

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2000–2015 ГГ.



Информационное агентство InterMedia

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2000–2015 ГГ.

Аналитический обзор

Москва, 2016

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2000–2015 ГГ.

Аналитический обзор

Автор-составитель: **Павел Соломатин**
 Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**
 Главный эксперт: **Александр Тихонов**
 Главный редактор: **Евгений Сафронов**
 Редакторы: **Мария Сысоева, Андрей Астафьев**
 Дизайн и верстка: **студия «Дизайн дела»**
 Юридический консультант: **«Катков и партнеры»**

InterMedia выражает благодарность всем, кто предоставил данные для исследования «Киноиндустрия Российской Федерации в 2000–2015 гг.», а также тем, кто помог в его подготовке — **Елене Крыловой (ТМТ Консалтинг)** и **Ирине Путятиной**.

Особая благодарность — **Олегу Иванову (Союз кинематографистов РФ)**.

www.intermedia.ru
office@intermedia.ru

СОДЕРЖАНИЕ

4 ВВЕДЕНИЕ: УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ

- 4 Россия в мире
- 5 Социальные и экономические показатели России и некоторых стран мира, 2014 г.
- 6 Динамика социально-экономических показателей развития России, 2000–2014 гг.
- 7 Законодательная база
- 9 Государственная поддержка кинематографии

13 ГЛАВА 1. РЫНОК РОССИЙСКОГО КИНОПРОКАТА

- 14 25 крупнейших релизов, 2015 г.
- 16 25 крупнейших релизов, 2002–2015 гг.
- 18 25 крупнейших российских релизов, 2015 г.
- 20 25 крупнейших российских релизов, 2002–2015 гг.
- 22 25 крупнейших европейских релизов, 2015 г.
- 24 20 крупнейших азиатских релизов, 2015 г.
- 26 Лучшие сборы за первый уикенд, 2015 г.
- 28 Лучшая динамика сборов в прокате, 2015 г.
- 29 25 крупнейших релизов ограниченного проката, 2015 г.
- 30 Рейтинг дистрибьюторов, 2015 г.
- 32 Объем рынка кинопроката в России
- 34 Возрастные ограничения
- 35 Динамика сборов кинопроката
- 36 Посещаемость кинотеатров
- 36 Страны-производители в российском прокате
- 37 Число релизов и объемы сборов по странам
- 39 Альтернативный контент

41 ГЛАВА 2. КИНОТЕАТРЫ

- 42 Коммерческий кинопоказ
- 42 Кинотеатры и кинозалы
- 44 Доли рынка по федеральным округам, 2015 г.
- 44 Обеспеченность населения кинотеатрами
- 47 Технологическое оснащение кинотеатров

- 48 Размещение кинотеатров
- 49 Доля рынка по числу залов в кинотеатрах, 2015 г.
- 50 Проблемы однозальных кинотеатров
- 51 Крупнейшие кинотеатральные сети

53 ГЛАВА 3. ЭФИРНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

- 54 Общие положения
- 55 Программы ТВ, посвященные музыке, кино и театру, на федеральных каналах, 2015 г.
- 55 Топ-25 телеканалов России, 2015 г.
- 56 Динамика зрительского интереса
- 58 Топ-20 телепрограмм сезона 2014–2015 гг.
- 59 Жанровая структура кинофильмов на ТВ, сезон 2014–2015 гг.
- 59 Жанры телесериалов на ТВ, сезон 2014–2015 гг.
- 60 Топ-20 кинофильмов 2015 г.
- 61 Топ-20 сериальных эпизодов 2015 г.
- 62 Топ-20 российских сериалов 2015 г.
- 63 Телеканалы, лидирующие по объему рекламы, 2015 г.

65 ГЛАВА 4. ПЛАТНОЕ ТВ: ИНТЕРНЕТ-, СПУТНИКОВОЕ И КАБЕЛЬНОЕ ВЕЩАНИЕ

- 66 Общие положения
- 66 Структура рынка платного ТВ
- 66 Основные игроки рынка
- 67 Объем и структура рынка IP TV
- 67 Распространение ШПД в России
- 68 Видео в интернете: основные понятия
- 69 Устройства для передачи контента
- 69 Виды монетизации контента
- 70 Основные игроки рынка, 2015 г.
- 71 Распространение легальных видеосервисов
- 73 Smart TV

75 ГЛАВА 5. РЫНОК DVD И BLU-RAY

- 76 Общие положения
- 78 Структура рынка
- 79 Типы релизов
- 80 Доли стран среди релизов
- 83 Доли крупнейших издателей

85 ГЛАВА 6. ПИРАТСТВО

- 86 Актуальность проблемы

- 86 Законодательная база
- 88 Текущее положение в отрасли
- 89 Реакция пиратских сайтов на требования РАПО, 2012–2014 гг.
- 89 Критика

95 ГЛАВА 7. КИНОПРОИЗВОДСТВО

- 96 Общее состояние рынка
- 96 Топ-10 фильмов по соотношению сборов к бюджету, 2015 г.
- 97 Топ-15 кинопроизводителей по сумме кассовых сборов, 2015 г.
- 97 Топ-9 производителей анимационных фильмов по сумме кассовых сборов, 2015 г.
- 98 Производственные бюджеты
- 99 Государственная поддержка кинематографии в 2015 г.
- 100 Объемы финансирования кино по ФЦП «Культура России (2012–2018 гг.)»
- 102 Компании, получившие поддержку Фонда кино в 2015 г.
- 102 Фильмы, получившие поддержку Фонда кино в 2015 г.
- 104 Инфраструктура

107 ГЛАВА 8. КИНОФЕСТИВАЛИ

- 108 Общие положения
- 108 Российские кинофестивали, проводившиеся в 2015 г.
- 113 Награды на международных фестивалях, 2004–2015 гг.
- 113 Тенденции

115 ИТОГИ

121 ПРИЛОЖЕНИЕ

- 122 **Вольга:** Зритель будет обращать меньше внимания на независимое кино
- 123 **Московское кино:** Кризис подтолкнул к усилению работы с альтернативными форматами
- 124 **Megogo:** Интерес к отечественному контенту у нашей аудитории всегда был высок
- 125 **RuTracker:** Пользователи рады, что мы оказались «вне закона»
- 126 **Мульт в кино:** Наши выпуски посмотрели более 850 тысяч детей и родителей
- 128 **CoolConnections:** Кризис пошел кинофестивалям на пользу

ВВЕДЕНИЕ:
УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
КИНЕМАТОГРАФИИ В РОССИИ

Российская киноиндустрия из года в год развивается — увеличивается число выходящих фильмов, в том числе картин российского производства, открываются новые кинотеатры, расширяется аудитория. Рынок кинопроката до последнего года продолжал расти в рублях. Революция в области информационных технологий породила новые способы доставки контента пользователю, одновременно с этим остро обозначив проблему пиратства в интернете и серьезно поколебав позиции рынка физических носителей.

Данное исследование проведено экспертами InterMedia с целью всестороннего изучения российского кинорынка. Приоритетными выбраны следующие направления: регулярный кинопрокат и кассовые сборы, состояние рынка кинопоказа, телевизионная инфраструктура (эфирное и платное ТВ), состояние рынка физических носителей, пиратство, кинопроизводство и государственная поддержка киноиндустрии, кинофестивали. Основные работы по исследованию велись с января по май 2016 года путем опроса экспертов и участников рынка, сбора данных, полученных из открытых источников, а также дальнейшего анализа собранного материала.

РОССИЯ В МИРЕ

Условия развития киноиндустрии существенно различаются во всех странах, даже их сопоставление весьма затруднительно. В 2009 году ЮНЕСКО была предпринята попытка создания единых правил ведения статистики — «Системы

статистики культуры». Однако этот документ многие эксперты сочли не до конца проработанным и неприменимым на практике.

”
Революция в области информационных технологий породила новые способы доставки контента пользователю, одновременно с этим остро обозначив проблему пиратства в интернете и серьезно поколебав позиции рынка физических носителей

В системе государственного управления развитых стран мира применяются различные виды как регулирования сферы культуры, так и её государственной поддержки. При этом во многих случаях не просто выделить поддержку именно кинематографии, так как серьезно разнятся даже определения — в одних странах в понятие «культура» включаются в первую очередь традиционные жанры искусства («культурное наследие», «высшие достижения» или «классика»), в других к этому понятию добавляются современные массовые жанры, а в некоторых — такие сферы, как туризм, спорт, отдых и религия. Несмотря на это, мы предприняли попытку многофакторного анализа состояния и основных тенденций развития киноиндустрии России в сопоставлении с рядом ведущих киноиндустрий мира.

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИИ И НЕКОТОРЫХ СТРАН МИРА, 2014 Г.

Страна	Численность населения, млн чел.	Средний возраст населения, лет	ВВП на душу населения, долл.	Объем рынка развлечений и СМИ, млн долл.	Гос. расходы на культуру, млн долл.	Общие сборы кинопроката, млн долл.
Россия	146	39,5	25 634	25 518	10 798	1 200
Китай	1 368	36,7	13 217	162 907	8 012	4 800
Мексика	120	27,3	17 710	25 670	2 440	900
Великобритания	65	40,4	39 216	99 437	2 215	1 700
США	319	37,6	54 640	602 800	1 479	10 400
Япония	127	46,1	36 485	147 258	940	2 000
Индия	1 276	27,0	5 833	25 048	32	1 700
Германия	81	46,1	44 788	111 453	11	1 300
Испания	46	41,6	33 720	28 758	н/д	700
Нидерланды	16	42,1	47 635	21 515	н/д	300
Франция	66	39,4	40 704	н/д	н/д	н/д

InterMedia по данным Росстата, OECD, CIA, IMF, PWC, МРПА
Данные по расходам на культуру получены из официальных источников, перевод в доллары осуществлен по средневзвешенному курсу

Системы регулирования и поддержки сферы культуры и искусства сильно разнятся в ряде государств. Например, во Франции Министерство культуры активно финансирует учреждения культуры и формирует культурную среду. В Великобритании Департамент культуры, медиа и спорта распределяет бюджетные ассигнования через независимые некоммерческие организации, такие как Совет по искусствам Великобритании (Arts Council of Great Britain), причем часть распределяемых Департаментом средств покрывает Национальная лотерея (20% от выручки с продажи билетов). В Германии нет федерального министерства культуры: учреждения культуры субсидируются правительствами земель и муниципалитетов. В США также нет соответствующего министерства, а культурную политику определяют несколько авторитетных общественных организаций (таких как Смитсоновский институт и Библиотека Конгресса). Государственные расходы на культуру распределяет через гранты Национальный фонд искусств.

”
Объем поддержки государством сферы культуры напрямую зависит от уровня его социально-экономического развития в целом

В России Министерство культуры действует на основании Постановления Правительства РФ от 20.07.2011 № 590 «О Министерстве культуры Российской Федерации» (последняя редакция — от 08.05.2015). Согласно этому акту, Минкультуры России занимается выработкой и реализацией государственной политики и нормативно-правовым регулированием в сфере культуры, искусства, культурного наследия, в том числе археологического, кинематографии, архивного дела, туристской деятельности, авторского права и смежных прав, а также берет на себя функции по управлению государственным имуществом и оказанию государственных услуг в сфере культуры и кинематографии, охране культурного наследия, авторского права и смежных прав, по контролю и надзору в указанной сфере деятельности.

Объем поддержки государством сферы культуры напрямую зависит от уровня его социально-экономического развития в целом. Динамика этих показателей в России за последние 14 лет выглядит следующим образом.

ДИНАМИКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
РАЗВИТИЯ РОССИИ, 2000–2014 ГГ.

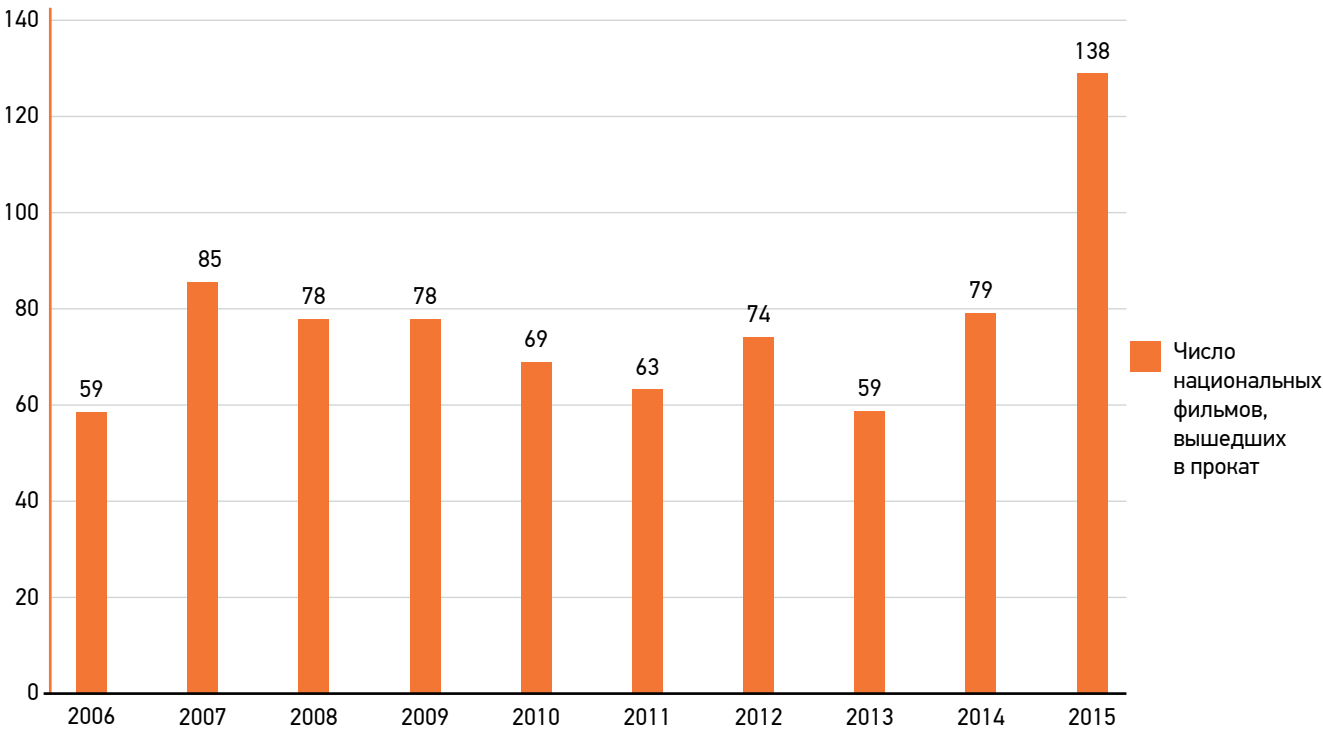
Показатель	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2012 г.	2014 г.
Население, млн чел.	146,3	143,2	142,9	143,3	146,3*
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата, руб.	2 223	8 555	20 952	26 629	32 611
Среднедушевые денежные расходы населения, руб. в месяц	2 218	7 968	18 529	23 219	27 688
ВВП, трлн руб.	7 306	21 610	46 309	62 176	71 406
Количество кинотеатров	105	556	865	1015	1187
Количество кинозалов	130	1058	2430	3084	3829
Количество отечественных фильмов (в том числе копродукция) в прокате	н/д	н/д	69	74	79
Количество активных интернет-пользователей, млн чел.	3,1	16,9	43,7	59,4	73,8

InterMedia по данным Росстата, портала «Кинобизнес сегодня», Фонда «Общественное мнение», сайта «Internet World Stats»

Примечание:
* Увеличение численности населения связано с вхождением Крыма в состав России

Точных данных о количестве фильмов, снятых в России до 2005 года включительно, нет. Известно, что в 2006 году в прокат вышло 59 кинолент отечественного производства, а в 2015 году их было уже 138. Это свидетельствует о положительной и стабильной динамике в киноотрасли.

Динамика производства кинокартин в России, 2006–2015 гг.



По данным портала «Кинобизнес сегодня»

Потенциальному потребителю все легче получить доступ к кинопродукции. Так, с 2000 года количество кинотеатров в стране выросло более чем в 10 раз, а количество кинозалов — в 29 раз. Кроме того, нельзя забывать и о других способах доставки фильмов зрителям. Если физические носители, такие как DVD и Blu-Ray, уже отходят в прошлое, то интернет и различные сервисы VOD (видео по запросу) дают кинопроизводителю множество новых каналов связи со зрителем, возможность смотреть новинки проката не выходя из дома или при помощи мобильного устройства. Обратная сторона прогресса заключается в том, что развитие новых технологий ведет к распространению пиратства в интернете.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА

Взаимодействие государства и представителей киноиндустрии в первую очередь регулирует Федеральный закон от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Сейчас он действует в редакции от 1 января 2016 года.

Данным законом определено, что «кинематография Российской Федерации является неотъемлемой частью культуры и искусства, должна сохраняться и развиваться при поддержке государства». Формами этой поддержки являются принятие законов и иных нормативных правовых актов в области кинематографии, частичное государственное финансирование производства, проката и показа национальных фильмов, государственное финансирование расходов, связанных с выполнением функций оператора единой информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах (внедряется с 1 мая 2010 года).

Государственное финансирование (до 70% сметной стоимости) направлено на производство только национальных фильмов. Фильм признается национальным, если:

- Продюсер — гражданин Российской Федерации или юридическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке на территории РФ;
- Большинство авторов фильма — граждане РФ;
- В состав съемочной группы входит не более 30% лиц, не имеющих гражданства РФ;

- Фильм снимается на русском языке или других языках народов РФ, за исключением случаев, когда использование иностранного языка является неотъемлемой частью художественного замысла;
- Не менее чем 50% общего объема работ в сметных ценах по производству, тиражированию, прокату и показу фильма осуществляется организациями кинематографии, зарегистрированными в установленном порядке на территории Российской Федерации;
- Иностранные инвестиции в производство фильма не превышают 50% сметной стоимости фильма;
- В фильме не используется нецензурная брань.

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

Новая редакция Федерального закона, вступившая в силу 1 января 2016 года, определила, что одним из направлений деятельности государства в сфере кинематографии также является отбор национальных фильмов, подлежащих обязательному субтитрованию и тифлокомментированию за счет средств федерального бюджета. Это делается в соответствии с Конвенцией ООН о правах инвалидов, которая была ратифицирована в России Федеральным законом от 03.05.2012 № 46-ФЗ.

Интеллектуальные, авторские и смежные права с 2008 года регулирует IV часть Гражданского Кодекса РФ. Согласно ст. 1263, авторами фильма

считаются режиссер-постановщик, автор сценария и композитор специально создаваемой для фильма музыки (с текстом и без). Продюсер (то есть «лицо, организовавшее создание сложного объекта, включающего несколько охраняемых результатов интеллектуальной деятельности») приобретает, согласно ст. 1240, право использования указанных результатов на основании договоров об отчуждении исключительного права или лицензи-

”
Государственное финансирование (до 70% сметной стоимости) направлено на производство только национальных фильмов

онных договоров, заключаемых им с обладателями исключительных прав на соответствующие результаты интеллектуальной деятельности.

