1700
2	Гадкий я 2	US	15.08.13	UPI	-	976*	5418	1159,8
3	Железный человек 3	US / CN	02.05.13	WDSSPR	-	1500	5229,4	1382,3
4	Форсаж 6	US	23.05.13	UPI	-	917*	4989	1071,6
5	Тор 2: Царство тьмы	US	07.11.13	WDSSPR	-	1500	4300	1200
6	Легенда №17	RU	18.04.13	Централ Партнершип	Россия 1	1400	4200	923
7	Семейка Крудс	US	21.03.13	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	2166	4200	876,4
8	Горько!	RU	24.10.13	Базелевс	нет	1550	3705,3	810,6
9	Университет монстров	US	20.06.13	WDSSPR	-	1550	3 500	677
10	Холодное сердце	US	12.12.13	WDSSPR	-	1472	3442,4	792,7

* количество кинотеатров

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, Невафильм Research

Топ-10 фильмов 2014 года в СНГ

№	Название фильма	Страна пр-ва	Дата релиза	Дистрибьютор	Участие телеканала	Экранов	Посещений (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Трансформеры: Эпоха истребления	US / CN	26.06.14	Централ Партнершип	-	2171	5642,7	1538,8
2	Малефисента	US	29.05.14	WDSSPR	-	1733	5314	1306,1
3	Стражи Галактики	US	31.07.14	WDSSPR	-	2097	5308	1357
4	Хоббит: Битва пяти воинств	US / NZ[Inc]	11.12.14	Каро Премьер	-	2390	4865,5	1449,7
5	Как приручить дракона 2	US	12.06.14	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	2409	4794,1	1031,1
6	Черепашки-ниндзя	US	07.08.14	Централ Партнершип	-	1817	4579,7	1051
7	Рио 2	US	20.05.14	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	2478	4458	966,3
8	Вий	RU / UA / CZ	30.01.14	UPI	нет	1272*	4444,7	1200,3
9	Интерстеллар	US / GB	06.11.14	Каро Премьер	-	1800	4432,4	1163,9
10	Ной	US	27.03.14	Централ Партнершип	-	1800	4349,4	1208,7

* количество кинотеатров

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, Невафильм Research

Топ-10 фильмов 2015 года в России

№	Название фильма	Страна пр-ва	Дата релиза	Дистрибьютор	Участие телеканала	Сеансов	Экранов	Посещений (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Миньоны	US	09.07.15	UPI	-	214 373	1083*	7509,1	1672,3
2	Форсаж 7	US / JP / CN	09.04.15	UPI	-	165 437	1061*	5470,3	1514,4
3	Мстители: Эра Альтрона	US	23.04.15	WDSSPR	-	176 322	2421	5394,8	1547,5
4	Головоломка	US	18.06.15	WDSSPR	-	139 391	1785	4573,5	981,9
5	Монстры на каникулах 2	US	22.10.15	WDSSPR	-	120 160	1636	4512,2	1018,1
6	Мир Юрского периода	US / CN	11.06.15	UPI	-	150 835	1074*	4448,6	1217,4
7	Звездные войны: Пробуждение силы	US	17.12.15	WDSSPR	-	132 188	2996	3969,3	1277,1
8	Марсианин	US / GB	08.10.15	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	115 786	2004	3918,8	1103,4
9	Три богатыря: Ход конем	RU	01.01.15	Наше Кино	нет	92 632	1817	3870,1	924,8
10	Дом	US	19.03.15	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	105 100	1988	3859,9	821,8

* количество кинотеатров

Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Топ-10 фильмов 2016 года в России

№	Название фильма	Страна пр-ва	Дата релиза	Дистрибьютор	Участие телеканала	Сеансов	Кинотеатров	Посещений (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Тайная жизнь домашних животных	US / JP	18.08.16	UPI	-	282 741	1173	8699,5	1992,4
2	Зверополис	US	03.03.16	WDSSPR	-	212 351	1025	8434,4	2078,3
3	Отряд самоубийц	US	04.08.16	Каро Премьер	-	198 714	1047	6133,6	1588,3
4	Дэдпул	US	11.02.16	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	153 100	1001	6107,3	1610
5	Фантастические твари и где они обитают	GB/[Inc] / US	17.11.16	Каро Премьер	-	186 474	1152	5083,9	1398,1
6	Экипаж	RU / KH	21.04.16	Централ Партнершип	Россия 1	179 241	1144	5038,2	1428,1
7	Варкрафт	US	26.05.16	UPI	-	161 290	1106	4793,7	1322,6
8	Книга джунглей	US / GB	07.04.16	WDSSPR	-	183 919	1035	4689,2	1230
9	Доктор Стрэндж	US	31.10.16	WDSSPR	-	165 982	1054	4535,8	1301,2
10	Ледниковый период: Столкновение неизбежно	US	14.07.16	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	205 985	1079	4103,7	898

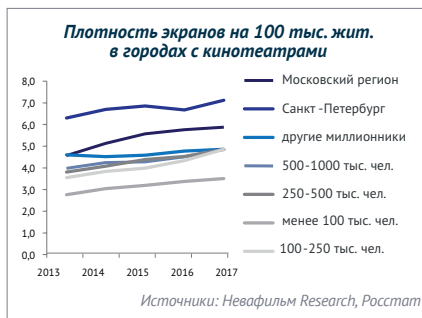
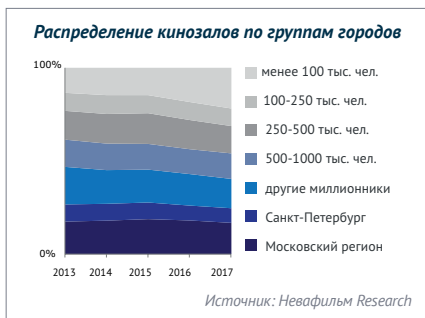
Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Топ-10 фильмов 2017 года в России

№	Название фильма	Страна пр-ва	Дата релиза	Дистрибьютор	Участие телеканала	Сеансов	Кинотеатров	Посещений (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
1	Пираты Карибского моря: Мертвецы не рассказывают сказки	US	25.05.17	WDSSPR	-	228 349	1239	8021,8	2130,8
2	Последний богатырь	RU	26.10.17	WDSSPR	Россия 1	168 097	1212	7402	1671,9
3	Гадкий я 3	US	29.06.17	UPI	-	270 247	1364	6674,8	1397,2
4	Босс-молочкосос	US	23.03.17	Двадцатый Век Фокс СНГ	-	152 631	1225	6320,7	1391,1
5	Форсаж 8	US / CN / JP	13.04.17	UPI	-	212 869	1314	5320,4	1443,4
6	Стражи Галактики. Часть вторая	US	04.05.17	WDSSPR	-	195 653	1214	5299,3	1479,6
7	Викинг	RU	29.12.16	Централ Партнершип	Первый канал	116 978	1214	5232,5	1389
8	Тор: Рагнарек	US	06.11.17	WDSSPR	-	146 215	1271	4298,8	1239
9	Оно	US / CA	07.09.17	Каро Премьер	-	124 987	1217	4130,6	1046
10	Зверополи	US / JP	02.03.17	UPI	-	153 390	1296	3854	890,9