Авторы произведений, вошедших составной частью в аудиовизуальное произведение (например, автор романа, положенного в основу сценария), сохраняют авторские права каждый на свое произведение. Автор сценария обладает авторскими правами в отношении не только самого аудиовизуального произведения в целом, но и сценария как самостоятельного объекта авторского права. Композитор сохраняет за собой право на отдельное вознаграждение за публичное воспроизведение его музыкального произведения, вошедшего составной частью в фильм.

В 2015 году Россия присоединилась к Пекинскому договору по аудиовизуальным произведениям. Согласно документу, «актеры, певцы, танцоры и другие лица, которые играют роль, поют, читают, декламируют, играют на музыкальном инструменте», получают права на созданные ими образы и имеют право на вознаграждение от проката. Однако документ пока не ратифицирован, а ряд представителей рынка уже высказался против него.

В случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель имеет право на компенсацию. Она составляет, согласно ст. 1301, по усмотрению суда от 10 тыс. до 5 млн руб., или двукратный размер стоимости контрафактных экземпляров произведения, или двукратный размер стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения.

Для борьбы с интернет-пиратством был принят Федеральный закон от 02.07.2013 № 187-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях», названный «антипиратским». Последние поправки в него вносились 12 марта 2014 года. Данный закон ввел ответственность информационного посредника за распространение нелегальной продукции в интернете и определил правила блокировки сайтов по решению Мосгорсуда в случае обнаружения такой продукции на их страницах и отказа владельца ресурса удалить её.

Затем сфера его действия была расширена за счет Федерального закона от 24.11.2014 № 364-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации». Данный акт вступил в силу 1 мая 2015 года. Согласно этому закону, порядок ограничения доступа к информации, размещенной в интернете с нарушением исключительных прав, распространяется теперь не только на фильмы, но и на все иные объекты авторских и смежных прав (музыку, книги, программное обеспечение и т.п.). Исключение предусмотрено для фотографических произведений.

Федеральный закон от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» устанавливает требования к маркировке всех фильмов указанием минимального возраста аудитории. Существуют следующие категории информации:

- для детей, не достигших возраста шести лет;
- для детей, достигших возраста шести лет;
- для детей, достигших возраста двенадцати лет;
- для детей, достигших возраста шестнадцати лет;
- запрещенная для детей.

Классификация производится производителем или распространителем фильма самостоятельно до начала проката.

Большая часть поправок в закон касается информации, запрещенной и имеющей ограничения для детей. Так, на момент последней редакции Федерального закона № 436-ФЗ (от 29.06.2015) запрещены для распространения следующие виды информации:

- побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и здоровью, в том числе к самоубийству;
- способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные или одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;
- обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия или жестокости;

- отрицающая семейные ценности, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения и формирующая неуважение к родителям;
- оправдывающая противоправное поведение;
- содержащая информацию порнографического характера;
- о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия), включая фамилии, имена, отчества, фото- и видеоизображения такого несовершеннолетнего, его родителей и иных законных представителей, дату рождения такого несовершеннолетнего, аудиозапись его голоса, место его жительства или место временного пребывания, место его учебы или работы, иную информацию, позволяющую прямо или косвенно установить личность такого несовершеннолетнего.

Следующие виды информации должны быть ограничены среди детей определенных возрастных категорий:

- представляемая в виде изображения или описания жестокости, физического и (или) психического насилия, преступления или иного антиобщественного действия;
- вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;
- представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной;
- содержащая бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани.

Налоговый Кодекс Российской Федерации также регламентирует киноиндустрию. Так, согласно ст. 149 (п. 20, пп. 20), как кинотеатры, так и производители национальных фильмов освобождаются от уплаты налога на добавленную стоимость (НДС).

Ст. 150 освобождает от уплаты НДС ввоз на территорию России произведений кинематографии для участия в кинофестивалях или иных некоммерческих обменов. Во всех остальных случаях устанавливается пошлина, ставка которой составляет 10% от таможенной стоимости фильма. Однако,

с развитием цифрового проката и передачи данных через интернет вопросы, связанные с таможенной, становятся все менее актуальными.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КИНЕМАТОГРАФИИ

В России государственной поддержкой кинематографии занимается Министерство культуры РФ. Созданный в 2012 году Департамент кинематографии МК РФ (до 2012 года — Департамент государственной поддержки кинематографии) является регулятором отрасли, выдает прокатные удостоверения и удостоверения национального фильма, а также осуществляет финансовую поддержку производства, проката и популяризации кинематографа.

Задача Министерства культуры РФ в сфере кинематографии — обеспечение роста производства национальных фильмов и увеличение доли их присутствия на киноэкранах. Отбор проектов для предоставления государственной поддержки с 2013 года производится методом питчинга, то есть очной защиты. Участники питчинга в течение короткого промежутка времени рассказывают о фильме, демонстрируют материалы (презентации, кадры, трейлеры) и отвечают на вопросы. Питчинги проходят на условиях полной прозрачности, в них участвуют как независимые производители, так и лидеры отрасли. Кроме того, с целью повышения качества и востребованности документальных фильмов для государственной поддержки их производства существует требование обязательного публичного показа на телеканале, в кинотеатре, интернете или в рамках кинофестиваля.

Поддержка кинопроката Министерством культуры РФ осуществляется по нескольким направлениям. Это в первую очередь субсидии на выпуск и продвижение национальных фильмов, а также пропаганда отечественных фильмов, которая осуществляется путем их участия в кинофестивалях, на Российском Международном кинорынке, а также за счет вручения наград и премий. Кроме того, Министерство культуры занимается популяризацией классики мирового кинематографа среди российских граждан.

С 2010 года Министерство культуры РФ выполняет эти задачи совместно с Фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинема-

тографии (Фондом кино), который выступает в качестве экономического агента. Министерство отвечает за поддержку дебютных, экспериментальных, детских и документальных фильмов. Фонд кино — за коммерческие игровые и анимационные картины, причем преимущественно при условии возврата средств по итогам проката. Задачи Фонда подробно оговорены в Постановлении Правительства РФ от 31.12.2009 № 1215 «О Федеральном фонде социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии». Последняя редакция документа — от 2 апреля 2015 года; правки, внесенные в текст, касались состава попечительского совета. Согласно документу, основными задачами Фонда являются:

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

Миссия Фонда, прежде всего, поддержка отечественной кинематографии, укрепление структуры производства массовых фильмов, повышение их качества, а значит, и конкурентоспособности, популяризация национальных кинофильмов в Российской Федерации и за рубежом.

Фонд не может финансировать проекты на безвозвратной основе, если на них уже были выделены деньги Министерства. Дополнительное финансирование производится только на условиях стопроцентной возвратности и получения средств на прокат.

Кроме того, Фонд кино является оператором Единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС). Система была запущена 1 мая 2010 года, она содержит данные о посещаемости и валовом сборе фильмов на основе информации о проданных билетах в кино. Согласно Федеральному закону от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации», кинопрокатчики обязаны сообщать следующие сведения: название кинотеатра, дату, время, название сеанса, название фильма, номер прокатного удостоверения, номер или название кинозала, номер ряда, номер места, цену билета, скидку на билет. Государственным заказчиком является Министерство культуры РФ, обеспечивающее внедрение и функционирование системы, а полномочиями оператора наделен Фонд кино — 12 мая 2014 года эта организация выиграла открытый конкурс, проведенный Министерством культуры РФ.



РЫНОК РОССИЙСКОГО ПРОКАТА

- 14 25 крупнейших релизов, 2015 г.
- 16 25 крупнейших релизов, 2002–2015 гг.
- 18 25 крупнейших российских релизов, 2015 г.
- 20 25 крупнейших российских релизов, 2002–2015 гг.
- 22 25 крупнейших европейских релизов, 2015 г.
- 24 20 крупнейших азиатских релизов, 2015 г.
- 26 Лучшие сборы за первый уикенд, 2015 г.
- 28 Лучшая динамика сборов в прокате, 2015 г.
- 29 25 крупнейших релизов ограниченного проката, 2015 г.
- 30 Рейтинг дистрибьюторов, 2015 г.
- 32 Объем рынка кинопроката в России
- 34 Возрастные ограничения
- 35 Динамика сборов кинопроката
- 36 Посещаемость кинотеатров
- 36 Страны-производители в российском прокате
- 37 Число релизов и объемы сборов по странам
- 39 Альтернативный контент

25 КРУПНЕЙШИХ РЕЛИЗОВ, 2015 Г.

№	Фильм	Дата релиза	Кол-во дней в прокате	Дистри-бьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Общие сборы, млн руб.
1	Миньоны	09.07.2015	109	UPI	1 209	8 425 349	1 867 117 414	32 744 407	1 867
2	Форсаж 7	09.04.2015	53	UPI	1 184	6 245 677	1 739 742 658	33 296 510	1 740
3	Мстители: Эра Альтрона	23.04.2015	54	WDSSPR	2 421	6 016 495	1 716 274 684	33 325 722	1 716
4	Мир Юрского периода	11.06.2015	109	UPI	1 204	4 992 799	1 350 684 625	24 783 204	1 351
5	Звездные войны: Пробуждение силы	17.12.2015	15	WDSSPR	2 996	3 986 666	1 285 848 329	18 110 540	1 286
6	Терминатор: Генезис	02.07.2015	81	CPP	2 192	4 351 393	1 201 252 079	21 644 182	1 201
7	Марсианин	08.10.2015	60	FOX	2 246	4 319 081	1 196 277 432	19 294 797	1 196
8	Монстры на каникулах 2	22.10.2015	60	WDSSPR	1 636	5 089 925	1 126 692 845	18 099 483	1 127
9	Пятьдесят оттенков серого	12.02.2015	53	UPI	1 105	4 169 554	1 101 617 371	16 818 586	1 102
10	Головоломка	18.06.2015	143	WDSSPR	1 600	5 007 546	1 066 103 266	19 561 528	1 066
11	Седьмой сын	01.01.2015	39	UPI	1 047	3 415 654	1 045 694 850	18 590 131	1 046
12	Исход: Цари и боги	01.01.2015	39	FOX	2 120	3 037 960	988 139 762	17 566 929	988
13	Три богатыря: Ход конем	01.01.2015	361	NKI	2 100	4 205 681	962 963 346	17 119 348	963
14	Дом	19.03.2015	88	FOX	2 157	4 173 500	899 174 319	14 924 055	899
15	007: Спектр	06.11.2015	56	WDSSPR	2 112	2 998 934	863 492 726	13 544 984	863
16	Голодные игры: Сойка-пересмешница. Часть 2	19.11.2015	43	WDSSPR	2 460	2 892 619	757 574 634	11 699 994	758
17	Эверест	24.09.2015	88	UPI	1 136	2 511 725	718 199 154	10 881 805	718
18	Безумный Макс: Дорога ярости	14.05.2015	130	CAO	2 511	2 425 642	682 228 030	13 644 561	682
19	Человек-муравей	16.07.2015	60	WDSSPR	1 700	2 699 601	672 041 827	11 842 147	672
20	Kingsman: Секретная служба	12.02.2015	67	FOX	1 770	2 367 836	647 240 226	9 881 530	647
21	Миссия невыполнима: Племя изгоев	06.08.2015	95	CP	1 862	2 370 910	642 244 812	10 114 092	642
22	Последний охотник на ведьм	29.10.2015	53	CP	1 310	2 518 150	623 850 062	9 672 094	624
23	Золушка	06.03.2015	60	WDSSPR	1 550	2 735 261	611 626 886	10 026 670	612
24	Восхождение Юпитер	05.02.2015	32	CAO	1 900	2 110 748	605 195 385	9 100 682	605
25	Агенты А.Н.К.Л.	13.08.2015	88	CAO	1 804	2 313 267	587 590 766	9 074 761	588
Совокупные сборы 25 крупнейших релизов							24 958 867 488	425 362 742	
Доля от общего объема рынка, %							52,1	52,7	
По данным InterMedia									

Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов:

CAO «Каро Премьер»
CP «Централ Партнершип»
CPP «Централ Партнершип Paramount»
FOX «Двадцатый Век Фокс СНГ»
NKI «Наше кино»
UPI Universal Pictures International Russia
WDSSPR Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing

25 КРУПНЕЙШИХ РЕЛИЗОВ, 2002–2015 ГГ.

№	Фильм	Дата релиза	Количество дней в прокате	Дистрибьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.
1	Аватар	17.12.2009	267	FOX	1 327	14 001 359	3 571 649 141	117 103 251
2	Миньоны	09.07.2015	109	UPI	1 209	8 425 349	1 867 117 414	32 744 407
3	Пираты Карибского моря: На странных берегах	18.05.2011	137	WDSSPR	1 716	7 426 712	1 782 529 107	63 661 754
4	Форсаж 7	09.04.2015	53	UPI	1 184	6 245 677	1 739 742 658	33 296 510
5	Мстители: Эра Альтрона	23.04.2015	53	WDSSPR	2 421	6 016 495	1 716 274 684	33 325 722
6	Хоббит: Битва пяти воинств	11.12.2014	88	CAO	2 390	5 580 755	1 679 797 247	30 130 892
7	Сталинград	10.10.2013	67	WDSSPR	1 449	6 158 502	1 669 275 210	51 760 472
8	Ледниковый период 4: Континентальный дрейф	12.07.2012	116	FOX	2 090	7 668 873	1 640 061 446	50 087 212
9	Мадагаскар 3	07.06.2012	130	CP	1 830	7 442 578	1 604 007 109	49 354 065
10	Шрэк навсегда	20.05.2010	123	CP	1 250	7 828 247	1 579 405 167	51 362 770
11	Трансформеры: Эпоха истребления	26.06.2014	116	CP	2 171	5 642 690	1 538 779 004	45 593 452
12	Кот в сапогах	27.10.2011	144	CP	1 299	6 868 194	1 530 211 445	50 585 502
13	Хоббит: Пустошь Смауга	18.12.2013	74	CP	2 125	4 895 554	1 482 521 685	44 924 900
14	Ледниковый период 3: Эра динозавров	01.07.2009	74	FOX	1 098	8 408 998	1 392 884 399	44 572 301
15	Железный человек 3	02.05.2013	67	WDSSPR	1 208	5 227 632	1 381 889 446	44 220 462
16	Сумерки. Сага. Рассвет: Часть 2	15.11.2012	53	WST	1 366	6 175 721	1 359 419 554	42 816 364
17	Стражи Галактики	31.07.2014	102	WDSSPR	1 530	5 307 557	1 356 891 429	37 955 005
18	Мир Юрского периода	11.06.2015	109	UPI	1 204	4 992 799	1 350 684 625	24 783 204
19	Хоббит: Неожиданное путешествие	19.12.2012	81	CAO	2 128	4 609 843	1 348 378 951	43 849 722
20	Малефисента	29.05.2014	116	WDSSPR	1 474	5 313 388	1 305 960 914	37 581 609
21	Звездные войны: Пробуждение силы	17.12.2015	11	WDSSPR	2 996	3 986 666	1 285 848 329	18 110 540
22	Трансформеры 3: Темная сторона Луны	29.06.2011	85	CP	1 385	3 247 360	1 265 322 614	45 182 797
23	Алиса в Стране Чудес	04.03.2010	109	WDSSPR	625	5 239 264	1 252 966 522	42 116 522
24	Ёлки 3	26.12.2013	60	BZL/FOX	2 000	5 296 673	1 245 402 126	38 027 546
25	Терминатор: Генезис	02.07.2015	81	CP	2 192	4 351 393	1 201 252 079	21 644 192

По данным InterMedia

Расшифровка названий
компаний-дистрибьюторов:

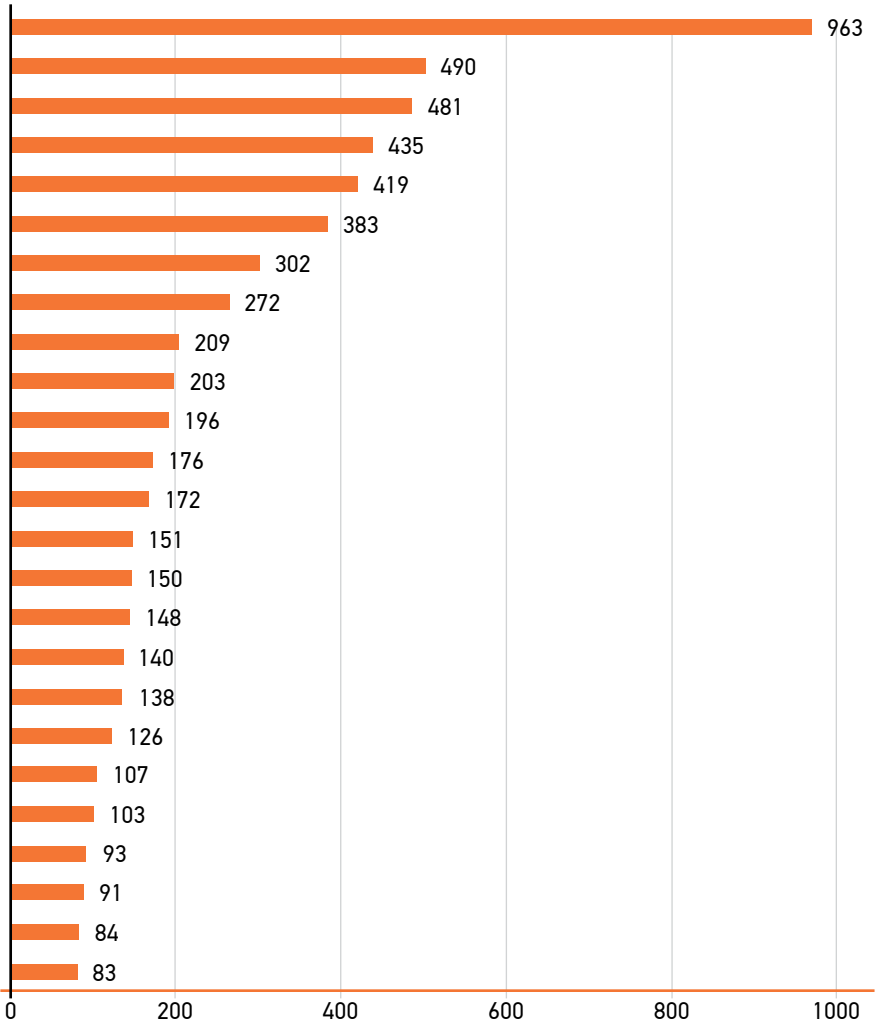
BZL/FOX	Bazelevs Distribution / «Двадцатый Век Фокс СНГ»
CAO	«Каро Премьер»
CP	«Централ Партнершип»
FOX	«Двадцатый Век Фокс СНГ»
UPI	Universal Pictures International Russia
WDSSPR	Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing
WST	West

25 КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ РЕЛИЗОВ, 2015 Г.