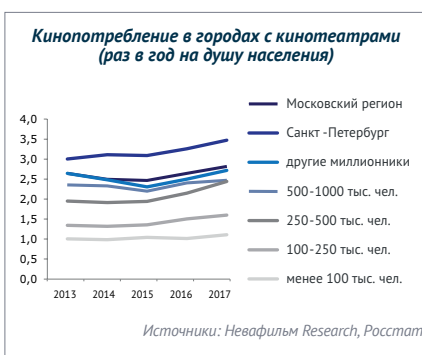
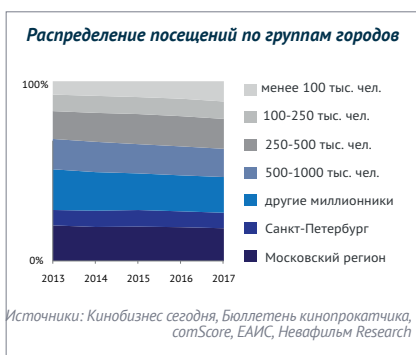
Источники: ЕАИС, Невафильм Research

3.4. Обеспеченность населения услугами кинопоказа



К 2014 году глубина покрытия современной киносети дошла до всех городов с населением более 250 тыс. жит.; при этом следующая группа городов (100–250 тыс. жит.) была обеспечена услугами современного кинопоказа более чем на 90%; лишь в малых населенных пунктах была заметна серьезная нехватка кинозалов. К концу 2015 года (когда была запущена программа поддержки кинопоказа Фондом кино) только в 31% городов и поселков с населением от 10 до 100 тыс. жит. работали современные кинотеатры.

Сегодня 18% всех кинозалов и их посещений в России приходятся на Московский регион¹, 9% – на Санкт-Петербург (Северная столица вообще самый обеспеченный кинопоказом крупный город; здесь на 100 тыс. жит. – 7 кинозалов), порядка 16% залов и 20% посещений приходятся еще на 13 городов-миллионеров. Благодаря государственной программе растет в последние годы сегмент малых городов, где к концу 2017-го располагалось уже 22% экранов страны, но продавалось лишь 11% билетов. Причина этого – в низком уровне кинопотребления в малых городах: если каждый житель Петербурга в 2017 году сходил в кино 3,5 раза в год, а в Москве и других городах-миллионерах 2,7–2,8 раза, то в населенных пунктах со 100–250 тыс. жит. – 1,6 раза, а в городах меньшего размера – вообще 1,1 раза.



3.5. Программа поддержки кинопоказчиков Фондом кино

Небольшая емкость рынков малых городов делает этот сегмент нерентабельным для коммерческих игроков. Поэтому государственная поддержка пришлась как нельзя кстати: Фонд кино стал выделять субсидии региональным кинопоказчикам

¹ В Московский регион, по методологии Невафильм Research, входят кинотеатры, расположенные в следующих городах: Москва, Барвихинское сельское поселение, Видное, Дзержинский, Долгопрудный, Котельники, Красногорск, Лесной городок, Люберцы, Мытищи, Одинцово, Реутов, Химки.

в размере 5 млн руб.; с декабря 2015-го по май 2018 года было проведено 5 конкурсов, по результатам которых было отобрано более 700 заявок на оснащение 810 залов. Основные требования, предъявляемые к получателям субсидий, заключаются в том, что они должны установить новое кинопроекторное оборудование и в течение трех лет после начала работы зала в нем должно демонстрироваться не менее 50% сеансов отечественного производства в квартал. Первые два конкурса распространялись на города с населением не выше 100 тыс.; впоследствии доступ был расширен для кинотеатров в городах с 500 и менее тыс. жителей. Тем не менее размер населенных пунктов, откуда поступали заявки, остался невысоким: среднее число жителей в городах по пяти конкурсам составило 36,4 тыс.; медианное – 16 тыс.



Именно благодаря субсидированным Фондом кино площадкам сохраняется в 2016–2017 годах динамика открытия залов и кинотеатров. К середине 2018 года этот сегмент рынка составляет 26% кинотеатров и 10% экранов, а к концу года, когда все субсидированные залы должны открыться, их доли достигнут 36% и 15% соответственно. При этом вклад субсидированных залов в общероссийскую посещаемость пока невелик: по данным comScore, 0,5% в 2016-м

и 2% в 2017-м (кассовые сборы – 0,4% и 1,6%).

Столь небольшие суммы сборов и посещаемости обоснованы тем, что в каждом конкурсе отмечается дата, не позже которой должны быть открыты залы-получатели субсидий (конец года проведения конкурса или следующего за ним), поэтому большинство площадок открывается к концу этого периода, и за 2016–2017 годы не так много кинозалов проработало полный календарный год. Но есть и экономические обоснования того, что данные площадки не слишком успешны. Во-первых, в малых населенных пунктах даже при отсутствии конкуренции (что случается не всегда) кинотеатр не может рассчитывать на такой же поток аудитории, как в крупном городе; зачастую и привычка к кинопотреблению в малых городах утеряна за годы отсутствия кинопоказа (а во многих городах, где открылись субсидированные кинозалы, они стали первыми за время существования Российской Федерации). Во-вторых, требования по числу сеансов отечественных фильмов ограничивают возможности кинотеатров по работе с голливудскими проектами, особенно в те периоды, когда российских фильмов выходит меньше (летом); в результате показки не имеют возможности полноценно зарабатывать в течение всего года. Да и отсутствие достаточного числа летних релизов российских картин вынуждает идти на ухищрения при соблюдении требования показа 50% сеансов: до 2018 года у субсидированных кинотеатров были популярны показы короткометражных анимационных сборников «Мульт в кино», которые ставились в программу для добора требуемой квоты. В настоящее время требования к длине сеанса отечественного кино ужесточились – это должен

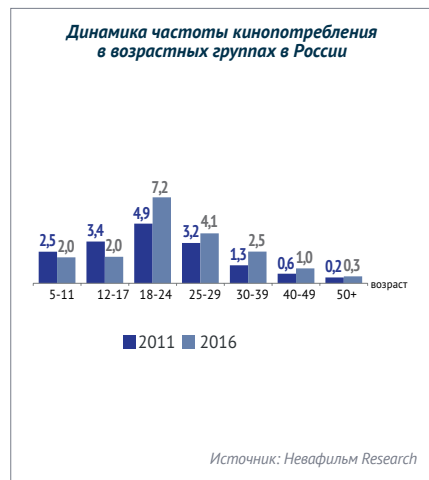
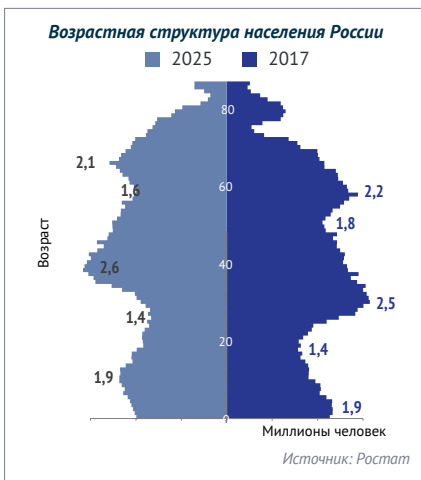
быть показ полнометражного фильма (более 52 минут). При этом дополнительно субсидирования на осуществление операционной деятельности открытым по программе Фонда кино залам не предусмотрено, поэтому эксперты ожидают неминуемого закрытия ряда таких площадок (и в 2017–2018 годах подобные прецеденты были), если условия их поддержки не будут дополнительно пересмотрены.