№	Фильм	Дата релиза	Кол-во дней в прокате	Дистри- бьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.
1	Три богатыря: Ход конем	01.01.2015	365	NKI	2 100	4 205 681	962 963 346	17 119 348
2	Духless 2	05.03.2015	53	UPI	1 041	1 815 360	490 147 278	8 035 201
3	Батальонъ	20.02.2015	52	WDSSPR	1 550	2 070 201	481 039 490	7 758 701
4	Битва за Севастополь	02.04.2015	60	FOX	1 825	1 950 165	435 468 256	7 606 432
5	8 новых свиданий	01.01.2015	60	CP	964	1 634 354	419 432 475	7 456 577
6	Призрак	26.03.2015	277	NKI	1 400	1 709 502	383 330 128	6 695 723
7	Снежная королева 2: Перезаморозка	01.01.2015	130	BZL/FOX	1 566	1 289 791	301 811 060	5 365 530
8	А зори здесь тихие...	30.04.2015	242	NKI	2 437	1 179 072	272 115 668	5 309 574
9	Воин	01.10.2015	46	CP	1 720	917 254	208 606 066	3 172 716
10	Без границ	22.10.2015	46	WDSSPR	1 074	821 658	203 232 645	3 264 781
11	Савва. Сердце воина	12.11.2015	50	NKI	1 604	908 089	195 553 572	2 974 199
12	Что творят мужчины! 2	01.01.2015	32	CRP	850	653 815	176 209 677	3 132 616
13	Одной левой	07.05.2015	39	CRP	1 183	732 317	172 109 212	3 408 103
14	Женщины против мужчин	02.04.2015	33	CRP	885	657 712	151 490 993	2 646 131
15	Самый лучший день	24.12.2015	8	BZL/FOX	1 526	573 309	150 496 041	2 142 292
16	Ограбление по-американски	22.01.2015	25	CRP	1 080	596 609	148 269 311	2 298 749
17	Пиковая дама: Черный обряд	10.09.2015	39	VLG	830	635 598	139 816 725	2 056 128
18	Ёлки лохматые	29.01.2015	74	BZL/FOX	1 801	652 394	138 307 524	2 018 905
19	Он — дракон	03.12.2015	29	BZL	1 331	503 981	125 995 325	1 866 597
20	SOS, Дед Мороз, или Все сбудется!	10.12.2015	20	CRP	910	464 056	107 108 900	1 546 699
21	Убрать из друзей	09.07.2015	53	BZL/FOX	511	462 882	102 759 831	1 802 804
22	Левиафан	05.02.2015	67	FOX/AC	638	349 201	92 515 304	1 391 208
23	Необыкновенное путешествие Серафимы	27.08.2015	88	CP	895	491 665	90 619 964	1 342 518
24	Приличные люди	30.04.2015	32	FOX	1 038	347 399	84 388 741	1 646 610
25	Бармен	18.06.2015	46	CP	834	367 420	82 941 445	1 543 097
Совокупные сборы 25 крупнейших российских релизов							6 116 728 977	103 601 239
Доля от общего объема рынка, %							12,77	12,85

По данным InterMedia

Общие сборы, млн руб.



Расшифровка названий
компаний-дистрибьюторов:

BZL Bazelevs Distribution
BZL/FOX Bazelevs Distribution / «Двадцатый Век
Фокс СНГ»
CP «Централ Партнершип»
CRP «Каропрокат»
FOX/AC «Двадцатый Век Фокс СНГ» / A Company
FOX «Двадцатый Век Фокс СНГ»
NKI «Наше кино»
UPI Universal Pictures International Russia
WDSSPR Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing
VLG «Вольга»

25 КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ РЕЛИЗОВ, 2002–2015 ГГ.

№	Фильм	Дата релиза	Количество дней в прокате	Дистрибьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.
1	Сталинград	10.10.2013	67	WDSSPR	1 449	6 158 502	1 669 275 210	51 760 472
2	Ёлки 3	26.12.2013	60	BZL/FOX	2 000	5 296 673	1 245 402 126	38 027 546
3	Ирония судьбы. Продолжение	21.12.2007	53	FOX/GEM	903	н/д	1 230 612 892	49 721 733
4	Вий	30.01.2014	39	UPI	1 025	4 437 320	1 198 909 696	4 437 320
5	Три богатыря: Ход конем	01.01.2015	361	NKI	2 100	4 205 681	962 963 346	17 119 348
6	Три богатыря на дальних берегах	27.12.2012	74	NKI	1 600	4 093 411	949 671 359	31 136 766
7	Легенда № 17	18.04.2013	200	CP	1 400	4 199 510	922 932 310	29 299 438
8	Дневной дозор	01.01.2006	46	FOX/GEM	515	н/д	904 219 700	31 727 007
9	Адмиралъ	09.10.2008	64	FOX	1 107	н/д	876 149 251	33 698 048
10	Высоцкий. Спасибо, что живой	01.12.2011	74	WDSSPR	1 400	4 261 555	867 307 013	27 977 646
11	Ёлки 2	15.12.2011	53	BZL	1 467	4 140 819	836 639 379	26 350 847
12	Горько!	24.10.2013	46	BZL	1 550	3 699 511	809 554 552	25 497 781
13	Иван Царевич и Серый Волк	29.12.2011	67	NKI	1 300	3 788 464	787 764 614	24 617 644
14	Ёлки 1914	25.12.2014	95	BZL/FOX	2 210	2 681 426	703 910 827	13 344 281
15	Ёлки	16.12.2010	53	BZL	975	3 743 802	700 941 983	22 794 861
16	Самый лучший фильм	24.01.2008	25	CRP	702	н/д	672 081 134	27 431 883
17	9 Рота	29.09.2005	46	FOX/GEM	361	н/д	668 970 440	23 472 627
18	Наша Russia: Яйца судьбы	21.01.2010	67	CP	1 053	3 943 765	660 840 562	22 213 128
19	Обитаемый остров: Фильм первый	01.01.2009	39	CRP	916	н/д	644 127 923	21 834 845
20	Иван Царевич и Серый Волк 2	26.12.2013	130	NKI	1 820	2 788 164	630 289 138	19 245 470
21	Черная молния	31.12.2009	60	UPI	1 082	3 351 389	595 321 464	19 680 048
22	Тарас Бульба	02.04.2009	102	CP	648	3 782 718	575 127 106	17 040 803
23	О чем еще говорят мужчины	29.12.2011	60	CP	950	2 399 321	565 050 153	17 657 817
24	Волкодав из рода Серых Псов	28.12.2006	46	CP	601	н/д	522 968 171	19 922 597
25	Самый лучший день	24.12.2015	8	BZL/FOX	1 526	573 309	150 496 041	2 142 292

По данным InterMedia

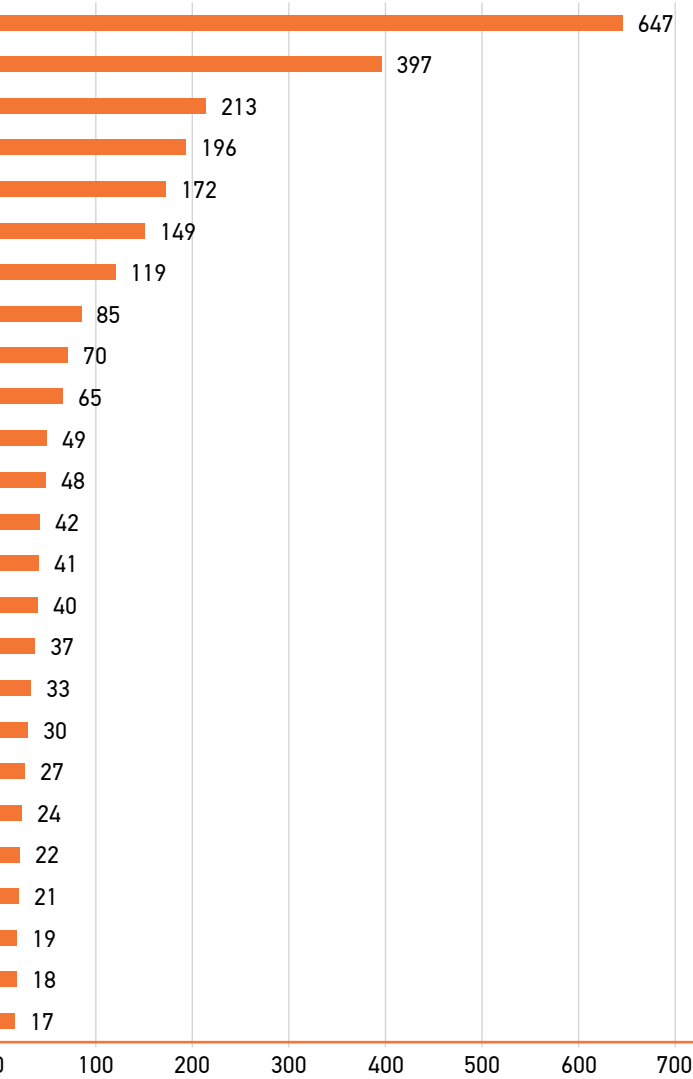
Расшифровка названий
компаний-дистрибьюторов:

BZL	Bazelevs Distribution
BZL/FOX	Bazelevs Distribution / «Двадцатый Век Фокс СНГ»
CP	«Централ Партнершип»
CRP	«Каропрокат»
FOX/GEM	«Двадцатый Век Фокс СНГ» / «Гемини»
FOX	«Двадцатый Век Фокс СНГ»
NKI	«Наше кино»
UPI	Universal Pictures International Russia
WDSSPR	Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing
VLG	«Вольга»

25 КРУПНЕЙШИХ ЕВРОПЕЙСКИХ РЕЛИЗОВ, 2015 Г.

№	Фильм	Дистри- бьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Страна- производитель	Копродукция
1	Kingsman: Секретная служба	FOX	1 770	2 367 836	647 240 226	9 881 530	Великобритания	
2	Приключения Паддингтона	VLG	1 031	1 780 956	397 138 541	6 157 187	Великобритания	Франция
3	Заложница 3	FOX	1 438	765 102	213 250 654	3 268 209	Франция	
4	Перевозчик: Наследие	CP	1 502	765 523	195 991 728	2 882 231	Франция	Бельгия, Китай
5	Хранитель Луны	VLG	1 492	988 552	172 008 086	3 292 021	Франция	
6	Легенда	PRD	950	574 536	149 379 430	2 271 930	Великобритания	Франция, США
7	Женщина в черном 2: Ангел смерти	NKI	1 000	522 601	118 724 753	1 819 536	Великобритания	Канада, США
8	Упс... Ной уплыл!	UPI	642	454 043	84 500 812	1 256 518	Германия	Бельгия, Люксембург, Ирландия, США
9	Этот неловкий момент	TFD	318	243 024	69 991 010	1 227 912	Франция	Бельгия
10	Барашек Шон	VLG	928	330 814	64 839 473	1 132 567	Великобритания	Франция
11	Супергнянь 2	CP	500	199 473	48 788 052	722 786	Франция	
12	Маленький принц	VLG	1 339	199 241	48 074 574	684 336	Франция	
13	Вселенная Стивена Хокинга	UPI	111	143 975	41 968 458	682 414	Великобритания	
14	Все могу	EXP	550	181 008	41 088 777	634 576	Великобритания	США
15	Лофт	PRD	542	155 077	39 699 676	596 988	Бельгия	США
16	Макбет	NKI	600	131 367	36 976 591	560 251	Великобритания	Франция, США
17	Молодость	AOF	150	88 034	32 572 602	523 255	Италия	Франция, Великобритания, Швейцария
18	Страшные сказки	CPRG	348	108 138	29 629 715	435 606	Италия	Франция, Великобритания
19	Отель Мэриголд: Заселение продолжается	FOX	576	98 093	26 575 090	432 115	Великобритания	США
20	Новейший завет	PF	89	82 751	24 163 166	367 501	Бельгия	Франция, Люксембург
21	Кто я	25FFC	501	96 269	22 145 003	342 008	Германия	
22	Дикие истории	CPRG	210	63 884	21 337 208	327 007	Испания	Аргентина
23	Гамлет	COOL	41	16 332	18 625 299	300 408	Великобритания	
24	Черное море	TFD	190	59 833	17 950 017	262 044	Великобритания	США, Россия
25	Большая игра	LUX	411	73 949	16 868 443	335 690	Финляндия	Великобритания, Германия
Совокупные сборы 25 крупнейших европейских релизов					2 579 527 384	40 396 626		
Доля от общего объема рынка, %					5,38	5,01		

Общие сборы, млн руб.



По данным InterMedia

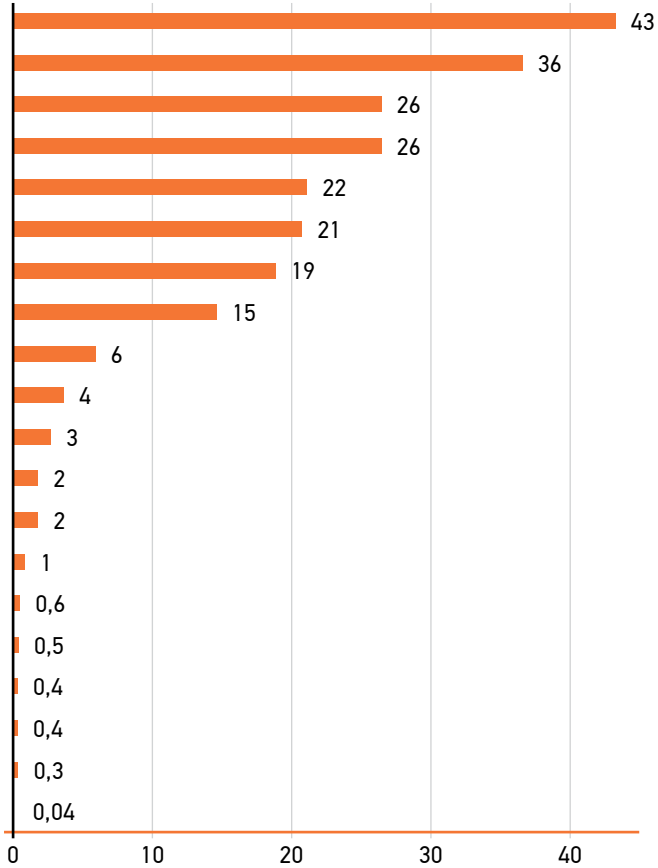
Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов:

FOX «Двадцатый Век Фокс СНГ»	EXP «Экспонента фильм»
VLG «Вольга»	AOF A-One Films
CP «Централ Партнершип»	CPRG Cinema Prestige
PRD «Парадиз»	PF Premium Film
NKI «Наше кино»	25FFC 25th Floor Film Company
UPI Universal Pictures International Russia	COOL CoolConnections
TFD Top Film Distribution	LUX «Люксор»

20 КРУПНЕЙШИХ АЗИАТСКИХ РЕЛИЗОВ, 2015 Г.

№	Фильм	Дистри- бьютор	Число экранов	Число зрителей	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Страна- производитель	Копродукция
1	Кунг-Фу Кролик: Повелитель огня	VLG	827	214 871	42 629 703	648 361	Китай	
2	Проклятие: Начало конца	CP/ALM	470	154 228	36 109 823	587 152	Япония	
3	Гнездо дракона	PRD	707	124 485	26 266 300	502 704	Китай	
4	Наруто: Последний фильм	CP/ALM	420	145 286	25 843 193	467 750	Япония	
5	Спасатели	LUX	1 096	138 712	22 471 365	353 880	Китай	
6	Атака титанов. Фильм первый: Жестокий мир	ALM	42	81 256	20 671 794	306 249	Япония	
7	Переполах в джунглях	RR	700	95 065	18 537 756	281 943	Южная Корея	Мексика
8	Пингвиненок Пороро: Большие гонки	RR	500	78 759	14 570 433	291 409	Китай	Южная Корея
9	Переправа	AKM	413	19 467	5 840 071	101 566	Китай	Гонконг
10	Охота на монстра	CP	427	15 674	3 779 441	54 577	Китай	Гонконг
11	Атака титанов. Фильм второй: Конец света	ALM	144	12 411	2 845 243	43 274	Япония	
12	Медведи-соседи: Зимние каникулы	RR	200	11 670	2 193 988	33 624	Китай	
13	Волшебная страна	KNLG	75	9 981	1 673 500	26 992	Китай	Гонконг
14	Переправа. Часть 2	AKM	103	3 865	1 232 901	19 806	Китай	
15	Страшная воля богов	RUR	21	3 058	581 000	11 282	Япония	
16	Такси	ART	22	2 281	524 690	7 980	Иран	
17	Прерванный полет	GK	20	1 420	423 274	7 661	Армения	
18	Супер мама	GK	28	1 177	356 530	5 423	Армения	
19	Рюдзо и семеро бойцов	ART	11	1 322	326 442	5 042	Япония	
20	Выхода нет	ARN	1	228	43 900	767	Армения	
Совокупные сборы 20 крупнейших азиатских релизов					226 921 347	3 757 442		
Доля от общего объема рынка, %					0,47	0,46		

Общие сборы, млн руб.



Расшифровка названий
компаний-дистрибьюторов:

VLG «Вольга»
CP/ALM «Централ Партнершип» / All Media
PRD «Парадиз»
LUX «Люксор»
ALM All Media
RR «Ракета Релизинг»
AKM АКМ
CP «Централ Партнершип»
KNLG «Кинологистика»
RUR «Русский Репортаж»
ART «Артхаус»
GK «Грани кино»
ARN «Арена»

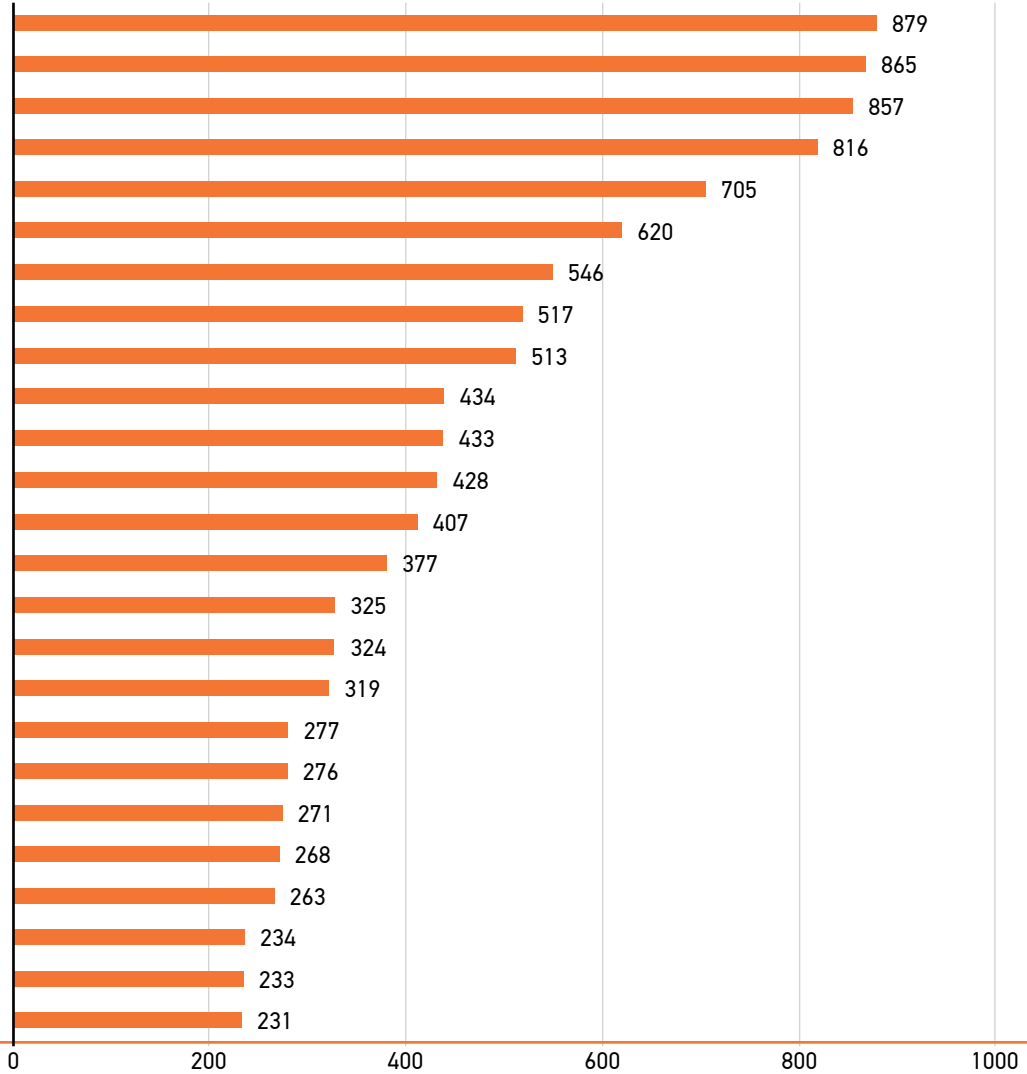
По данным InterMedia

ЛУЧШИЕ СБОРЫ ЗА ПЕРВЫЙ УИКЕНД, 2015 Г.