Первый шаг к предоставлению дополнительной поддержки также сделал Фонд кино, чтобы помочь субсидированным площадкам получить доступ к премьерным российским фильмам, для получения которых прокатчики предъявляют жесткие условия – выплату так называемой минимальной гарантии. В 2018 году Фонд кино инициировал программу предоставления контента субсидированным кинотеатрам, взяв на себя расходы по тиражированию и доставке фильмов и выступив гарантом выплаты прокатной платы дистрибьюторам. В рамках данной программы Фондом кино были предложены фильмы «Ну, здравствуй, Оксана Соколова!» («Наше Кино») и «Тренер» («Централ Партнершип»). До конца 2018 года планируется предоставить еще около шести фильмов.

В целом несомненным достижением государственной программы поддержки киносети является существенное расширение численности населения, охваченного современными услугами кинопоказа: благодаря ей число городов с кинотеатрами за два с половиной года увеличилось с 513 до 890, а количество жителей этих городов – с 89,6 до 97,3 млн чел.

3.6. Кинозрители

Российская киноаудитория сама по себе – важный вопрос в контексте перспектив развития кинопоказа. В последние годы меняется как возрастная структура населения, так и паттерны кинопотребления у людей различных возрастных групп. В 2011–2016 годах Невафильм Research проводилась серия всероссийских опросов киноаудитории. Сравнительный анализ их результатов показывает, что российский зритель взрослеет.



Это происходит в связи с сокращением численности молодежи в составе населения страны, что роднит Россию с Северной Америкой и Европой: везде продол-

жизнеспособность жизни увеличивается, рождаемость снижается, естественный прирост сменяется естественной убылью, а численность населения компенсируется за счет иммиграции. Однако колебания численности поколений в России заметнее, чем в западных странах, и носят циклический характер, что сказывается на киноаудитории. Так, в 2017 году демографический провал приходился на людей в возрасте 17–19 лет. Для сравнения: 17-летних (1,3 млн) в два раза меньше, чем людей в возрасте 29 лет (2,6 млн). К 2025 году в России будет два пика численности населения: в возрасте 37 лет (сегодняшние 29-летние – основная аудитория кинотеатров) и в возрасте 12 лет (сегодня им 4 года, и их будущие привычки кинопотребления вызывают наибольшие опасения).

По оценкам Nevaфильм Research, сегодня в России чаще всего в кинотеатры ходят люди студенческого возраста (18–24 года) – более 7 раз в год. Реже же всего это делают россияне старше 50 лет – 0,3 раза. При этом частота кинопосещения уменьшается в младших возрастных группах и увеличивается в старших.

3.7. Игроки рынка кинопоказа

Весной 2017 года в сфере российского кинопоказа произошло знаковое событие: компания «A&NN Investments Ltd» Александра Мамута приобрела две крупнейшие киносети «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» – объединенная сеть кинотеатров заняла более 13% рынка по числу экранов. Бизнесмен также владеет кинотеатром «Пионер» в Москве (открыт в 2009 году), который входит в сеть «Europa Cinemas»¹ и ставший за время своего существования культовой площадкой столичного бомонда благодаря оригинальной репертуарной политике, включающей как кинохиты широкого проката, так и артхаус, а также за счет дополнительной деятельности (творческие вечера, фестивали, показы шедевров мирового кинематографа, специальные события, книгоиздание, летние киноплощадки, прокатная деятельность и пр.). В декабре 2016 года в обмен на долгосрочную аренду под управление компании «Пионер» также перешел кинотеатр «Художественный» на московском Новом Арбате – сейчас идет его реставрация, в ходе которой планируется вернуть зданию исторический облик. В то же время репертуарная политика объединенной киросети строится иначе, нежели у флагманской киноплощадки г-на Мамута, – она более приближена к законам массового спроса и мало изменилась после смены владельца. Бизнесмен также владеет медиахолдингом «Rambler & Co» (ему принадлежит 50% компании UCS, чья билетная система установлена в большинстве крупных кинотеатров страны), сайтом afisha.ru с расписаниями кинотеатров и рецензиями, а в 2018 году он приобрел компанию «Era Capital», которая владеет онлайн-кинотеатром «Окко» (причем присматриваться к рынку видео по запросу «Rambler & Co» начал в 2017 году и проводил переговоры с несколькими ведущими игроками). Таким образом, выстраивается крупная медиакорпорация, связанная с рынком сбыта кинопродукции.

Второе место в рейтинге киросетей в середине 2018 года занимает компания «Премьер-зал», имеющая совершенно иную структуру: в ее состав входит более 240 кинотеатров и 342 зала, однако принадлежат ей лишь 9 кинотеатров

¹ «Europa Cinemas» – первая сеть кинотеатров, фокусирующаяся на показе европейских фильмов; с момента своего создания она получает поддержку Еврокомиссии (посредством программ «MEDIA» и «Creative Europe») и Национального центра кинематографии Франции (CNC). Созданная в 1992 году по инициативе 30 кинопоказчиков, за 25 лет сеть выросла до более чем 1100 кинотеатров (около 3000 залов) в 43 странах.

(23 зала) – остальные находятся в оперативном управлении или на договоре репертуарного планирования. Без учета последних «Премьер-зал» выпадает из числа десятки лидеров рынка. Тем не менее договоры по управлению и составлению расписания заключают с независимыми кинотеатрами многие российские сети и независимые букеры. Развитию этих услуг способствуют субсидии Фонда кино: кинотеатры в малых городах зачастую не имеют опыта для самостоятельного подбора фильмов или достаточного веса для получения картин на приемлемых условиях, поэтому они переадресовывают переговоры с прокатчиками более сильным игрокам рынка, платя им проценты от кассовых сборов. При этом такие союзы, как правило, не очень устойчивы: кинотеатры часто меняют управляющую компанию и время от времени пытаются работать самостоятельно. В свою очередь киносеть не может принимать за своих подопечных какие бы то ни было решения – за исключением репертуарных.

**Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018
(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)**

Место на 01.07.18	Оператор	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Москва
2	Премьер-зал	239	339	7,1%	Екатеринбург
3	Киномакс	29	234	4,9%	Москва
4	КАРО	29	223	4,7%	Москва
5	Мираж синема	22	151	3,2%	Санкт-Петербург
6	Люксор	17	129	2,7%	Москва
7	Синема стар	25	128	2,7%	Москва
8	ОптимумКино	38	125	2,6%	Москва
9	Синема 5	21	115	2,4%	Йошкар-Ола
10	Монитор	28	104	2,2%	Краснодар
	Всего у этих операторов	525	2174	45,5%	
	Всего в России	1595	4774	100%	

Источник: Невафильм Research

Без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании второе место в рейтинге киносетей с долей рынка в 4,7% залов занимает компания «КАРО», которой с 2012 года владеют фонды «UFG Private Equity» и Российский фонд прямых инвестиций, а также предприниматель Пол Хет. В 2017 году появилась информация об интересе к покупке этой киносети со стороны южнокорейской компании «CJ CGV»; однако в итоге было объявлено об альянсе «CJ CGV» с российским девелопером «ADG group» – совместно они планируют вложить 70 млн долл. в развитие киносети из 33 районных развлекательных центров Москвы на базе старых советских кинотеатров, открыть которые планировалось в течение двух лет. Иностранному инвестору имеет амбиции занять первое место в рейтинге киносетей в России: по словам вице-президента по глобальному развитию бизнеса «CJ CGV» Брета Кима, в планах компании получить 30–40% российского рынка, открыв 200 площадок с 1600 экранами.¹ В случае осуществления задуманного ландшафт рынка кинопоказа России существенно изменится.

¹ Брет Ким: «Мы хотим стать в России киносетью номер один» // Бюллетень кинопрокатчика. 03.05.2018. – http://www.kinometro.ru/interview/show/name/Bret_Kim_interview_1145.

**Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018
(без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)**

Место на 01.07.18	Оператор	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Москва
2	КАРО	29	223	4,7%	Москва
3	Киномакс	29	214	4,5%	Москва
4	Мираж синема	22	151	3,2%	Санкт-Петербург
5	Люксор	17	129	2,7%	Москва
6	Синема стар	25	128	2,7%	Москва
7	Синема 5	12	74	1,6%	Йошкар-Ола
8	Пять звезд	11	64	1,3%	Москва
9	Могі Сінета	9	62	1,3%	Москва
10	Монитор	11	55	1,2%	Краснодар
	Всего у этих операторов	239	1726	36,2%	
	Всего в России	1595	4774	100%	

Источник: Невафильм Research

Глава 4. ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО В СФЕРЕ КИНО

4.1. Изменения в законодательстве, произошедшие в 2017–2018 годах

В продолжение инициатив 2016 года, призванных обеспечить доступную среду для лиц с ограниченными возможностями¹, с 2017 года, согласно Федеральному закону №34-ФЗ «О внесении изменений в статьи 8 и 9 Федерального закона “О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации” (от 28.03.2017)», все получатели финансирования со стороны Фонда кино должны производить субтитрование фильмов для слабослышащих и тифлокомментирование для слабовидящих зрителей. Закон также предписывает демонстраторам «обеспечивать условия доступности для инвалидов кинозалов и осуществлять показ субтитрованных и тифлокомментированных полнометражных национальных фильмов, созданных в художественной или анимационной форме».

В 2017 году было заключено новое соглашение между Министерством культуры и Фондом кино о предоставлении субсидии из федерального бюджета на поддержку кинематографии (№054-11-719 от 03.05.2017), которое ввело ряд новых обязательств для получателей средства по линии Фонда кино:

- привлекать студентов, обучающихся в государственных кинематографических вузах, на практику при производстве субсидированных фильмов;
- завершить производство фильма не позднее трех лет с момента подписания договора;
- в случае изменения даты выхода фильма, созданного при поддержке Фонда кино, в прокат на территории РФ представлять соответствующую информацию не менее чем за 3 месяца до даты, предусмотренной договором на производство фильма;
- лидерам отечественного кинопроизводства достигнуть значения показателя – одно посещение на 100 руб. поддержки в отношении фильмов компании, созданных при поддержке Фонда, оказанной на безвозвратной основе в 2017 году.

С 1 июля 2017 года вступил в силу Федеральный закон №87-ФЗ от 01.05.2017 «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации» – так называемый закон об онлайн-кинотеатрах. Согласно документу, иностранцам и лицам без гражданства запрещается владеть более чем 20% аудиовизуальных онлайн-сервисов, чья ежедневная аудитория на протяжении месяца составляет свыше 100 тыс. пользователей в России; требование распространяется на сервисы, менее 50% аудитории которых состоит из российских пользователей, хотя их доступ на рынок возможен по согласованию со специальной правительственной комиссией. Кроме того, онлайн-кинотеатры должны соблюдать

¹ См.: Кинопроизводство и копродукция в России. Экспорт российских фильмов за рубеж. 2016. – <https://fm.coe.int/1680783d62>.

ограничения законов «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», «О референдуме и о выборах» и требования, регулирующие порядок распространения массовой информации.

Документ также предписывает регистрацию онлайн-кинотеатров в специальном реестре, который должен вести Роскомнадзор, включая в него аудиовизуальные сервисы, подпадающие под положения закона. Надзорный орган должен уведомлять их владельцев о включении в реестр и запрашивать дополнительную информацию о структуре собственности сервиса: если она не соответствует законодательству, то доступ к сервису может быть ограничен.

Однако в августе 2018 года закон так и не заработал: Роскомнадзор не создал указанного реестра, поскольку Минкомсвязь не разработало положение о правительственной комиссии, которая должна выдавать специальные разрешения на работу сервисов, чья аудитория менее чем на 50% состоит из российских пользователей. Непонятно также, как будет вестись подсчет пользователей в отличной от интернет-сайтов среде: многие онлайн-кинотеатры работают в среде Smart-TV и в мобильных приложениях.¹

Федеральный закон №156-ФЗ от 01.07.2017 «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации”» расширил инструменты защиты авторских прав в Интернете, позволив правообладателям блокировать «зеркала» пиратских сайтов во внесудебном порядке при наличии ранее выданного судебного решения о блокировке основного сайта. Решение о том, является ли сайт «зеркалом», принимается Минкомсвязи.

4 июля 2017 года было подписано долгожданное соглашение между правительством Российской Федерации и правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области совместного кинопроизводства сроком на пять лет. Таким образом, в настоящее время в России действуют 8 межгосударственных соглашений: Европейская конвенция о совместном кинопроизводстве (подписана Российской Федерацией 30.03.1994), соглашение о совместном фильмопроизводстве со странами СНГ (14.11.2008), основанное на более раннем соглашении о сотрудничестве в области кинематографии (от 10.02.1995), а также шесть двухсторонних договоров (с Францией (1967 и 1992 годы), Канадой (1995), Италией (2002), Болгарией (2004), Германией (2011) и теперь с Китаем.

Наконец, в 2017 году была официально зафиксирована возможность публичной некоммерческой демонстрации фильмов, снятых на территории Российской империи или СССР и перешедших в общественное достояние, в пределах РФ без получения прокатного удостоверения – согласно Федеральному закону №230-ФЗ от 29.07.2017 «О внесении изменения в статью 5.1 Федерального закона “О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации”».

¹ Истомина М. Законодательство для онлайн-кинотеатров спустя год так и не заработало // РБК. 20.08.2018. – https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/08/2018/5b75b25c9a794763c321ab12?from=main.