№	Фильм	Сборы за первый уикенд, руб.	Сборы за первый уикенд, долл.	Доля от сборов за год, %	Число экранов	Средний сбор с экрана, руб.	Число зрителей
1	Звездные войны: Пробуждение силы	879 496 567	12 387 276	68,3	2 996	293 557	2 674 812
2	Миньоны	865 162 165	15 178 284	46,3	1 209	715 601	3 547 778
3	Форсаж 7	857 010 108	16 402 107	49,3	1 184	723 826	2 902 652
4	Мстители: Эра Альтрона	815 859 036	15 841 923	47,5	2 421	336 993	2 801 851
5	Пятьдесят оттенков серого	705 218 892	10 766 701	64,0	1 105	638 207	2 573 907
6	Терминатор: Генезис	619 814 298	11 167 825	51,6	2 192	282 762	2 133 354
7	Мир Юрского периода	545 983 207	10 018 040	40,4	1 204	453 474	1 843 372
8	Седьмой сын	516 569 437	9 183 457	49,4	1 047	493 381	1 626 221
9	Марсианин	512 767 423	8 270 442	42,9	2 246	228 303	1 724 394
10	Исход: Цари и боги	433 946 917	7 714 612	43,9	2 120	204 692	1 266 819
11	Голодные игры: Сойка-пересмешница. Часть 2	433 025 268	6 687 649	57,2	2 460	176 027	1 544 847
12	Три богатыря: Ход конем	427 525 865	7 600 460	44,4	2 100	203 584	1 691 871
13	007: Спектр	407 385 601	6 390 362	47,2	2 112	192 891	1 315 096
14	Монстры на каникулах 2	376 621 233	6 050 140	33,4	1 636	230 209	1 510 140
15	Восхождение Юпитер	324 576 134	4 880 844	53,6	1 900	170 830	1 061 766
16	Ночь в музее: Секрет гробницы	323 699 293	5 754 654	58,6	1 690	191 538	1 213 567
17	Дом	318 630 293	5 288 470	35,4	2 157	147 719	1 359 137
18	Безумный Макс: Дорога ярости	276 554 999	5 531 100	40,5	2 511	110 137	891 152
19	Бегущий в лабиринте: Испытание огнем	276 298 640	4 202 261	49,9	2 328	118 685	1 047 873
20	Последний охотник на ведьм	271 106 294	4 203 198	43,5	1 310	206 951	1 030 786
21	Человек-муравей	268 131 875	4 724 791	39,9	1 700	157 725	965 314
22	Разлом Сан-Андреас	263 386 929	5 040 898	47,4	2 256	116 750	901 441
23	Миссия невыполнима: Племя изгоев	233 724 403	3 680 699	36,4	1 862	125 523	1 149 013
24	Фокус	232 637 296	3 782 720	42,4	1 265	183 903	827 273
25	Дивергент. Глава 2: Инсургент	230 943 081	3 833 080	47,4	1 570	147 098	799 935

По данным InterMedia

Общие сборы, млн руб.



ЛУЧШАЯ ДИНАМИКА СБОРОВ В ПРОКАТЕ, 2015 Г.

№	Фильм	Сборы в первый уикенд, руб.	Сборы во второй уикенд, руб.	Прирост / Падение, %
1	Эффект Лазаря	5 302 629	8 481 172	60
2	Большие глаза	11 298 407	17 530 900	55
3	Джон Уик	44 577 716	47 925 764	7
4	Новейший завет	6 090 536	6 153 673	1
5	Стажер	89 512 363	73 132 625	−18
6	Крепость: щитом и мечом	25 300 063	20 182 370	−20
7	Необыкновенное путешествие Серафимы	28 991 374	22 576 481	−22
8	Бердмэн	34 789 457	26 204 703	−25
9	Шпионский мост	54 634 155	40 911 440	−25
10	Kingman: Секретная служба	219 498 027	163 347 690	−26
11	Батальонъ	154 659 774	111 964 128	−28
12	Дом	318 630 293	224 929 446	−29
13	В сердце моря	132 544 362	91 630 143	−31
14	SOS, Дед Мороз, или все сбудется	51 316 907	34 588 090	−33
15	Этот неловкий момент	22 186 208	14 568 333	−34
16	Гнездо дракона	12 769 475	8 915 134	−34
17	Приключения Пикси	1 933 141	1 260 516	−35
18	Савва. Сердце воина	94 187 979	61 158 534	−35
19	Модная штука	1 820 557	1 181 535	−35
20	Спасатели	8 081 938	5 240 851	−35
21	Дикие истории	5 164 740	3 320 000	−36
22	Губка Боб в 3D	225 017 693	135 777 826	−36
23	Кунг-фу Кролик: Повелитель огня	20 065 445	12 871 587	−36
24	Супегнянь 2	20 385 431	12 615 307	−38
25	Робот по имени Чаппи	166 186 552	103 288 289	−38
26	Упс... Ной уплыл	26 979 715	16 744 863	−38
27	Монстры на каникулах 2	376 621 233	232 380 431	−40
28	Звериный отряд	740 278	430 028	−40
29	Приключения Паддингтона	167 458 618	105 365 511	−41
30	Другая Бовари	1 402 118	817 039	−41

По данным InterMedia

25 КРУПНЕЙШИХ РЕЛИЗОВ ОГРАНИЧЕННОГО ПРОКАТА, 2015 Г.

№	Фильм	Дистри- бьютор	Возрастной рейтинг	Число зрителей	Число экранов в первый уикенд	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.
1	Гамлет	COOL	16+	16 332	41	18 625 299	300 408
2	По небу босиком	SK	16+	44 066	50	10 620 000	149 577
3	Citizenfour. Правда Сноудена	MULT	16+	32 516	52	10 014 531	175 694
4	Эми	ЦДК	18+	24 871	54	7 958 857	117 042
5	Токийская невеста	PRO	16+	19 873	55	4 885 556	86 089
6	Дороги	CDK	16+	23 287	10	4 792 710	71 003
7	Последние пять лет	RR	16+	248	6	4 779 500	69 586
8	Джеки в царстве женщин	PRO	18+	17 547	59	4 755 341	95 107
9	Соль Земли	PF	12+	16 527	17	4 445 757	78 339
10	Голубь сидел на ветке, размышляя о бытии	ART	12+	15 977	35	4 281 742	77 149
11	Oscar Shorts 2015: Фильмы	UTP	16+	12 752	12	3 736 425	65 265
12	Sexy Shorts	UTP	18+	14 910	24	3 650 568	61 097
13	Унижение	AOF	18+	8 551	9	3 420 350	55 167
14	Кобейн: Чертов монтаж	COOL	16+	8 644	1	3 028 206	58 573
15	Black Comedy Shorts	UTP	18+	7998	27	3 002 659	23 847
16	Дневник горничной	RUR	16+	10 503	31	2 554 613	46 874
17	Дети 90-х	CHP	18+	11 691	19	2 513 499	38 228
18	Песнь моря	PF	6+	11 352	22	2 293 037	33 971
19	Дама в очках и с ружьем в автомобиле	RUR	16+	9 863	60	2 278 230	36 598
20	Наваждение	MULT	16+	7 932	60	2 233 142	33 835
21	Сохрани мою речь навсегда	PRO	12+	9 470	30	2 168 585	34 837
22	Дом в конце времен	ARN	16+	7 493	52	2 150 353	43 223
23	Царство красоты	RUR	18+	9 519	45	1 989 400	32 613
24	Короткие истории о любви 2	UTP	18+	6 462	1	1 910 129	30 809
25	Ма ма	AOF	18+	6 426	36	1 844 281	27 323

По данным InterMedia

Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов:

COOL	CoolConnections	ART	«Артхаус»
SK	«Самокат»	UTP	Utopia
MULT	«Мульт в кино»	AOF	A-One Films
CDK	ЦДК	RUR	«Русский Репортанж»
RR	«Ракета Релизинг»	CHP	Chaka Production
PRO	«ПРОвзгляд»	ARN	«Арена»
PF	Premium Film		

РЕЙТИНГ ДИСТРИБЬЮТОРОВ, 2015 Г.

№	Дистрибьютор	Общие сборы, долл.	Общие сборы, руб.	Доля рынка, %	Всего фильмов	Число зрителей
1	Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing	11 435 839 540	192 149 658	24	21	45 321 341
2	Universal Pictures International Russia	9 480 117 357	164 541 471	20	18	36 387 530
3	Двадцатый Век Фокс СНГ	7 815 713 817	128 797 334	16	29	30 584 804
4	Каро Премьер / Каропрокат	6 095 795 375	102 343 743	13	29	23 540 622
5	Централ Партнершип	5 855 587 450	96 387 808	12	37	23 183 253
6	Наше кино	2 159 679 852	37 543 680	4	14	9 657 461
7	Вольга	1 414 361 901	23 539 533	3	18	6 497 000
8	Bazelevs	1 311 847 364	22 223 696	3	6	5 536 276
9	Парадиз	645 770 533	10 144 770	1	27	2 607 750
10	Top Film Distribution	564 366 149	8 978 138	1	23	2 042 154
11	Вест	403 626 445	6 943 056	1	8	1 450 072
12	Люксор	186 639 843	3 072 512	0,4	17	858 098
13	Экспонента	152 895 519	2 487 982	0,3	11	667 426
14	Синема Престиж	91 885 432	1 468 110	0,2	20	340 167
15	Мульт в кино	77 281 464	1 282 575	0,2	24	601 594
16	Ракета Релизинг	42 251 260	716 021	0,1	10	217 003
17	A-One Films	41 756 993	670 911	0,1	7	117 310
18	Premium Film	41 303 095	677 791	0,1	4	146 909
19	25th Floor Film	37 279 058	560 121	0,1	5	153 633
20	Арена	32 730 781	534 807	0,1	7	114 877
21	CoolConnections	32 558 802	530 702	0,1	23	121 087
22	All Media	30 339 600	453 288	0,1	3	24 651
23	Utopia	22 595 397	386 233	0,05	16	86 136
24	Невафильм Emotion	19 963 041	319 959	0,04	28	71 584
25	Русский репортаж	15 118 847	254 436	0,03	10	84 368
26	ПРОвзгляд	13 405 828	244 093	0,03	4	55 071
27	Кинологистика	11 916 599	193 532	0,02	9	63 259
28	Storm Cinema	11 500 000	161 972	0,02	1	47 718
29	ЦДК	9 328 984	142 646	0,02	3	30 105
30	Кино без границ / Артхаус	9 249 526	160 870	0,02	11	35 933

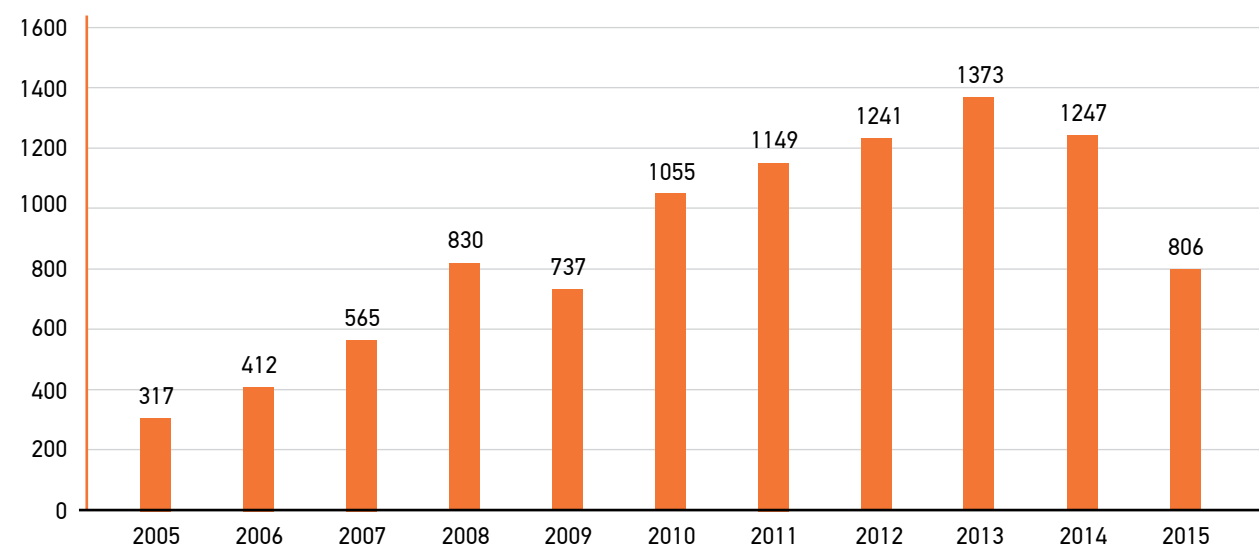
№	Дистрибьютор	Общие сборы, долл.	Общие сборы, руб.	Доля рынка, %	Всего фильмов	Число зрителей
31	АКМ	7 559 938	130 235	0,02	4	25 040
32	Мечта	4 792 710	71 003	0,01	1	23 287
33	Киностудия им. Горького	4 204 153	63 699	0,01	1	17 966
34	Chaka Production	2 513 499	38 228	0,01	1	11 691
35	КиноДетство	2 036 904	34 773	<0,01	5	14 765
36	Beat Films	2 031 351	35 521	<0,01	3	6 835
37	Ленфильм	1 894 536	29 762	<0,01	2	6 684
38	Кинография	1 341 033	21 910	<0,01	2	7 839
39	Премьер-Кинопрокат	1 276 916	20 867	<0,01	2	4 796
40	Грани кино	870 820	14 664	<0,01	3	3 051
41	Кинокомпания «Пионер»	820 808	14 789	<0,01	1	4 104
42	Самокат	772 007	12 058	<0,01	3	3 770
43	Reflexion Films	667 957	9 896	<0,01	1	3 650
44	UMS Film	432 111	7 327	<0,01	4	2 571
45	DreamTeam	359 173	5 401	<0,01	1	1 349
46	Любители	283 023	4 388	<0,01	1	1 170
47	Мастер Синема	178 600	2 990	<0,01	2	756
48	Ливандия Энтертейнмент	127 220	1 996	<0,01	1	964
49	P&I Films	117 249	2 430	<0,01	0	541
50	Пятое июня	86 153	1 315	<0,01	1	345
51	АТК-Студио	54 850	916	<0,01	2	201
52	Видеоимпульс	36 270	571	<0,01	1	134

InterMedia по данным портала «Кинобизнес сегодня»

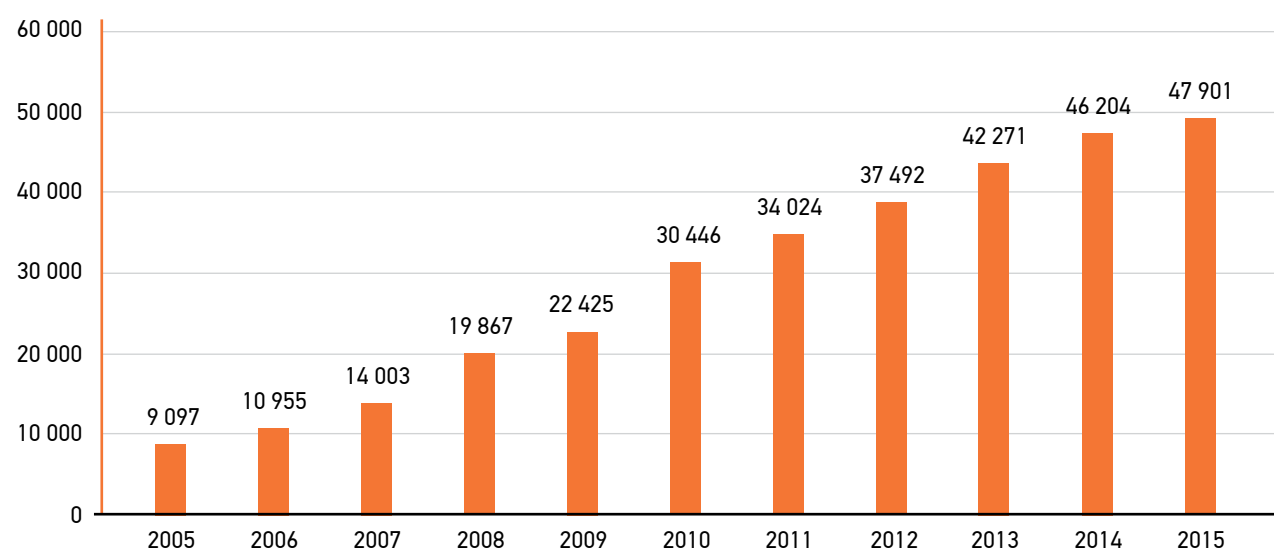
ОБЪЕМ РЫНКА КИНОПРОКАТА В РОССИИ

За 2015 год в кинопрокате России появилось 500 новых релизов, включая полнометражные фильмы, сборники короткометражных лент, киноальманахи, а также документальные и музыкальные картины, киноспектакли. Еще 37 фильмов, вышедших в 2014 году, продолжили собирать кассу в 2015-м. Кроме того, в ограниченный прокат в маркетинговых целях были выпущены картины, уже известные российскому зрителю, — «Терминатор» 1984 года Джеймса Кэмерона (30 экранов) и мультфильм «Монстры на каникулах» 2012 года (15 экранов). Из числа новых релизов 156 шли в ограниченном прокате, то есть менее чем в 30 залах.