В числе изменений, вступивших в силу в 2018 году, самым долгожданным стал Федеральный закон №95-ФЗ от 23.04.2018 «О внесении изменений в статьи 149 и 427 части второй Налогового кодекса Российской Федерации», который предоставил обсуждавшиеся не один год льготы российским аниматорам. Анимационная индустрия получила, во-первых, освобождение от НДС не только на производство, прокат и показ фильмов, имеющих удостоверение национального фильма, но и на доходы от использования лицензий на персонажей, музыкальные произведения и иные охраняемые объекты авторских и смежных прав, вошедших в состав кинопродукции, получившей удостоверение национального фильма. Во-вторых, для российских анимационных студий в 2018–2023 годы введены пониженные тарифы страховых взносов на заработную плату сотрудников – аналогично тем, которые действуют в отношении IT-компаний.

Ряд изменений в 2018 году коснулись деятельности Фонда кино. Во-первых, был введен новый показатель эффективности господдержки – «посещаемость российских фильмов за рубежом». Число зрителей национальных фильмов, вышедших в зарубежный прокат за последние 5 лет, рассматривается теперь при составлении рейтинга лидеров отечественного кинопроизводства. Фонд кино получает эту информацию из баз данных «comScore», «Box Office Mojo» и «Ebot» или от самих продюсеров. Впервые такая статистика была представлена в исследовании «Российская киноиндустрия-2017».¹

Во-вторых, были введены ограничения по выделению безвозвратных субсидий на производство кинофильмов: в случае сиквелов теперь их можно получить лишь на первые две части франшизы. До сих пор распространенной практикой было субсидирование новых серий без ограничений.

Наконец, в последнем по времени уставе Фонда кино, утвержденном в августе 2018 года, вводится новый высший коллегиальный орган – совет Фонда; попечительский совет Фонда становится высшим надзорным органом; вводится срок, на который назначаются исполнительный директор и члены советов, – три года. Составы органов и кандидатуру на должность исполнительного директора будет утверждать правительство по представлению Минкультуры.

Самым свежим изменением в законодательстве стали поправки в закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации», внесенные федеральным законом №335-ФЗ от 03.08.2018. Они вводят понятие «кинофестиваль» («культурно-просветительное мероприятие, которое проводится в соответствии с регламентом (правилами), утверждаемым организаторами данного мероприятия, представляет собой показ специально отобранных фильмов и может иметь конкурсную программу, состоящую из оцениваемых жюри фильмов, <...> общая продолжительность которого составляет не более десяти дней»; при этом перечень международных кинофестивалей будет утверждаться ежегодно), регламентируют число показов фильмов в его рамках (не более двух раз) и освобождают такие фильмы от необходимости получения ПУ.

¹ *Российская киноиндустрия-2017. Фонд кино. 2018. – <http://www.fond-kino.ru/documents/download/740/>. С. 130–149.*

Отметим, что эти изменения, которые должны вступить в силу в начале ноября 2018 года, вызывают серьезные опасения у кинематографистов, поскольку должны ударить по сегменту так называемого альтернативного контента. Число программ этого типа с переходом индустрии на цифровые технологии ежегодно росло: в 2017-м, по подсчетам Невафильм Research, на экранах было показано 327 программ (в их составе порядка 600 наименований, лишь четверть из которых имеют прокатное удостоверение), в том числе впервые – 217 проектов. Большая часть из числа новых релизов – ретроспективы (50 программ), документальные фильмы (45), драматические (40), оперные (15) и балетные (7) постановки, порядка 25 различных национальных и тематических мероприятий и 20 сборников короткометражных картин – в основном все они демонстрировались на российских киноэкранах в формате фестивалей, у которых нет шансов попасть в официальный реестр Минкультуры. Сложности же с получением прокатного удостоверения в России для таких проектов связаны с необходимостью сдавать множество документов, включая монтажные и диалоговые листы, а также обязательное предоставление экземпляра картины в Госфильмофонд. Очевидно, что эти вопросы требуют решения и изменения законодательства, связанного с выдачей прокатного удостоверения, особенно в свете инициатив, которые находятся на стадии рассмотрения.

4.2. Обсуждаемые законодательные инициативы

Самым громким законопроектом, обсуждение которого ведется с 2017 года, является план повышения государственной пошлины за оформление прокатного удостоверения с 3500 руб. до 5 млн руб. Законопроект за номером 02/04/04-17/00064514 «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»¹ предлагает введение данного неналогового платежа для любого полнометражного игрового или анимационного фильма, общее количество сеансов которого превысило 100 на всей территории РФ, в пользу специального резервного фонда на развитие кинематографии. В пояснительной записке упоминается компенсация этой суммы национальным фильмам, однако в самом законопроекте данное условие не оговаривается. Авторы законопроекта полагают, что высокохудожественные некассовые фильмы смогут уложиться в лимит 100 сеансов, а из примерно 500 фильмов, демонстрируемых в течение года, удастся отсечь «более полусотни низкопробных зарубежных фильмов <...>, принудительно включаемых прокатчиком в пакет к блокбастерам». Ожидается, что «очищенный» прокат будет состоять приблизительно из 440 фильмов, каждый из которых принесет по 5 млн руб., что в целом составит 2,2 млрд руб. для Фонда кино (в том числе 1,4 млрд – с иностранных лент и, по-видимому, 0,8 млрд – с российских), после чего данная сумма будет направлена на поддержку отечественного кинематографа.

В декабре 2017 года министр культуры Владимир Мединский заявил, что вместо повышения стоимости прокатного удостоверения рассматривается идея неналогового сбора с каждого киновилета в размере 3% от его цены. По оценке министра, это позволит привлечь в Фонд кино не менее 1,5 млрд руб. ежегодно. В форме законодательной инициативы, однако, данное предложение пока представлено не было.

¹ Проект размещен на федеральном портале проектов нормативных правовых актов 27 апреля 2017 года. – <https://regulation.gov.ru>.

Еще один законопроект («О внесении изменений в Федеральный закон “О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации”»¹) предполагает введение ограничений по демонстрации каждого фильма в отдельном кинотеатре: не более 35% от общего числа сеансов в течение дня и 35% от числа сеансов в однозальном кинотеатре в течение календарного месяца. Отметим, что данный законопроект не получил поддержки Федеральной антимонопольной службы в феврале 2018 года, однако, согласно данным официального портала нормативных правовых актов, проект не отклонен. Более того, 10 сентября 2018 года стало известно, что Минкультуры предложило вернуться к его рассмотрению, но не распространять его требования на национальные фильмы². Таким образом, планируется внедрение еще одной формы «мягкого квотирования» – в форме ограничений для зарубежных фильмов в кинопрокате.