Динамика сборов кинопроката в России 2005–2015 гг., млн долл.



Динамика сборов кинопроката в России, 2005–2015 гг., млн руб.



По данным портала «Кинобизнес сегодня»

Кассовые сборы за 2015 год составили, по экспертной оценке InterMedia, 47 901 млн руб. или 806 158 тыс. долл. Расчеты и конвертация проводились еженедельно с учетом актуальных курсов. Основным источником послужили открытые данные. По фильмам, не публиковавшим нужные цифры, эти сведения запрашивались у дистрибьюторов или же оценивались экспертами InterMedia. В отечественной валюте сборы выросли на 3,67% (результат 2014 года — 46 204 млн руб.), однако в долларах заметно просели из-за резкого изменения курса — на 35,36%.

Стоит отметить, что впервые в десятку лидеров не вошел ни один российский фильм. Также ни один российский фильм не сумел дотянуть до отметки в 1 млрд руб. За последние 14 лет Россия заметно сдала позиции: ни одна картина 2015 года не попала в рейтинг 25 крупнейших фильмов, вышедших с 2002 года.

Самым кассовым периодом традиционно оказался январь — благодаря новогодним праздникам. В прокат вышли хорошо себя показавшие фильмы «Седьмой сын» (1 045 млн руб.), «Исход: Цари и боги» (988 139 тыс. руб.), а также мультфильм «Три богатыря: Ход конем», ставший впоследствии самой кассовой отечественной картиной (962 963 тыс. руб.). После окончания праздников касса стала незначительно падать из-за нехватки крупных фильмов,

таких как, например, «Форсаж 7» (1 739 млн руб.) и «Мстители: Эра Альтрона» (1 716 млн руб.), которые вышли позже. Сиквел «Мстителей» сумел дольше конкурентов продержаться в лидерах — он занимал первые места на протяжении трех уикендов. Больше всего касса просела в начале майских праздников и дачного сезона.

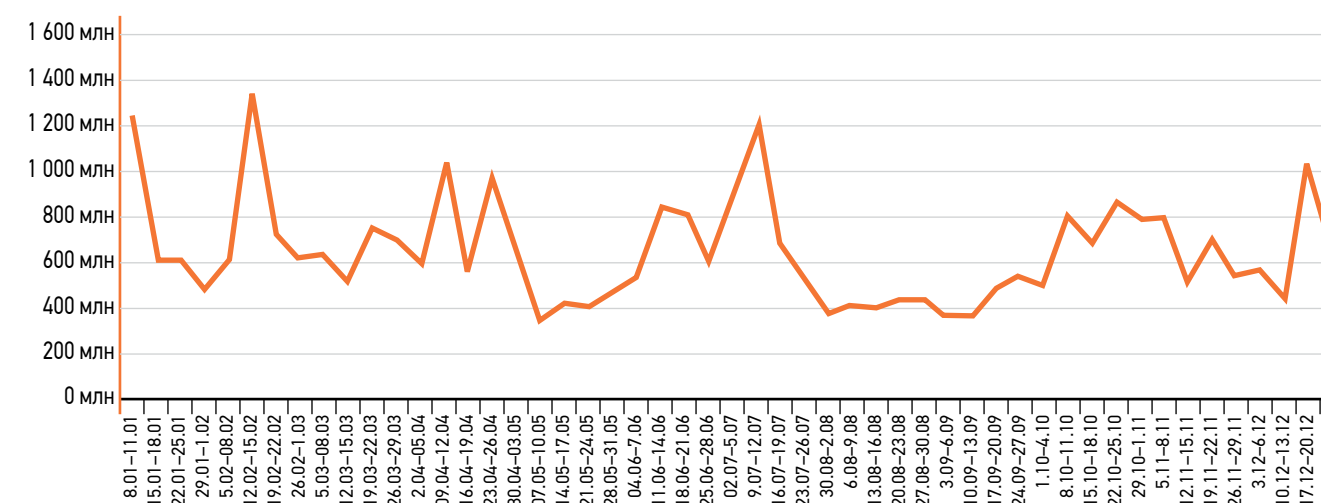
Июнь и июль — традиционный период летних блокбастеров. В эти месяцы сборы были высокими бла-

годаря картинам «Мир Юрского периода» (1 350 млн руб.), «Головоломка» (1 066 млн руб.), «Миньоны» (самый кассовый фильм года — 1 867 млн руб.), «Терминатор: Генезис» (1 201 млн руб.) и «Человек-муравей» (672 млн руб.). Из перечисленных картин четыре попали в топ-10 по сборам за год.

Самые низкие сборы выпали на конец лета и начало осени. В период с августа по

сентябрь в прокате практически не было громких картин. «Миссия невыполнима: Племя изгоев» (642 240 тыс. руб.) и «Агенты А.Н.К.Л.» (587 590 тыс. руб.) показали себя неплохо, в то же время некоторые амбициозные проекты не оправдали ожиданий зрителей. Среди них — практически провалившиеся в прокате блокбастеры «Фантастическая четверка», «Бегущий в лабиринте: Испытание огнем», «Перевозчик: Наследие».

Сборы по уикендам, 2015 г., руб.



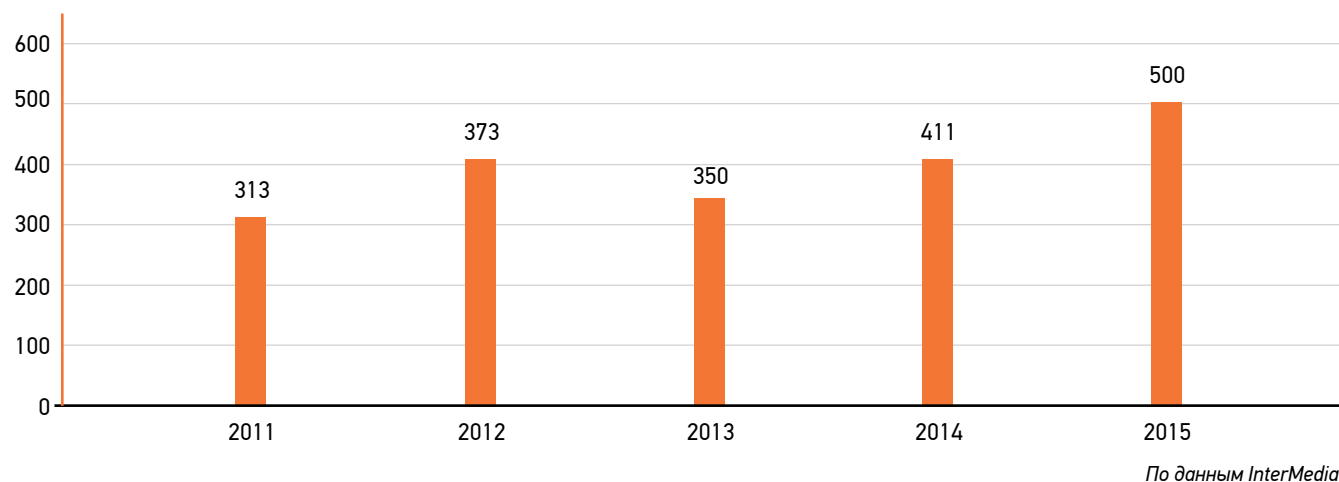
По данным портала «Кинобизнес сегодня»

К концу года сборы также стали падать. Несмотря на праздники и множество новинок, кризисные явления в экономике вынудили потенциальных зрителей меньше тратить на развлечения. Впрочем, это не помешало главному кинособытию декабря — фильму «Звездные войны: Пробуждение силы» — стать самой кассовой картиной месяца и добраться до пятого места в топ-100 фильмов 2015 года.

В России каждый год растет число кинотеатров и кинозалов, а вместе с ними — число новых релизов. Стимулировал этот рост также переход прокатчиков от пленки к цифровому показу, завершившийся в 2015 году.

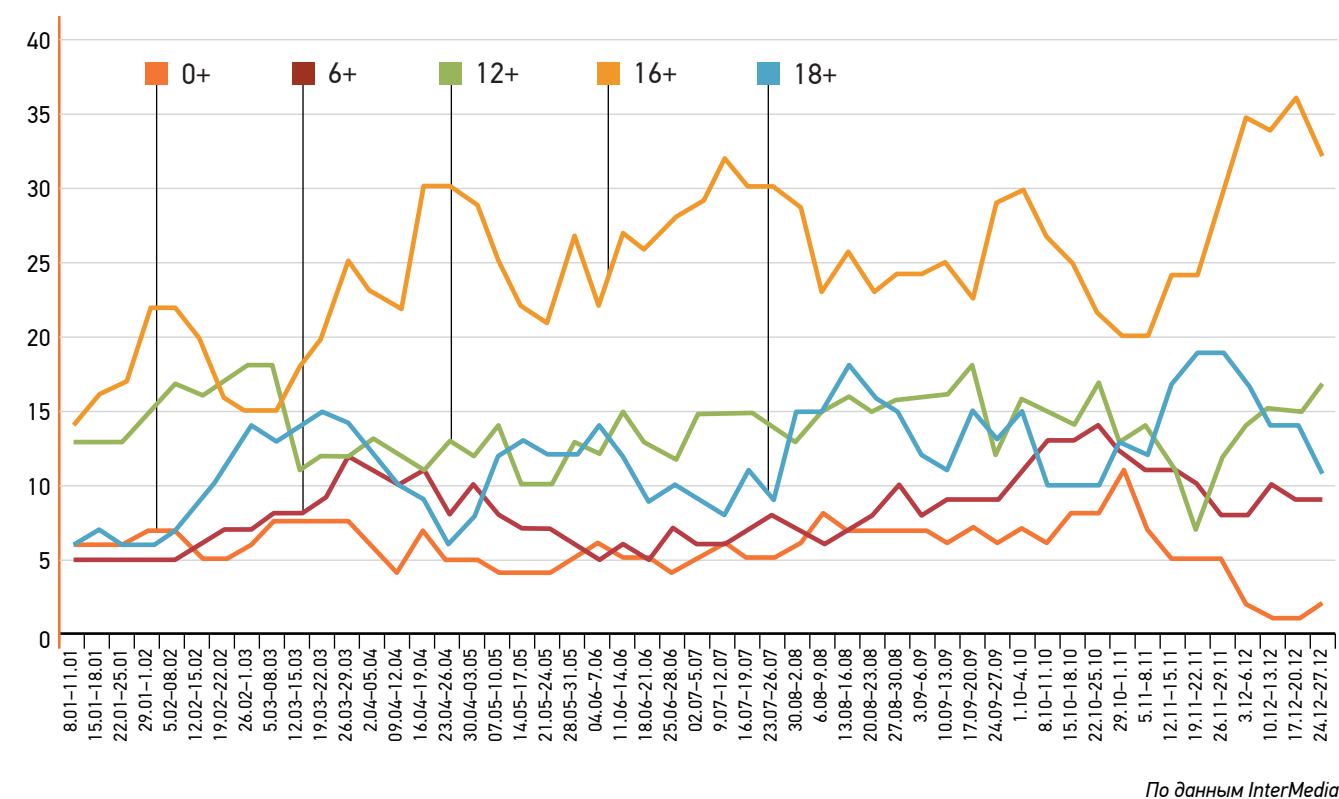
Число релизов за 2015 год достигло рекордной отметки в 500, что на 21,7% больше, чем в 2014 году. Это привело и к увеличению среднего числа

Общее число релизов, 2011–2015 гг.



ВОЗРАСТНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

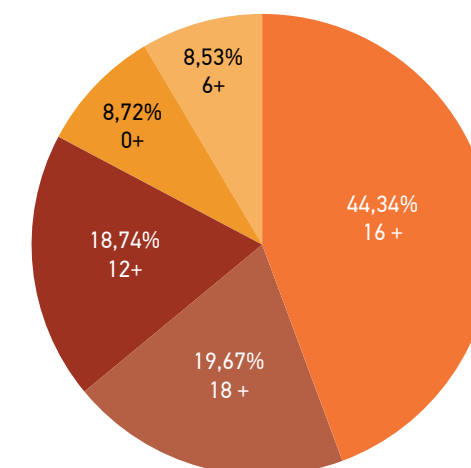
Число фильмов по возрастному рейтингу в прокате, 2015 г.



дней, в течение которых фильм находится в прокате. Если по данным портала «Кинобизнес сегодня» в 2014 году фильмы в среднем шли по 39 дней, то к 2015 году этот показатель вырос до 43 дней.

В 2015 году заметно сократилось количество картин, доступных для просмотра с детьми. Так, дефицит лент с возрастным рейтингом «0+» особенно остро сказался на 14-х и 25-х неделях, в мае (18–20-е недели) и под конец года (с 48-й недели). Кроме того, стало меньше и картин для детей от 6 лет. Их дефицит проявился в январе-феврале, а также в период школьных летних каникул.

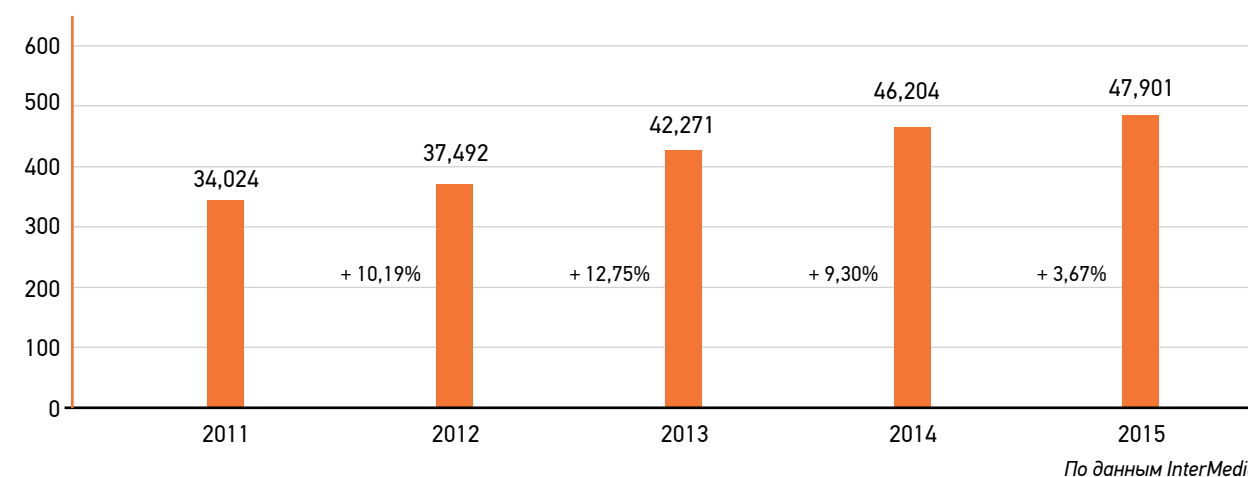
Доли фильмов по возрастному рейтингу в прокате, 2015 г.



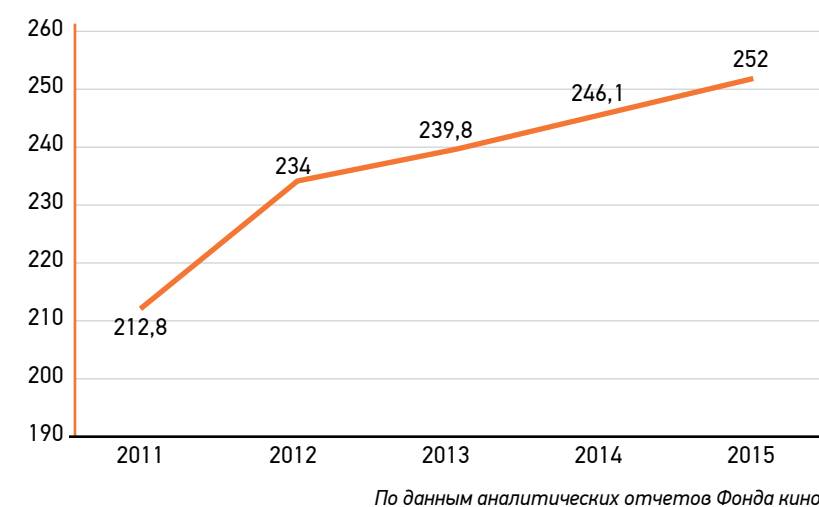
По данным портала «Кинобизнес сегодня»

ДИНАМИКА СБОРОВ КИНОПРОКАТА

Динамика сборов кинопроката России, 2011–2015 гг., млрд руб.



Динамика средней цены за билет, 2011–2015 гг., руб.

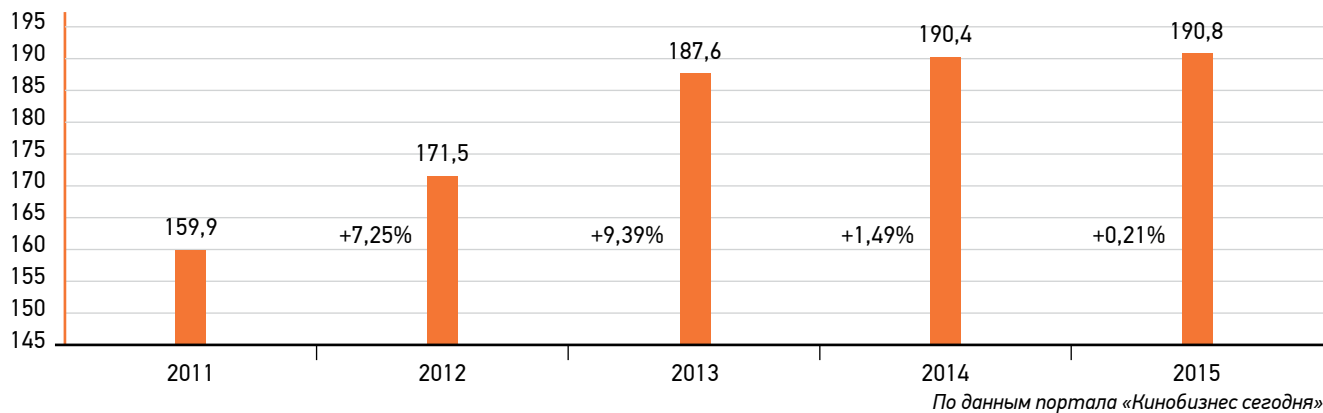


Сборы в рублях растут стабильно, с 2011 года они увеличивались в среднем на 10% в год. Исключением стал 2015 год, связанный с кризисными явлениями в экономике: показатель вырос только на 3,67%.

В то же время показатели посещаемости кинотеатров растут не так стремительно, как сборы, — в последний год они почти не претерпели изменений. Это связано с колебаниями цены за билет. За 2015 год средняя цена выросла на 6 руб. и достигла отметки в 252 руб.

ПОСЕЩАЕМОСТЬ КИНОТЕАТРОВ

Посещаемость кинотеатров в России, 2011–2015 гг., млн чел.