В июле 2018 года стало известно, что во время осенней сессии Госдумы на рассмотрение депутатов будет внесен законопроект о квоте на иностранное кино на телевидении.³ Депутат фракции ЛДПР, заместитель председателя комитета Госдумы по информационной политике, информационным технологиям и связи Андрей Свинцов предлагает ограничить трансляции иностранного контента, прежде всего зарубежных блокбастеров, на российских телеканалах с бюджетным финансированием. Стоит, однако, отметить, что объемы показа кинофильмов на эфирном телевидении в последние годы и так снижаются: по данным «TNS Россия»/«Медиаскоп», в 2010 году в эфире 20 эфирных телеканалов доля кинопоказа составляла 20,5%⁴, тогда как в 2015–2017 годах она сократилась до 15% эфирного времени.⁵ Кроме того, большим спросом пользуется скорее отечественный контент, нежели зарубежный, в связи с чем телеканалы делают акцент именно на нем; к примеру, ТНТ в ноябре 2017 года объявил о полном прекращении показа зарубежных фильмов.⁵

¹ Зарегистрирован на портале проектов нормативных правовых актов 27 апреля 2017 года. – <https://regulation.gov.ru>

² Минкульт предложил ограничить число показов зарубежных фильмов // Коммерсантъ. 10.09.2018. – <https://www.kommersant.ru/amp/3737733>.

³ По данным отчета TNS TV Index, Россия (города с насел. 100 тыс.+), 2010.

⁴ Российская киноиндустрия-2017. Фонд кино. 2018. – <http://www.fond-kino.ru/documents/download/740/>. С. 262.

⁵ Афанасьева А. ТНТ покажет импортзамещение // Коммерсантъ. 17.11.2017.

Глава 5. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ

5.1. Условия развития российской киноиндустрии – PEST-анализ

На основе проведенного исследования был составлен PEST-анализ (политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды) и определены условия, в которых будет развиваться отечественная киноотрасль в среднесрочной перспективе.

С политической точки зрения мы наблюдаем укрепление участия федеральных органов исполнительной власти в регулировании кинорынка и действий его игроков, а также расширение киносети за счет государственной поддержки. Эти процессы хотя и ведут к снижению рыночной конкуренции, но создают благоприятные условия для отечественного контента, воспитывая лояльных к нему кинозрителей. Ставка при этом делается на концентрацию средств государственной поддержки сокращающегося числа крупнобюджетных фильмов, которые производятся лидирующими студиями. Это ведет к повышению зависимости доли рынка отечественного кино в прокате от небольшого числа студий и снимаемых ими фильмов.

В стране продолжается экономический кризис: с 2013-го по 2017 год реальные доходы граждан, по данным Росстата, сократились на 10,5%, а курс доллара взлетел с 32,66 руб. на 01.01.2014 до 68,05 руб. на 01.09.2018. В борьбе с экономическими проблемами правительство повышает налоги (с 2019 года НДС увеличится с 18% до 20%) и пенсионный возраст граждан, усиливая давление на бизнес и население. Между тем появляются условия для расширения источников доходов и инвестиций для продюсеров, в том числе независимых от господдержки: это сотрудничество с телеканалами, краудфандинг, зарубежные продажи; развитие сервисов видео по запросу, тематических телеканалов и пр. Кроме того, сфера кинопроизводства получает возможность диверсификации за счет деятельности региональных кинематографистов.

Меняются и социальные условия в стране. У массового потребителя укрепляется спрос на аттракционное воплощение простых идей на большом экране – спецэффекты в широком прокате доминируют над глубоким содержанием фильмов; серьезные темы все чаще поднимаются в «малых формах» домашнего экрана (сериалах и камерных драмах). В то же время растет сегментация аудитории, и для любителей нишевых программ развивается событийный прокат, расширяющий выбор зрителей и повышающий их культурный уровень (при условии, что этому не будет препятствовать «закон о фестивалях» №335-ФЗ от 03.08.2018). Киноиндустрия сталкивается с демографическими проблемами страны, волнообразно настигающими ее: сейчас резко сократилось число подростков, и эта тенденция еще нескоро будет преодолена. Под влиянием глобальных трендов привлекается внимание к вопросам гендерного равенства и к роли женщин на ключевых позициях в съемочных группах.

Растет интерес кинематографистов к анимационной продукции, обусловленный все большей технологичностью процессов съемки и растущей популярностью этого жанра у публики, а также налоговыми льготами для отечественных анимационных студий. Сохраняющаяся монополия производителей цифровых кинопроекторов¹ накладывает экономические ограничения на доступность этого оборудования и препятствует расширению киносети; в то же время попытки внедрить более дешевые технологии кинопоказа в разных странах наталкиваются на отказ голливудских студий от предоставления своих фильмов для таких залов, что существенно влияет на доходы кинотеатров и даже делает их работу нерентабельной. Снижается доминирование телевидения как канала рекламирования кинофильмов, и усиливается роль Интернета и других форм интерактивного взаимодействия со зрителем, что приведет к уравниванию шансов участников рынка в привлечении внимания аудитории. Потребители контента стремятся к многоплатформенности (кинотеатр, телевидение, видео по запросу, мобильные устройства, игры, дополненная реальность и пр.), что найдет свое отражение в глубинных изменениях рынка сбыта кинопродукции по всему миру.

Political – Политические аспекты	Economic – Экономические аспекты
<ul style="list-style-type: none"> укрепление роли государства как регулятора и инвестора в киноиндустрии ставка господдержки на крупные форматы (студии-лидеры и коммерческие фильмы) 	<ul style="list-style-type: none"> слабый рубль и кризис в экономике усиление налогового бремени бизнеса и населения новые источники финансирования для независимых продюсеров развитие региональных кинематографий
Social – Социальные аспекты	Technological – Технологические аспекты
<ul style="list-style-type: none"> примитивизация содержания фильмов для широкого проката сегментация предложения для узких групп аудитории демографическая яма среди молодого населения России привлечение внимания к вопросам гендерного равенства 	<ul style="list-style-type: none"> рост анимационного производства, в том числе усиление его роли в игровых фильмах сохранение монополии иностранных производителей цифрового кинопроекторного оборудования расширение роли Интернета и других форм взаимодействия с аудиторией многоплатформенность в сфере сбыта и потребления контента

Далее для комплексной оценки проблем и перспектив развития киноотрасли России в описанных выше условиях мы использовали методику составления матрицы SWOT – сильных и слабых сторон российской киноиндустрии, а также возможностей и угроз для нее со стороны окружающей среды. Метод был применен с точки зрения трех подотраслей: производителей, прокатчиков и кинотеатров.

5.2. SWOT-анализ кинопроизводства

К сильным сторонам сферы кинопроизводства в России можно отнести наличие лидеров отечественной киноиндустрии, которые (благодаря государственным

¹ В мире существуют только две технологии, одобренные голливудскими студиями и лежащие в основе международного стандарта SMPTE: SXRД от «Sony» и DLP от «Texas Instruments»; а число лицензиатов, выпускающих проекторы, ограничено пятью компаниями: «Sony», «Christie», «Barco», «NEC» и «Cinemascope»; до 2014 года в их число также входила «Kinoton», объявившая себя банкротом и переключившаяся на изготовление и поддержку программных решений.

средствам и механизму отбора ведущих компаний) часто годами сохраняют свои позиции и имеют постоянную поддержку со стороны Фонда кино. Хотя, с другой стороны, слабая ротация лидеров несет в себе угрозу: такая система слабо реагирует на спрос и другие изменения во внешней среде и в итоге может оказаться неустойчивой. Конкуренция в отрасли добавляет системе прочности, и формирующиеся в России региональные кинокластеры способствуют этому.

В качестве слабой стороны российского кинопроизводства можно отметить заметную сегодня зависимость доли отечественного кино в прокате от небольшого числа крупных продюсерских компаний, а их в свою очередь – от малого числа высокобюджетных релизов, которые не всегда могут быть успешными. Большее число разнообразных среднебюджетных проектов, на наш взгляд, могло бы обеспечивать большую стабильность. Разнообразием и развитию творческого потенциала мешает также гендерное неравенство среди занимающих ключевые позиции членов съемочной группы, хотя в условиях полного невнимания к этой проблеме как со стороны отрасли, так и государства доля женщин-режиссеров в стране все же растет.

Дополнительные возможности для российских продюсеров создаются благодаря комплексным мерам государственной поддержки, которая выражается не только в прямом финансировании кинопроизводства, но и в создании благоприятных условий для отечественных картин в прокате. Однако в этих вопросах следует соблюдать осторожность, поскольку зачастую принимаемым законодательным инициативам не хватает экспертной оценки, что приводит к конфликтам между участниками рынка и вполне может обернуться настоящей катастрофой (к примеру, если новые законопроекты сократят число независимых прокатчиков, может оказаться, что и отечественные фильмы будет некому выпускать в кинотеатрах). Дополнительные инвестиции в сферу кинопроизводства сегодня идут со стороны телеканалов и голливудских мейджоров и позволяют увеличить число снимаемых фильмов и располагать большими бюджетами. А растущие продажи российских картин за рубеж или сервисам видео по запросу (как российским, так и иностранным) повышают доходы продюсеров.

S Strengths – Силы	W Weaknesses – Слабости
<ul style="list-style-type: none"> • <i>сильные продюсерские компании, имеющие постоянную господдержку</i> • <i>формирующиеся региональные кинокластеры</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>зависимость отрасли и продюсеров-лидеров от малого числа успешных фильмов</i> • <i>гендерное неравенство</i>
O Opportunities – Возможности	T Threats – Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • <i>комплексная государственная поддержка</i> • <i>интерес телеканалов к кинопродюсированию</i> • <i>интерес голливудских мейджоров к российскому контенту</i> • <i>растущие возможности монетизации на вторичных рынках</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>слабая ротация лидеров</i> • <i>недостаточная экспертиза законодательных инициатив</i>

5.3. SWOT-анализ дистрибьюции

Завершившийся в 2015 году переход на цифровой кинопрокат в России помог отрасли высвободить дополнительные средства для продвижения фильмов к зрителям, а также снизил барьеры по входу на рынок и расширил киноафишу российских городов, в том числе за счет сегмента креативного контента. В тот же год Фонду кино, ставшему оператором ЕАИС, удалось наладить ее функционирование, что сделало российский рынок одним из самых прозрачных в мире: сегодня возможность получения оперативной и достоверной статистики является сильной стороной отечественного кинопроката.

К слабостям можно отнести высокую концентрацию рынка в руках представителей голливудских мейджоров, которые занимаются прокатом в том числе и российских фильмов и зачастую используют свою рыночную силу для давления на малые киноплощадки, порой перекрывая им доступ к отечественным блокбастерам. Мейджоры также имеют максимальные возможности по продвижению своих фильмов при помощи рекламы всех видов, в том числе телевизионной, что угрожает конкурентоспособности независимых дистрибьюторов, и без того сталкивающихся с сокращающимся спросом со стороны массового зрителя и испытывающих проблемы с приобретением контента на фоне слабого рубля.

С другой стороны, прокатчики получают новые возможности защиты от пиратства, а также могут повысить рентабельность независимой дистрибьюции благодаря распространению новых форм событийного показа своих фильмов – единичные сеансы в отдельных залах помогают сконцентрировать внимание зрителей и сэкономить на рекламе.

В то же время постоянно меняющиеся правила игры в кинопрокате и давление на дистрибьюторов зарубежных фильмов со стороны Министерства культуры делают этот бизнес все более рискованным.

S Strengths – Силы	W Weaknesses – Слабости
<ul style="list-style-type: none"> • завершившийся переход на цифровые технологии проката • прозрачность рынка благодаря отладке работы ЕАИС 	<ul style="list-style-type: none"> • концентрация рынка в руках голливудских мейджоров • низкий спрос на фильмы независимых прокатчиков • низкие курс рубля и доходность отрасли для иностранных производителей
O Opportunities – Возможности	T Threats – Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • расширяющиеся возможности защиты от пиратства • новые формы проката и контакта со зрителями 	<ul style="list-style-type: none"> • максимальные рекламные возможности у голливудских фильмов • законодательные инициативы и правоприменительная практика, направленные против зарубежных фильмов

5.4. SWOT-анализ кинопоказа

Сильная сторона российского кинопоказа – доступ к услугам современных кинотеатров у всех жителей крупных и средних городов, а также расширение

киносети в малых населенных пунктах при поддержке федерального центра и региональной власти (проекты субсидирования модернизации и деятельности муниципальных кинотеатров действуют во многих субъектах федерации). Это способствует не только открытию новых кинозалов, но и стабильному увеличению посещаемости и кассовых сборов в России. Преимуществом для отрасли также является то, что в настоящее время крупные киносети находятся под контролем российских компаний.

К слабостям можно отнести высокую конкуренцию между кинотеатрами в крупных (и особенно острую в средних) городах, а также неоднородность ведущих киносетей: пока одни из них являются временными объединениями, неспособными к быстрому и единому принятию решений, другие превращаются в медиахолдинги с высокой долей рынка в своих руках. Хотя в целом рынок кинопоказа России можно считать конкурентным (в отличие от проката или производства). В то же время маргинальность бизнеса кинопоказа в России, и без того невысокая, снижается в условиях конкуренции, что ограничивает возможности развития сети без поддержки государства и привлекает все меньше инвесторов и предпринимателей.