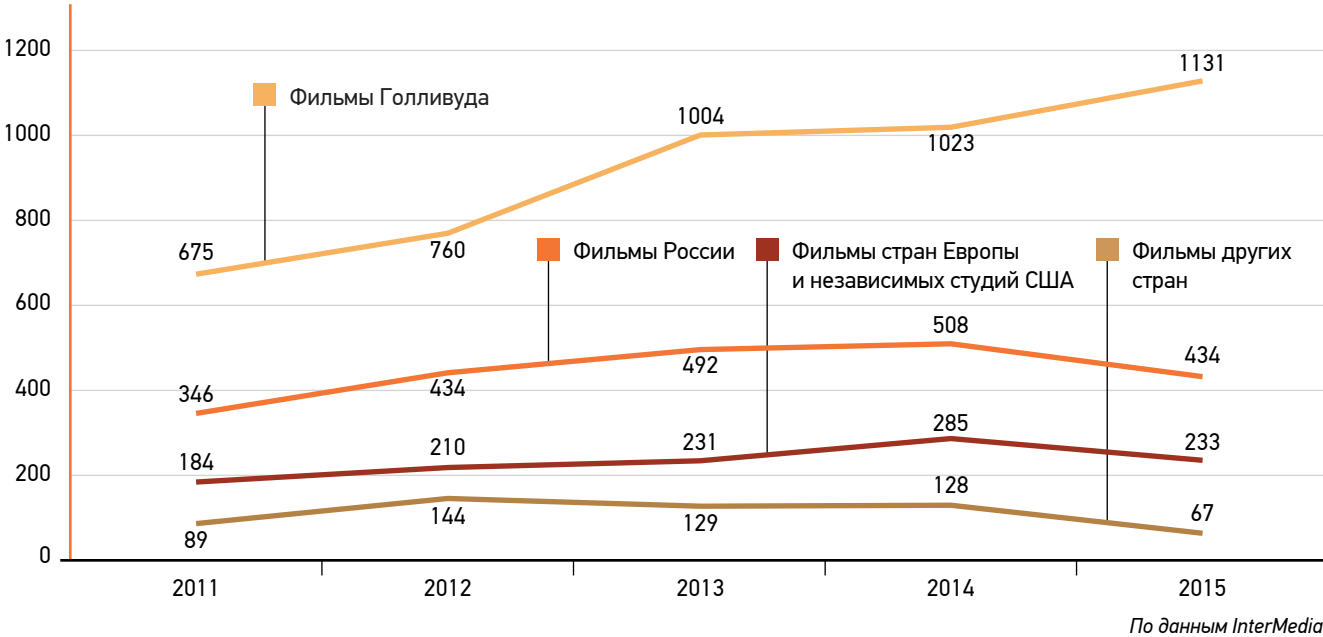
СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ

Рост числа кинотеатров в стране привел к увеличению тиражей фильмов. Особенно заметна эта тенденция на примере голливудских блокбастеров. В 2010 году больше всего залов было у картины «Хроники Нарнии: Покоритель Зари» — 1284, а самая кассовая картина года «Шрэк навсегда» дебютировала на 1250 экранах. В то же время «Звездные Войны: Пробуждение силы» стартовали в декабре 2015 года уже в 2996 залах. Таким образом, тиражи кинохитов выросли более чем вдвое.

Голливудские блокбастеры — это пока единственная категория фильмов, которая стабильно приносит хорошую кассу. Независимое американское

и европейское кино за последние годы смогло стабилизировать тиражи за счет общего увеличения числа экранов в стране, но все же пока оно значительно отстает. В то же время фильмы, сделанные в странах Азии и других регионах, пока не вызывают у зрителя явного интереса и не собирают кассу. Дистрибьюторы не решаются на широкое распространение этих картин, а потому представлены они на российском рынке слабо — как правило, только в ограниченном прокате и на фестивалях. За последний год сократился не только размер тиражей таких фильмов, но и их общее количество.

В среднем копий на фильм по странам производства, 2011–2015 гг.



Репертуар современного российского кинопроката был проанализирован на предмет числа стран-производителей. Страной-производителем считается страна, снявшая фильм. В случае копродукции (то есть совместного производства несколькими странами), производителем считается та страна, где на-

ходится компания-производитель или компания, вложившая наибольшую часть бюджета. В ситуации, когда подобную информацию получить невозможно, страной-производителем считается страна, указанная первой в списке стран базы IMDb.

ЧИСЛО РЕЛИЗОВ И ОБЪЕМЫ СБОРОВ ПО СТРАНАМ

Распределение релизов и сборов по странам, 2015 г.

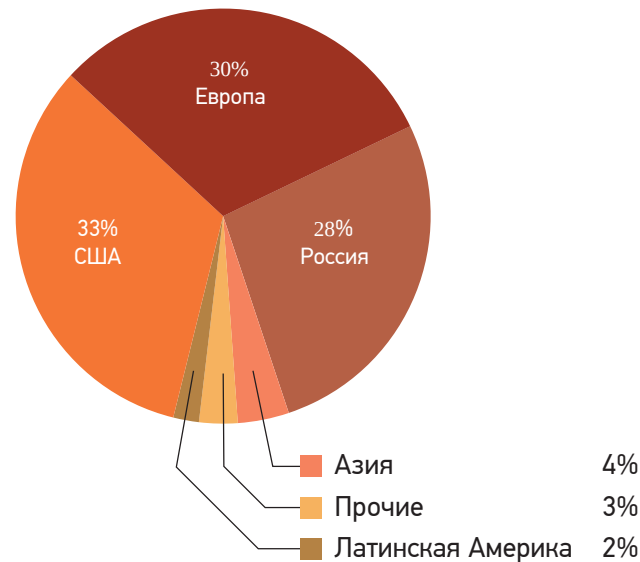
Страна	Число релизов	Сборы, долл.	Сборы, руб.
США	166	592 002 872	35 179 055 972
Европа	151	45 657 415	2 876 531 743
Россия	138	117 999 699	6 979 336 986
Азия	20	3 757 442	226 921 347
Латинская Америка	11	960 286	61 077 566
Канада	8	24 904 789	1 441 614 033
Прочие страны	6	1 817 845	112 015 107

По данным InterMedia

Впервые за три года европейское кино по числу релизов сдало позиции. Ранее по количеству выпускаемых фильмов первое место занимала именно Европа. Соединенные Штаты, вопреки расхожему мнению, шли следом. Однако тенденция трех последних лет была нарушена — США вновь вырвались в лидеры, а Россия по числу релизов заняла третье место. Страны Азии, Латинской Америки, а также все остальные идут с большим отрывом.

За последние годы наблюдается значительный рост доли отечественных релизов в прокате — с 16% в 2013 году до 28% в 2015 году. Следует отметить, что такой скачок в количестве наименований картин практически не сказался на сборах: российские фильмы заработали 15% от общей кассы — на уровне докризисного 2012 года, когда доля российских картин в прокате, по данным исследовательской компании «Невафильм Research», составляла только 18%. Это можно расценивать как снижение финансовой эффективности картин и их посещаемости.

Доли стран-производителей в прокате по числу релизов, 2015 г.



В то же время сборы лент из США выросли до рекордной отметки в 75%. При сокращении общего числа наименований этому поспособствовало увеличение тиражей. На голливудское кино приходится 70% кассы, на независимое кино США — 5%.

Азиатские страны заработали в России 1% от общих сборов, в то время как на Латинскую Америку приходится 0,1%. Прочие страны (Австралия, Новая Зеландия, Канада и ЮАР) получили 3% кассы.

Картин из стран Европы собрали 6% от общей кассы. Всего в прокате шло 163 фильма европейского производства, из них 151 — релизы 2015 года, а еще 12 — фильмы, идущие с 2014 года.

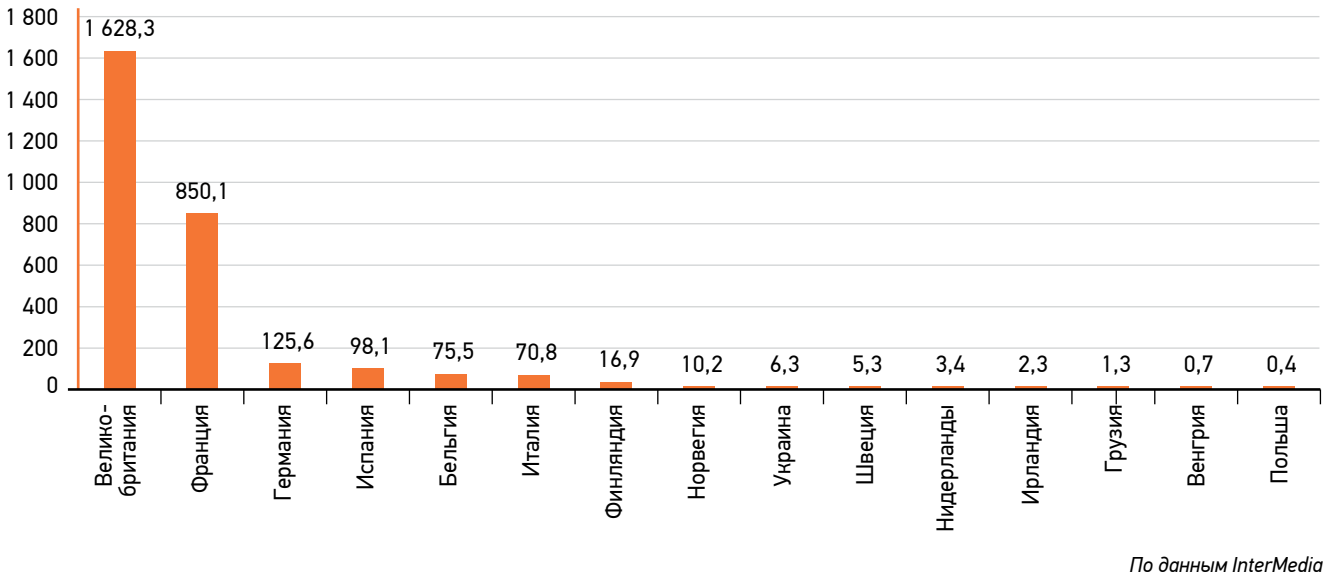
По числу релизов в 2015 году лидирует Великобритания (74 релиза), Франция (30 релизов), Италия (11 релизов), Германия (9 релизов). Также Соединенное Королевство лидирует и по сборам в России среди всех стран Европы — его фильмы заработали 1 628 млн руб. Франция, идущая следом, получила в России только 850 050 тыс. руб., на третьем месте — Германия с результатом в 125 553 тыс. руб.

Число фильмов европейского производства в прокате, 2015 г.

Страна	Общее число фильмов	Число релизов 2015 года	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.
Великобритания	75	74	1 628 274 054	25 276 532
Франция	37	30	850 050 081	13 844 638
Италия	11	11	70 799 504	1 088 942
Германия	10	9	125 553 172	1 939 078
Испания	8	7	98 084 392	1 810 119
Бельгия	5	4	75 480 058	1 187 367
Норвегия	4	4	10 169 147	150 339
Нидерланды	3	3	3 409 609	54 765
Украина	2	2	6 253 525	117 017
Швеция	2	2	5 312 742	97 168
Грузия	2	2	1 276 686	24 278
Финляндия	1	1	16 868 443	335 690
Ирландия	1	1	2 293 037	33 971
Венгрия	1	1	716 000	10 931
Польша	1	0	396 969	6 377
Всего	163	151	2 894 937 419	45 977 212

По данным InterMedia

Сборы фильмов стран Европы в прокате, 2015 г., млн руб.



Самым успешным европейским фильмом оказался британский «Kingsman: Секретная служба» (647 240 тыс. руб.).

АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КОНТЕНТ

Небольшую долю российского кинопроката составили аудиовизуальные произведения, не являющиеся полнометражными художественными и анимационными фильмами, — то, что в практике кинопроката не очень точно называется креативным контентом (или альтернативным контентом). Это киноспектакли, записи оперы и балета, музы-

кальных концертов популярных исполнителей, а также телесериалы. По расчетам InterMedia, прокат такого контента в России уменьшается: в 2015 году в этой категории вышли 74 новые картины против 92 в 2013 году, и собрали они всего 0,12% от всех кассовых сборов. Наибольшей популярностью у зрителей пользовался спектакль «Гамлет» с Бенедиктом Камбербэтчем в главной роли.

Лидером этого сегмента (как по числу релизов, так и по сборам) является дистрибьютор CoolConnections, на долю которого приходится около 80% общей кассы. Еще 17% контролирует «НеваФильм Emotion».

Топ-15 сборов альтернативного контента в России, 2015 г.

№	Фильм	Дата релиза	Дистри-бьютор	Тип	Возра-стной рейтинг	Число зрителей	Число экранов в 1-й уикенд	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Страна-произво-дитель
1	Гамлет	15.10.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	16 332	41	18 625 299	300 408	Велико-британия
2	Роджер Уотерс: The Wall	29.09.2015	НеваФильм Emotion	Концерт	12+	9 217	139	3 606 687	54 855	Велико-британия
3	Кобейн: Чертов монтаж	27.04.2015	Cool-Connections	Концерт	16+	8 644	1	3 028 206	58 573	США
4	Доктор Кто: Мужья Ривер Сонг	20.12.2015	Cool-Connections	Сериал	12+	4 853	83	2 005 729	28 551	Велико-британия
5	Трубадур	01.10.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	1 707	13	1 707 070	25 967	США
6	Флоренция и галерея Уффици	11.12.2015	НеваФильм Emotion	Докумен-тальный	12+	5 243	27	1 672 561	24 153	Италия
7	Рок апокалипсис	09.07.2015	Кино-логистика	Концерт	16+	5 254	61	1 320 841	23 173	Германия
8	Волшебная флейта	10.12.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	1 586	40	1 311 256	18 949	США
9	Дама с камелиями	03.12.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	1 764	36	922 158	13 817	Россия
10	Аудиенция	06.07.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	1 546	2	845 286	14 830	Велико-британия
11	Музеи Ватикана	11.12.2014	НеваФильм Emotion	Докумен-тальный	0+	8 774	45	734 309	13 172	Велико-британия
12	Метопера: Отелло	15.10.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	716	14	711 240	11 268	США
13	Жизель	23.07.2015	Cool-Connections	Спектакль	12+	1 260	24	687 237	10 959	Россия
14	Зеленая планета	05.03.2015	НеваФильм Emotion	Докумен-тальный	0+	2 735	3	607 274	9 955	Германия
15	Суровое испытание	05.03.2015	Cool-Connections	Спектакль	16+	823	2	475 320	8 336	Велико-британия

InterMedia по данным портала «Кинобизнес сегодня», журнала «Бюллетень кинопрокатчика»

ГЛАВА 2

КИНОТЕАТРЫ

- 42 Коммерческий кинопоказ
- 42 Кинотеатры и кинозалы
- 44 Доли рынка по федеральным округам, 2015 г.
- 44 Обеспеченность населения кинотеатрами
- 47 Технологическое оснащение кинотеатров
- 48 Размещение кинотеатров
- 49 Доля рынка по числу залов в кинотеатрах, 2015 г.
- 50 Проблемы однозальных кинотеатров
- 51 Крупнейшие кинотеатральные сети

КОММЕРЧЕСКИЙ КИНОПОКАЗ

В данной работе учитываются только те демонстраторы (то есть физические или юридические лица, осуществляющие показ фильма), для которых кинопоказ является основным источником дохода. Дома культуры, клубы, рестораны и другие компании, имеющие необходимое оборудование и устраивающие нерегулярный кинопоказ, не являются предметом исследования. Кинопоказ проходит в кинотеатрах — специально оборудованных для публичной демонстрации фильмов общественных зданиях или помещениях. В них, в свою очередь, может быть один или несколько кинозалов.

Рынок коммерческого кинопоказа в России продолжает расширяться. По данным исследовательской компании «Невафильм Research», на 1 января 2016 года в стране насчитывалось 1204 кинотеатра и 4020 кинозалов. Среднее число экранов на кинотеатр составляет 3,3 (годом ранее — 3,2, что говорит о незначительном росте количества кинотеатров с большим числом экранов).

КИНОТЕАТРЫ И КИНОЗАЛЫ

Впервые за несколько лет рост кинотеатральной сети замедлился. Число кинотеатров выросло за год на 2,47%, число залов — на 5,32%. В 2015 году был установлен рекордный минимум по количеству открывшихся кинотеатров, а по количеству открывшихся залов страна находится на уровне 2011 года.

В то же время по числу закрытых кинотеатров 2015 год незначительно уступает лишь 2013 году, а по числу закрытых залов зафиксирован рекорд. Резкое сокращение количества кинозалов при достаточно плавном сокращении числа кинотеатров свидетельствует о том, что в первую очередь от кризиса пострадали крупные многозальные площадки.

”

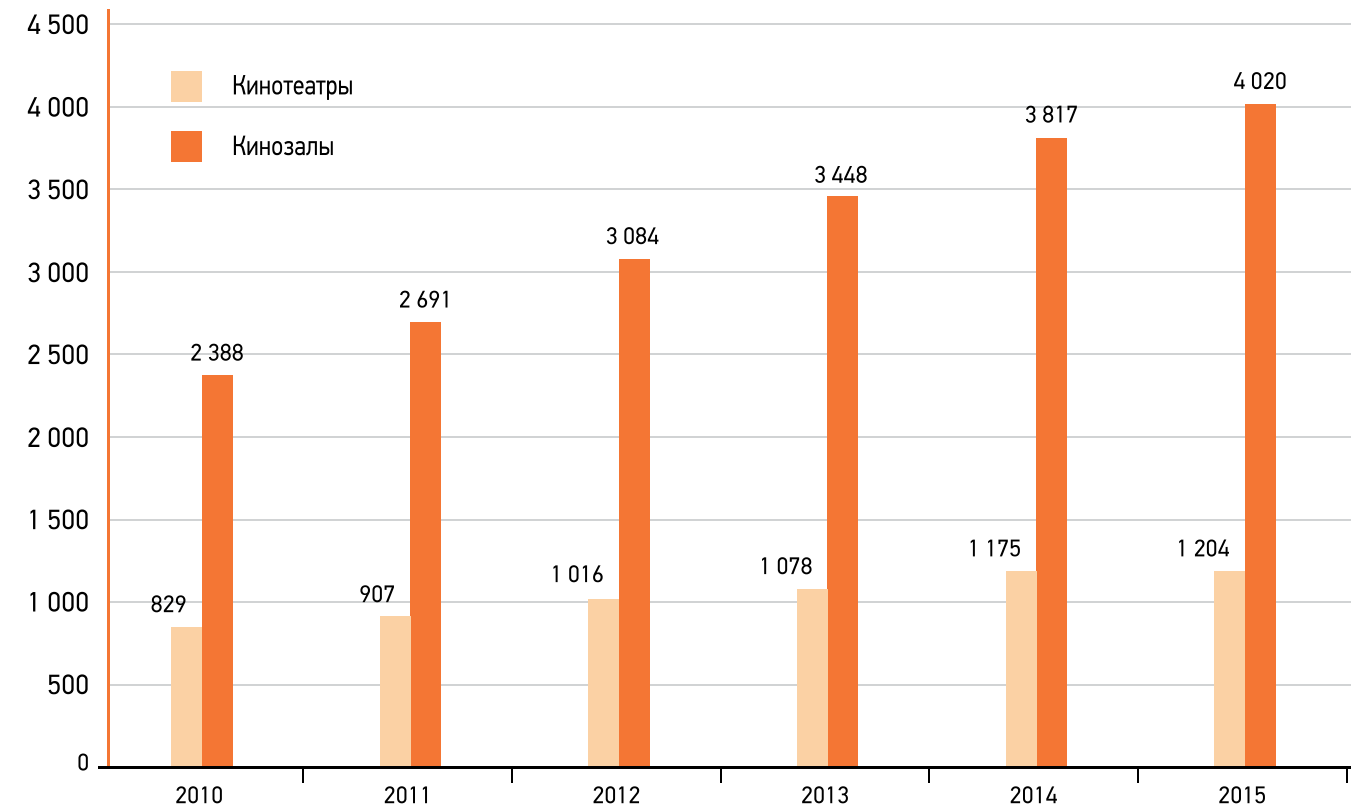
Рынок коммерческого кинопоказа в России продолжает расширяться

При этом, по данным издания «Синемаскоп», среди всех регионов Москва лидирует как по доле кинозалов (18,7%), так и по кассовым сборам (26,7%). За 2015 год здесь открылось 13 новых кинотеатров и 98 новых залов. Таким образом, на Москву приходится 26% всех открытий площадок прошедшего года. Закрылось за это же время 8 кинотеатров (32 экрана). В Санкт-Петербурге число залов увеличилось только на 3%, однако, по данным «Невафильм Research», ни один кинотеатр в городе не закрылся. В регионах за год открылся 71 кинотеатр (262 кинозала), однако и закрылось немало — 51 кинотеатр (136 залов). Рост регионального рынка кинопоказа составил только 5%.

В 2015 году также замедлился рост числа кинозалов с современными кинематографическими форматами и новыми технологическими решениями. Однако это можно объяснить не только кризисом, но и насыщением рынка аналогично оснащёнными залами, а также растущей средней ценой за билет. Как будет показано ниже, успешно росли только форматы, однозначно пользующиеся у кинопроизводителей и зрителей спросом.

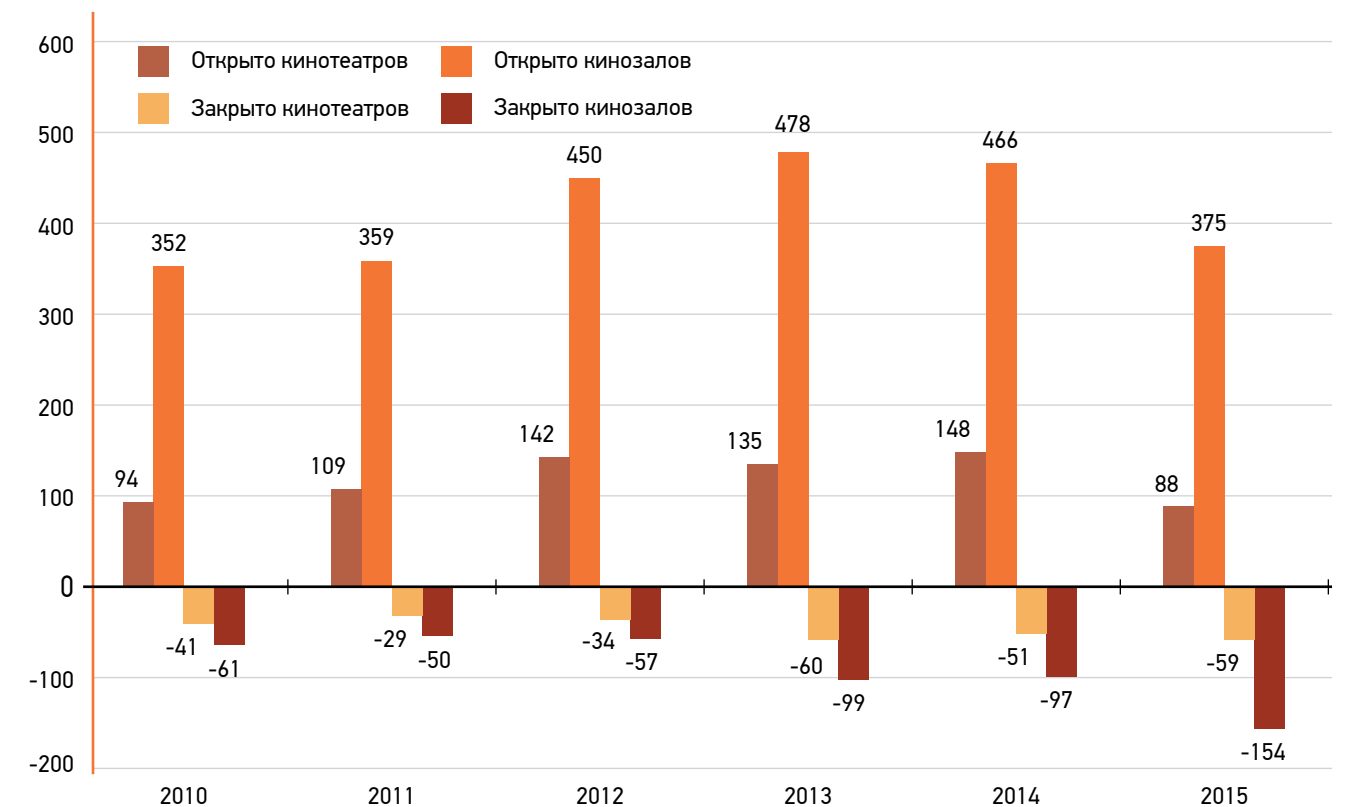
В 2015 году также замедлился рост числа кинозалов с современными кинематографическими форматами и новыми технологическими решениями. Однако это можно объяснить не только кризисом, но и насыщением рынка аналогично оснащёнными залами, а также растущей средней ценой за билет. Как будет показано ниже, успешно росли только форматы, однозначно пользующиеся у кинопроизводителей и зрителей спросом.

Кинотеатры и кинозалы в России, 2010–2015 гг.



По данным «Невафильм Research»

Динамика открытия и закрытия кинотеатров в России, 2010–2015 гг.



InterMedia по данным «Невафильм Research» и аналитических отчетов Фонда кино

ДОЛИ РЫНКА ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, 2015 Г.

Округ	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Доля рынка	
			По числу залов, %	По кассовым сборам, %
Центральный ФО (включая Москву)	324	1331	31,1	39,3
Приволжский ФО	179	637	15,8	14,1
Северо-Западный ФО (включая СПб)	158	592	14,7	13,3
Сибирский ФО	153	457	11,4	9,4
Уральский ФО	125	380	9,5	7,5
Южный ФО	118	331	8,2	8,7
Дальневосточный ФО	91	163	4,1	4,5
Северо-Кавказский ФО	41	94	2,3	2,0
Крымский ФО	15	36	0,9	1,1
Всего	1204	4021	100,0	100,0

InterMedia по данным «Невафильм Research» и Rentrak

Распределение кинотеатров по федеральным округам не меняется уже несколько лет. В Центральном ФО располагается самое большое количество кинозалов, хотя его доля за последний год сократилась. Существенно отстает от остальных Северо-Кавказский ФО и присоединенный в 2014 году Крымский ФО.

ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КИНОТЕАТРАМИ

Рейтинг городов по количеству экранов, 2015 г.

Город	Численность населения, млн чел.	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Количество залов на 100 тыс. жителей	Доля рынка по количеству залов, %
1 Москва	12,2	114	623	5,1	14,8
2 Санкт-Петербург	5,2	64	355	6,8	8,4
3 Екатеринбург	1,4	18	105	7,4	2,5
4 Новосибирск	1,6	15	82	5,2	1,9
5 Казань	1,2	11	60	5,0	1,4
6 Омск	1,2	11	58	4,9	1,4
7 Уфа	1,1	11	56	5,1	1,3
8 Самара	1,2	9	55	4,7	1,3
9 Ростов-на-Дону	1,1	10	52	4,7	1,2
10 Челябинск	1,2	9	52	4,4	1,2
Итого топ-10	27,4	272	1 498	5,3	35,4

По данным Movie Research

Москва уже не первый год является лидером рейтинга городов по количеству экранов. Стоит отметить, что в перечисленных городах число работающих кинозалов за год только выросло, что привело к росту насыщенности — она составила 5,3 кинозала на 100 тыс. жителей.

Обеспеченность городов кинотеатрами, 2015 г.

Города по численности	Доля городов, имеющих кинотеатры, %	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Количество залов на 100 тыс. жителей	Среднее количество залов в кинотеатре
более 1 млн чел.	100	321	1 718	5,3	5,4
500–1000 тыс. чел.	100	138	581	4,5	4,2
250–500 тыс. чел.	100	186	669	4,6	3,6
100–250 тыс. чел.	96	170	516	3,7	3,0
менее 100 тыс. чел.	33	358	624	2,3	1,7

По данным Movie Research

За последний год, по подсчетам экспертов, уровень кинофикации (число залов на 100 тыс. жителей) вырос во всех группах городов. Как отмечает Movie Research, самый высокий темп роста отмечен в городах с населением от 250 до 500 тыс. человек (рост на 22%). При этом разрыв между городами-миллионниками и малыми городами по-прежнему составляет 2,3 раза.

Рейтинги обеспечения городов кинотеатрами, 2015 г.

Города с населением более 1 млн чел.	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Количество залов на 100 тыс. жителей	Среднее количество залов в кинотеатре
Екатеринбург	18	105	7,4	5,8
Санкт-Петербург	64	355	6,8	5,5
Новосибирск	15	82	5,2	5,5
Москва	114	623	5,1	5,5
Уфа	11	56	5,1	5,1
Казань	11	60	5,0	5,5
Омск	11	58	4,9	5,3
Самара	9	55	4,7	6,1
Ростов-на-Дону	10	52	4,7	5,2
Волгоград	13	47	4,6	3,6

По данным Movie Research

Города с населением от 500 тыс. до 1 млн чел.	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Кол-во залов на 100 тыс. жителей	Среднее кол-во залов в кинотеатре
Рязань	7	41	7,7	5,9
Новокузнецк	7	31	5,6	4,4
Астрахань	5	30	5,6	6,0
Тюмень	5	38	5,5	7,6
Хабаровск	11	32	5,3	2,9
Краснодар	8	43	5,2	5,4
Оренбург	5	29	5,2	5,8
Пенза	5	27	5,2	5,4
Ижевск	7	33	5,1	4,7
Ярославль	8	30	5,0	3,8

По данным Movie Research

Города с населением от 250 до 500 тыс. чел.	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Количество залов на 100 тыс. жителей	Среднее количество залов в кинотеатре
Сочи	13	36	9,2	2,8
Сургут	6	27	7,9	4,5
Мурманск	7	24	7,9	3,4
Петрозаводск	5	21	7,6	4,2
Таганрог	6	19	7,5	3,2
Брянск	6	29	7,1	4,8
Калининград	6	31	6,8	5,2
Йошкар-Ола	4	17	6,5	4,3
Орел	5	20	6,3	4,0
Улан-Удэ	4	26	6,1	6,5

По данным Movie Research

Города с населением от 100 до 250 тыс. чел.	Количество кинотеатров	Количество кинозалов	Кол-во залов на 100 тыс. жителей	Среднее количество залов в кинотеатре
Красногорск	3	37	26,9	12,3
Сыктывкар	6	25	10,3	4,2
Мытищи	3	19	10,2	6,3
Люберцы	3	18	9,5	6,0
Сергиев Посад	2	9	8,5	4,5
Пятигорск	4	12	8,2	3,0
Благовещенск (Амурская область)	6	18	8,0	3,0
Серпухов	3	10	7,9	3,3
Новый Уренгой	4	9	7,8	2,3
Одинцово	2	11	7,8	5,5

По данным Movie Research

Среди городов-миллионников сменился лидер — им стал Екатеринбург. За год ни одного нового кинотеатра не было открыто в Казани, зато Новосибирск поднялся на третье место. В то же время два города-миллионника — Воронеж и Пермь — имеют менее четырех залов на 100 тыс. жителей.

Среди городов с населением от 500 тыс. до 1 млн жителей уже не первый год рейтинг возглавляет Рязань. Список городов, попавших в рейтинг, за год не изменился, хотя изменились их позиции. Так, закрылось три кинотеатра в Тюмени, а в Астрахани, несмотря на существенный рост числа жителей, не увеличилось количество экранов. Среди всех городов в этой категории шесть имеют уровень кинофикации ниже четырех залов на 100 тыс. жителей.

Среди городов с населением от 250 до 500 тыс. жителей рейтинг впервые возглавил Сочи, также за год улучшили свои позиции Мурманск и Петрозаводск. При этом средний уровень кинофикации

в городах этой категории составляет 4,6 кинозалов на 100 тыс. жителей, что выше, чем у крупных городов. В этой категории — самый высокий показатель роста. Кроме того, десять городов имеют уровень кинофикации ниже, чем три кинозала на 100 тыс. жителей.

В категории городов с населением от 100 до 250 тыс. жителей снизилось количество городов из Подмосковья, хотя лидером уже не первый год остается Красногорск. Сыктывкар поднялся на второе место благодаря открытию кинотеатра с шестью залами в 2015 году. Исследователи из компании Movie Research также указывают, что в городах этой группы пока самые низкие темпы кинофикации — насыщенность кинозалами выросла с 3,4 до 3,8 залов на 100 тыс. жителей.

Всего в 2015 году доступом к киноэкранам обладало 88 млн человек, то есть 81% городского населения. Таким образом, 19% городского населения

и почти 40% от общего населения по-прежнему не имеют доступа к качественным услугам кинопоказа. Подобная ситуация сохраняется уже несколько лет, несмотря на некоторые позитивные изменения.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ КИНОТЕАТРОВ

Распространение цифровых технологий в кинематографе в первую очередь способствует росту количества залов в формате IMAX. В России они впервые появились в 2010 году, а в 2015 их число составило 43. Стоит отметить, что количество релизов для данного формата продолжает расти, несмотря на кризис: так, в 2015 году в прокат вышло 28 фильмов в формате IMAX против 24 в 2014 году.

В 2012 году в стране стали появляться первые залы с эффектом движения D-Box. Число залов с данной технологией за четыре года выросло с 4 до 23. В 2013 году на рынок вышла также технология 4DX, однако она по стране распространяется медленнее — за три года вместо 7 залов стало 9, причем

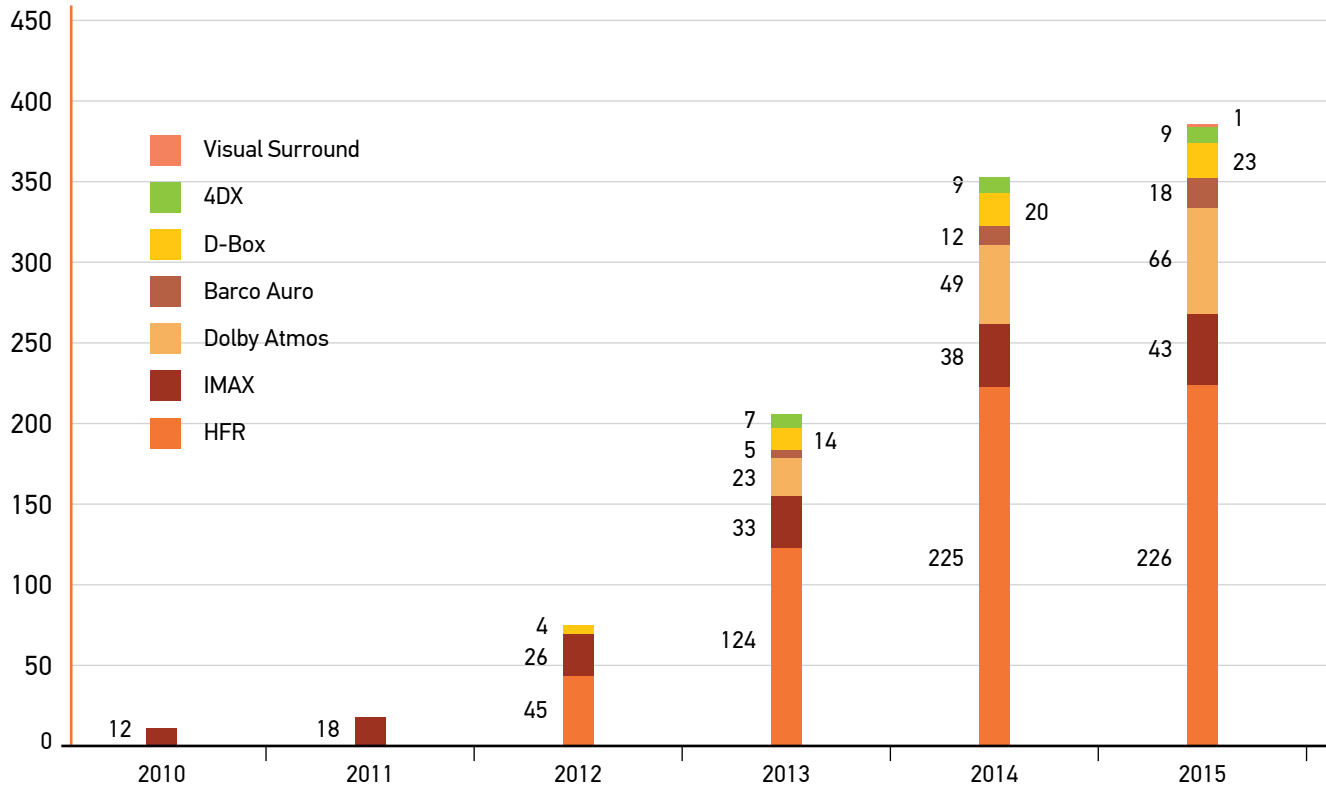
в 2015 году новых залов с этой технологией не появилось вообще. Число релизов в обоих форматах выросло до 37.

В 2013 году в России появились первые залы со звуковыми системами Dolby Atmos и Barco Auro. За три года количество залов с новой технологией от Dolby выросло почти втрое: с 23 до 66. Однако в 2015 году рост был не самым динамичным: открылось только 17 новых кинозалов. При этом число релизов в данном формате за год выросло с 25 до 28.

Barco Auro развивается не столь успешно. Как сообщили в российском представительстве компании Auro Technologies, на конец 2015 года системой было оснащено 18 залов, из них только 6 новых. Отсутствие значительного роста связано со спросом на эту систему: число релизов со звуком в формате Barco Auro за последний год упало до 4.