S Strengths – Силы	W Weaknesses – Слабости
<ul style="list-style-type: none"> • доступ к кинопоказу у жителей всех городов с населением 250 тыс. чел. • продолжающийся рост киносети (в том числе при поддержке государства) и посещаемости • киносети находятся под контролем российских компаний 	<ul style="list-style-type: none"> • высокая конкуренция в крупных и средних городах • разница в структуре лидирующих киносетей и их конкурентной силе • низкая маргинальность бизнеса кинопоказа в России
O Opportunities – Возможности	T Threats – Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> • объединение в рамках холдинга кинотеатров и медиа дает возможность для появления новых форм кинобизнеса • свободные малые населенные пункты для развития киносети • свободные конкурентные ниши для кинотеатров (артхаусных, клубных, детских и пр.) 	<ul style="list-style-type: none"> • ограниченная платежеспособность населения • непредсказуемость и жесткость госрегулирования проката, давление на кинотеатры со стороны проверяющих органов • сокращение числа молодых зрителей и снижение ими частоты кинопотребления • конкуренция с другими способами потребления контента и развитие ВпЗ • планы по выходу на российский рынок зарубежных игроков

Угрозу бизнесу кинопоказа несет падающая платежеспособность населения, которая вынуждает снижать цены на билеты в российских кинотеатрах. Давление на кинопоказчиков со стороны контрольных государственных органов (Фонда кино, МЧС и др.) и непредсказуемость в регулировании дат релизов ожидаемых фильмов усугубляют экономические проблемы кинотеатров. Еще одна опасность таится в наблюдающемся по всему миру снижении интереса к кинопосещению со стороны молодежи и в характерном только для России демографическом спаде среди подростков и студентов – традиционно самых активных групп зрителей. Развивающиеся сервисы видео по запросу становятся все более серьезными конкурентами для кинотеатров не только в отношении молодой аудитории, но и в

старших возрастных группах. Кроме того, в скором времени на рынок может выйти южнокорейская киносеть, что изменит расстановку игроков в подотрасли.

С другой стороны, сегодня отечественным компаниям есть что ответить и потенциальным зарубежным конкурентам, и домашним способам кинопросмотра: сейчас в России складываются условия для появления новых форматов кинобизнеса в виде единой медиаплатформы, нацеленной на разные возрастные и вкусовые категории зрителей. Кроме того, не до конца исчерпанными остаются и возможности для географического расширения киносети, а также развития нишевых форматов кинотеатров (артхаусных, детских, клубных, событийных и т. п.).

5.5. Выводы

Обобщая результаты PEST и SWOT-анализа, мы получили сводную матрицу характеристик российской киноиндустрии.

Согласно ей, главное влияние на отрасль сегодня оказывают экономические аспекты: 15 из 39 отмеченных нами в ходе исследования наиболее важных характеристик индустрии находятся в данном квадранте. Максимальное число положительных черт (силы и возможности) российская экономика привносит в сферу кинопроизводства, включая снижение концентрации продюсеров в столицах и расширение списка инвесторов для отечественных компаний из числа голливудских мейджоров и телеканалов; при этом увеличение НДС данную сферу не затрагивает, так как национальные фильмы его не платят. Прокат и кинопоказ в большей степени затрагивают экономические проблемы, связанные с конкуренцией, курсом рубля, низкой маржинальностью бизнеса, налоговой нагрузкой и падающими реальными доходами населения.

Второе место по значимости для российской киноиндустрии сегодня делят политические и социальные аспекты (по 8 характеристик относятся к этим категориям).

До сих пор принимаемые властью решения сказывались на кинопроизводстве исключительно положительным образом: оно получает широкую финансовую поддержку и комплекс мер, регулирующих прокат и показ отечественных фильмов; придается важное значение развитию зарубежных связей, прежде всего в отношении продаж российской кинопродукции. Прокатчики и кинотеатры также получают определенную политическую поддержку (расширение киносети и защита от пиратства), но все чаще испытывают негативные последствия законодательных инициатив в сфере регулирования проката, направленных на угнетение зарубежных фильмов.

Лучше всех в квадранте «Общество» чувствуют себя кинопоказчики: для этой сферы характерно широкое покрытие сети при наличии свободных ниш географических (хоть и в малых городах) и конкурентных (к примеру, арт-кинотеатры в России очень слабо развиты). Есть у кинотеатров и социальные проблемы: им приходится конкурировать со все большим числом игроков за сокращающееся (из-за демографической ямы) количество активных кинозрителей. Однако хуже всего социальная сфера отражается на кинопроизводстве: при отсутствии сил и возможностей здесь отмечаются слабости (неравенство женщин) и угрозы (усиливается тренд к примитивизации контента).

Наконец, технологии сегодня в меньшей степени влияют на состояние российской киноиндустрии; в этом квадранте оказалось 7 характеристик. Негативное воздействие данного фактора испытывает кинопоказ, сталкиваясь с конкуренцией (сервисы видео по запросу) и впадая в зависимость от иностранного оборудования. Тогда как для дистрибьюторов и кинопроизводителей технологии – только во благо, поскольку позволяют снижать издержки, получать дополнительные доходы и развивать новые форматы взаимодействия со зрителем.

Таким образом, в кинопроизводстве особого внимания требуют изменения, происходящие в социальном аспекте; прокатчикам следует сосредоточиться на минимизации экономических и политических рисков; а больше всего проблем испытывают российские кинотеатры, у которых помимо экономических и законодательных сложностей существуют серьезные угрозы технологического и социального характера.

Сводная матрица характеристик подотраслей российской киноиндустрии

ПОЛИТИКА		ЭКОНОМИКА	
<ul style="list-style-type: none"> + господдержка крупных студий + прозрачность рынка кинопроката + поддержка расширения киносети 	<ul style="list-style-type: none"> - протекционизм отечественного контента и ущемление зарубежных фильмов в прокате - непредсказуемость госрегулирования проката и давление на кинотеатры со стороны органов госконтроля 	<ul style="list-style-type: none"> + региональные кинокластеры + киносети находятся под контролем российских компаний 	<ul style="list-style-type: none"> - зависимость отрасли от малого числа фильмов - концентрация рынка в руках голливудских мейджоров - низкий курс рубля - высокая маржинальность в городах кинопоказа - разница в силе киносетей
<ul style="list-style-type: none"> + комплексная господдержка + рост зарубежных продаж фильмов + совершенствование защиты от видеопиратства 	<ul style="list-style-type: none"> - максимальные рекламные возможности у мейджоров - повышение налоговой нагрузки на бизнес (НДС на иностранные фильмы) - выход зарубежных игроков на рынок - низкая платежеспособность населения (НДС на всё, помимо кинобилетов) 	<ul style="list-style-type: none"> + интерес телеканалов к производству + интерес голливудских мейджоров к российским фильмам 	<ul style="list-style-type: none"> - развитие сервисов ВпЗ - иностранная монополия на цифровой кинопрокат
ОБЩЕСТВО		ТЕХНОЛОГИИ	
<ul style="list-style-type: none"> + доступ к кинопоказу для большинства населения страны + новые событийные формы проката фильмов + наличие географических ниш для открытия залов (в малых городах) + свободные конкурентные ниши (специализированные кинотеатры) 	<ul style="list-style-type: none"> - гендерное неравенство - низкий спрос на фильмы независимого производства - примитивизация фильмов - демографическая яма 	<ul style="list-style-type: none"> + рост роли анимации + полная цифровизация проката 	<ul style="list-style-type: none"> + развитые сервисы ВпЗ + иностранная монополия на производство оборудования цифровой кинопроекции

кинопроизводство
кинопрокат
кинопоказ

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 41 государство и ЕС, представленный 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, составление и управление базами данных, а также обеспечение информацией посредством интернет-сайта.

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

<http://www.obs.coe.int>

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 оборудования кинопоказа на рынок России и СНГ (Невафильм Cinemas); дистрибьютор альтернативного контента в кинотеатрах (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).

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

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

<http://www.nevafilm.ru>