В 2012 году в России впервые появились кинотеатры, работающие с HFR — форматом высокой частоты кадров. Связано их появление было с выходом фильма Питера Джексона «Хоббит: Неожиданное путешествие». Релиз картины состоялся

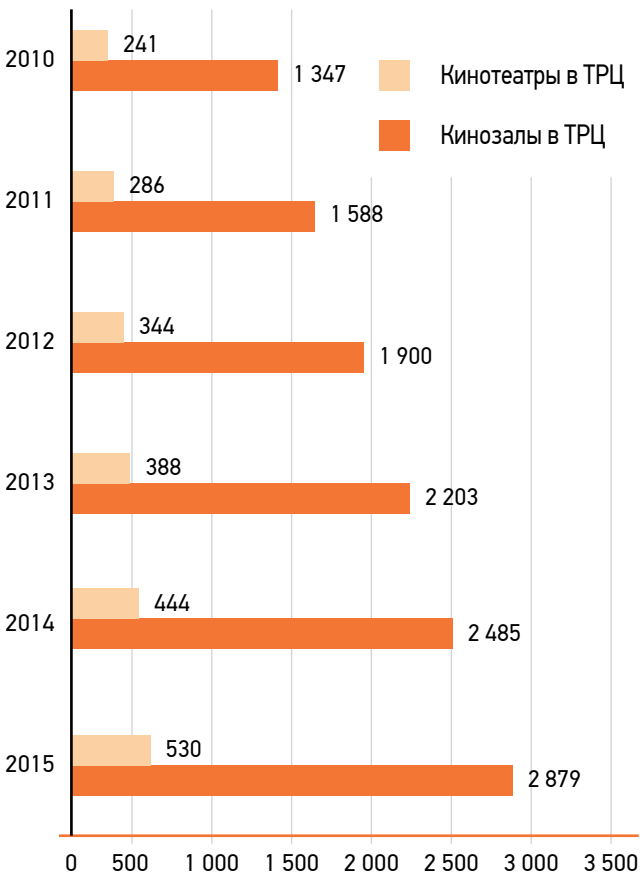
Технологическое оснащение кинозалов, 2010–2015 гг.



По данным InterMedia

как в формате традиционных 24 кадров в секунду, так и в новом, ускоренном формате — 48 кадров в секунду. Сама технология не потребовала установки новых проекторов или какого-либо еще оборудования, а лишь соответствующего обновления программного обеспечения, поэтому в число 45 залов, показавших фильм в формате HFR, вошли уже существующие на сегодняшний момент цифровые залы. В 2013 году, к выходу сиквела «Пустошь Смауга», число экранов увеличилось до 124, а заключительную часть — «Битву пяти воинов» — можно было посмотреть в новом формате уже в 225 залах. Однако с завершением трилогии Питера Джексона распространение технологии замедлилось по объективным причинам — из-за отсутствия спроса и новых релизов. Известно лишь об одном новом зале, открывшемся в 2015 году и способном показывать фильмы в формате HFR.

Кинотеатры в ТРЦ, 2010–2015 гг.



InterMedia по данным компании «Невафильм Research» и Фонда кино

РАЗМЕЩЕНИЕ КИНОТЕАТРОВ

Торгово-развлекательные центры остаются ведущим сегментом рынка, прочно укрепляя свои позиции. По данным Фонда кино, в прошедшем году в ТРЦ было расположено 530 кинотеатров, в которых насчитывалось 2879 залов.

”
За последний год однозальные площадки оказались наименее конкурентоспособными

Доля кинозалов, открытых в ТРЦ, составила в 2015 году 71,6%. Годом ранее этот показатель, по данным аналитической компании «Невафильм Research», составлял 65,5%, причем рост практически не замедлялся с 2011 года.

Всего с 2011 года число кинотеатров и кинозалов, расположенных в торговых центрах, выросло более чем в два раза.

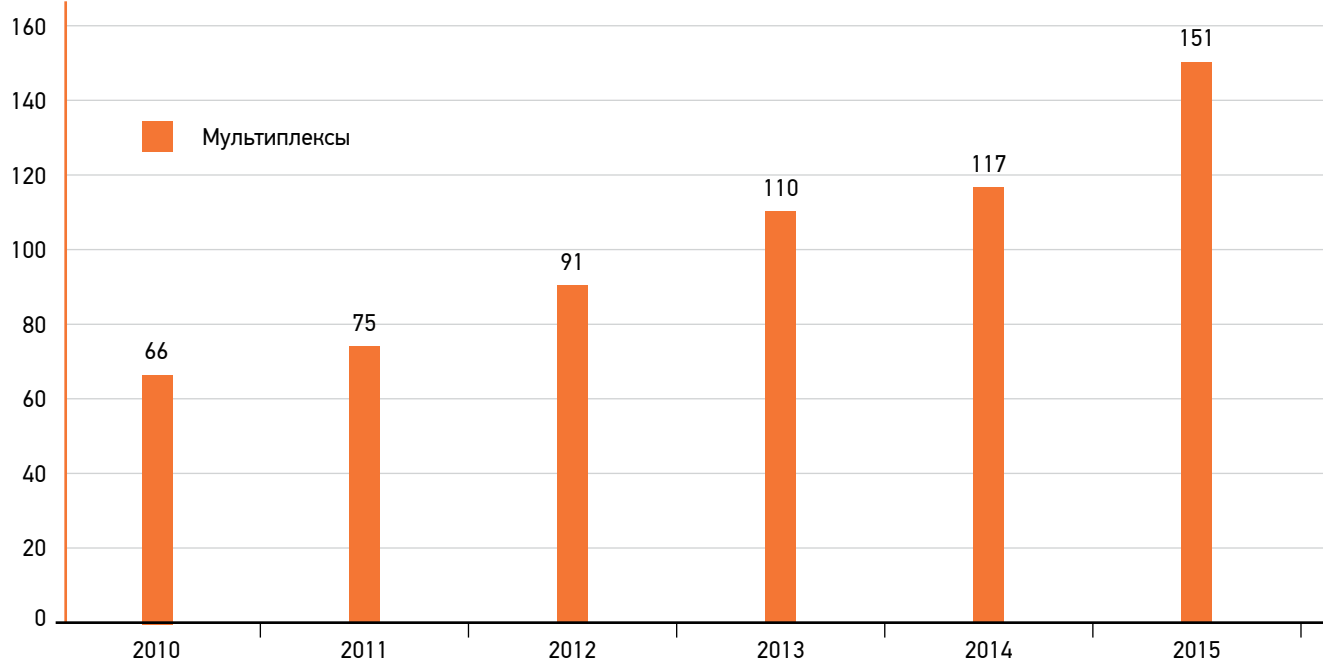
Мультиплексы в России

В кризисный год на территории России открылось значительное количество новых мультиплексов — кинотеатров, в которых расположено более 8 залов. По данным Фонда кино, к концу 2015 года в России функционировало 143 мультиплекса с 1344 залами. Мультиплексы появляются не только в городах-миллионниках и городах с населением более 500 тыс. человек, но и в сравнительно небольших населенных пунктах.

Стоит отметить, что годом ранее, в 2014, в России появился первый мегаплекс — подвид мультиплекса, насчитывающий более 16 залов. Этот сегмент растет пока медленнее остальных: по данным Фонда кино, на сегодняшний день мегаплексов всего 4, на них приходится 80 залов.

По данным «Невафильм Research», доля мультиплексов в России выросла до 31,7%. Более распространены сейчас кинотеатры с числом залов от 2 до 7 — на них приходится 59% от общего числа. Доля обычных многозальных кинотеатров практически не претерпела изменений за последние годы, а доля мультиплексов растет в первую очередь за счет снижения числа однозальных кинотеатров (9,3%). За последний год именно однозальные площадки оказались наименее конкурентоспособными.

Мультиплексы в России, 2010–2015 гг.



InterMedia по данным компании «Невафильм Research» и Фонда кино

ДОЛИ РЫНКА ПО ЧИСЛУ ЗАЛОВ В КИНОТЕАТРАХ, 2015 Г.

Число залов на кинотеатр	Число кинотеатров	Число залов	Доля рынка по числу залов, %
8 залов	58	464	11,5
1 зал	448	448	11,1
4 зала	112	448	11,1
2 зала	212	424	10,5
6 залов	69	414	10,3
5 залов	76	380	9,5
7 залов	54	378	9,4
3 зала	104	312	7,8
9 залов	32	288	7,2
10 залов	18	180	4,5
11 залов	8	88	2,2
12 залов	4	48	1,2
17 залов	2	34	0,8
14 залов	2	28	0,7
13 залов	2	26	0,6
23 зала	1	23	0,6
22 зала	1	22	0,5
15 залов	1	15	0,4

По данным «Невафильм Research»

Наиболее популярны в России кинотеатры на 8, 1, 4, 2 и 6 залов — на каждую из этих категорий приходится более 10% от всех залов, вместе они образуют 54,5%.

В миниплексах (кинотеатры на 2–7 залов) расположено 58,6% от всех кинозалов, мультиплексы (более 8 залов) имеют 30,3%, на однозальные кинотеатры приходится 11,1% всех экранов.

ПРОБЛЕМЫ ОДНОЗАЛЬНЫХ КИНОТЕАТРОВ

Стоит отметить, что однозальные кинотеатры в современных условиях вынуждены искать новые способы привлечения прибыли. Для решения коммерческих задач многие объединяются в собственные сети. Так, до конца 2015 года существовали две крупные сети: «Московское кино» и «Кинообъединение для детей и молодежи». Первая включала в себя восемь кинотеатров: «Художественный», «Звезда», «Космос», «Сатурн», «Спутник», «Факел», «Круговая панорама» и «Тула». Во вторую сеть входили «Полет», «Юность», «Искра», «Вымпел», «Березка», «Молодежный» и «Салют». В феврале 2016 года произошла реорганизация, и «Кинообъединение» вошло в состав «Московского кино».

Как пояснили InterMedia в пресс-службе сети «Московское кино», главная проблема однозальных кинотеатров — нехватка залов, то есть экранного времени. Там, где это возможно, проблема решается созданием DVD-залов.

Кризисные явления в экономике подталкивают участников рынка к поиску новых решений в борьбе за зрителя. Так, многие однозальные кинотеатры подтвердили, что у них стали регулярно проводиться не только показы прокатных фильмов, но и творческие вечера, премьеры, встречи с актерами и режиссерами, фестивали и многое другое.

Впрочем, объединение кинотеатров в сети и проведение различных мероприятий не всегда оказываются эффективными мерами в конкурентной борьбе. Так, многие однозальные кинотеатры прекратили кинопоказ, а в их помещениях начали работать магазины и рестораны.

В декабре 2014 года компания ADG Group выиграла аукцион Правительства Москвы на покупку 39 кинотеатров, построенных в период с 1938 по 1988 год,

и не выполняющих функций кинопоказа. Цель проекта — восстановить центры притяжения жителей районов в современных условиях, сделать их максимально полезными для населения, обеспечивая их коммерческую состоятельность. Так, в конце 2015 года были опубликованы проекты реконструкции кинотеатров «Восход» и «Варшава» — в них будут расположены крытые продуктовые рынки, ориентированные на разную целевую аудиторию. Впрочем, в пресс-службе ADG Group заверяют, что доля культурно-просветительской функции на всех объектах составит не менее 30%.

«Кинотеатры, которые мы приобрели, когда-то играли роль центров районной коммуникации. Сюда приходили провести вечер, узнать новости, обсудить последние события. Наша задача — возродить такие центры в современных условиях. Мы должны предложить жителям районов у кинотеатров возможность качественно и с пользой проводить время. Наличие в школе спортивного зала не превращает школу в спортзал. Точно так же наличие рынка не превращает кинотеатр в рынок, но позволяет приобретать качественные продукты в комфортном месте недалеко от дома. Посетить рынок удобно и после кулинарного мастер-класса в «Варшаве», и по окончании кинопоказа там же. И то и другое — культурно-просветительская деятельность», — пояснили в пресс-службе компании.

В Департаменте имущества Москвы сообщили, что помимо договора купли-продажи было заключено соглашение по реализации ряда программ, направленных на решение социальных, культурных и досуговых задач жителей города. В кинотеатрах будет сохранена функция кинопоказа, а также предусмотрено создание тематических кружков, секций, студий, обеспечивающих проведение выставочных и культурно-досуговых мероприятий. В Департаменте обращают внимание, что помимо рынка в конкурсной работе на реконструкцию «представлены идеи организации мастер-классов, кинопоказа, научного центра имени Станислава Лема, детского образовательного центра».

Все работы по реконструкции должны завершиться в 2018 году. В компании утверждают, что по каждому объекту велись дискуссии с жителями, специалистами по архитектуре и урбанистике. Помимо очевидных плюсов проекта, заключающихся в восстановлении зданий, многие из которых ныне не функционируют, есть и понятные минусы. Так,

согласно существующему классификатору видов разрешенного использования земельных участков, утвержденному приказом Министерства экономического развития РФ от 01.09.2014 № 540, «культурно-просветительскую функцию» может выполнять широкий спектр сооружений. Это музеи, выставочные залы, художественные галереи, дома культуры, библиотеки, кинотеатры, площадки для празднеств и гуляний, цирки, зверинцы, зоопарки и океанариумы. Таким образом, сохранение функции непосредственно кинопоказа во всех 39 купленных помещениях находится под вопросом. Также в группах ADG Group в соцсетях жители высказывают сомнения в том, что предлагаемые градостроительные проекты возможно выполнить без сноса здания целиком (например, для создания подземной парковки).

КРУПНЕЙШИЕ КИНОТЕАТРАЛЬНЫЕ СЕТИ

На российском рынке кинопоказа на конец 2015 года, по данным «Невафильм Research», существовало 595 игроков. Среди них — 29 федеральных сетей (имеют кинотеатры в разных федеральных округах), 21 региональная (имеют кинотеатры

в нескольких регионах в пределах одного федерального округа), 53 местных (имеют кинотеатры в пределах только одного региона). Кроме того, на рынке присутствуют 492 независимых кинотеатра. Представителям федеральных сетей принадлежит более половины рынка — 54,5% от всех залов. К ним относятся 445 кинотеатров и 2193 зала по всей стране. В то же время у независимых кинотеатров только 1052 зала, за счет чего их доля рынка значительно меньше — всего 26,9%. Стоит отметить, что такое соотношение долей сохраняется уже не первый год, что может говорить о некоторой стабилизации рынка.

Среди кинотеатральных сетей не первый год лидируют «Синема Парк», «Формула Кино», «Каро» и «Киномакс». Эти федеральные сети сейчас совместно владеют почти четвертью рынка — 24,7%.

В 2016 году ситуация на рынке могла значительно поменяться за счет объединения двух крупнейших сетей — «Синема Парка» и «Формулы Кино». Их совокупная доля на рынке достигала бы 14%. Однако в апреле 2016 года стало известно, что сделка по покупке «Формулы Кино» «Синема Парком» сорвалась.

Крупнейшие сети кинотеатров в России, 2015 г.

№	Сеть кинотеатров	Количество кинотеатров	Количество залов	Доля в общем количестве залов, %
1	Синема Парк	33	307	7,6
2	Формула Кино	34	255	6,3
3	Каро	29	228	5,7
4	Киномакс	30	206	5,1
5	Премьер-зал	104	169	4,2
6	Люксор	23	159	4,0
7	Мираж синема	19	130	3,2
8	Синема стар	24	127	3,2
9	Монитор	26	98	2,4
10	Пять звезд	11	66	1,6

По данным официальных сайтов компаний

ГЛАВА 3

ЭФИРНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

- 54 Общие положения
- 55 Программы ТВ, посвященные музыке, кино и театру, на федеральных каналах, 2015 г.
- 55 Топ-25 телеканалов России, 2015 г.
- 56 Динамика зрительского интереса
- 58 Топ-20 телепрограмм сезона 2014–2015 гг.
- 59 Жанровая структура кинофильмов на ТВ, сезон 2014–2015 гг.
- 59 Жанры телесериалов на ТВ, сезон 2014–2015 гг.
- 60 Топ-20 кинофильмов 2015 г.
- 61 Топ-20 сериальных эпизодов 2015 г.
- 62 Топ-20 российских сериалов 2015 г.
- 63 Телеканалы, лидирующие по объему рекламы, 2015 г.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Эфирное телевидение играет важную роль в киноиндустрии. Оно является самым популярным средством доставки контента пользователю, оставаясь при этом для самого зрителя бесплатным. В общем хронометраже именно кино и сериалы имеют наибольшую долю.

Основу вещания составляют государственные (финансируемые из бюджета) и коммерческие (основной доход — от продажи рекламы) телеканалы.

По степени распространения телеканалы делятся на федеральные и региональные. Указом Президента России от 24.06.2009 № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах» создан Перечень общероссийских обязательных общедоступных телеканалов и радиоканалов.

Медиапотребление в России, 2005–2015 гг., мин.

Медиа	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ТВ	227	234	226	222	228	226	220	238	239	244	246
Интернет	5	6	7	14	30	39	47	59	60	68	74
Радио	142	125	127	161	199	197	169	165	163	163	161
Пресса	18	16	14	15	15	15	15	15	14	12	12
Газеты	12	10	9	10	9	10	9	9	8	7	7
Журналы	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5

По данным АЦ Vi и TNS

Согласно последней версии этого документа (редакция от 15.07.2015), в перечень входят десять телеканалов: «Первый канал», «Россия», «Матч ТВ», НТВ, «Петербург – Пятый канал», «Россия-Культура», «Россия-24», «Карусель», «Общественное телевидение России» и «ТВ Центр». Согласно указу, телеканалы из этого списка обязательны для распространения по всей территории Российской Федерации. Оператором связи, обеспечивающим трансляцию, является ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть».

В полный перечень федеральных телеканалов, помимо указанных выше, также входят «Рен ТВ», «Спас», СТС, «Домашний», «ТВ-3», «Пятница!», «Звезда», «Мир», ТНТ, «Муз-ТВ», «Че», Euronews-Россия, 2x2, Disney, «Ю» и «РБК-ТВ».

”

В последние годы наблюдается отток аудитории с большинства каналов

ПРОГРАММЫ ТВ, ПОСВЯЩЕННЫЕ МУЗЫКЕ, КИНО И ТЕАТРУ, НА ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАНАЛАХ, 2015 Г.

Вид программы	Доля в общем хронометраже, %	Доля от общего дохода, млн руб.
Всего	100,00	235 700
Сериалы	28,20	66 467
Кино	22,68	53 457
Реалити-шоу	1,27	2 993
Праздничные концерты	1,05	2 475
Ток-шоу с участием звезд	0,36	849
Другие телепрограммы, посвященные музыке, кино, театру	5,50	12 964
Все программы, посвященные музыке, кино и театру	59,06	139 204

По данным InterMedia, АКАР

ТОП-25 ТЕЛЕКАНАЛОВ РОССИИ, 2015 Г.

№	Телеканал	Доля аудитории, %
1	Первый канал	13,7
2	Россия 1	12,7
3	НТВ	10,2
4	ТНТ	6,6
5	Пятый канал	5,6
6	СТС	4,8
7	Рен ТВ	4,2
8	ТВ Центр	3,4
10	ТВ-3	2,9
9	Россия 24	2,7
11	Домашний	2,7
12	Матч ТВ (Россия 2)*	2,6
13	Звезда	2,2
14	Disney	1,7
15	Карусель	1,5
16	Че (Перец)**	1,4
17	Пятница	1,4
18	Россия-Культура	1,4
19	Ю	0,8
20	2x2	0,7
21	СТС Love	0,4
22	Мир	0,3
23	Муз ТВ	0,3
24	Ru.TV	0,3
25	Euronews	0,2

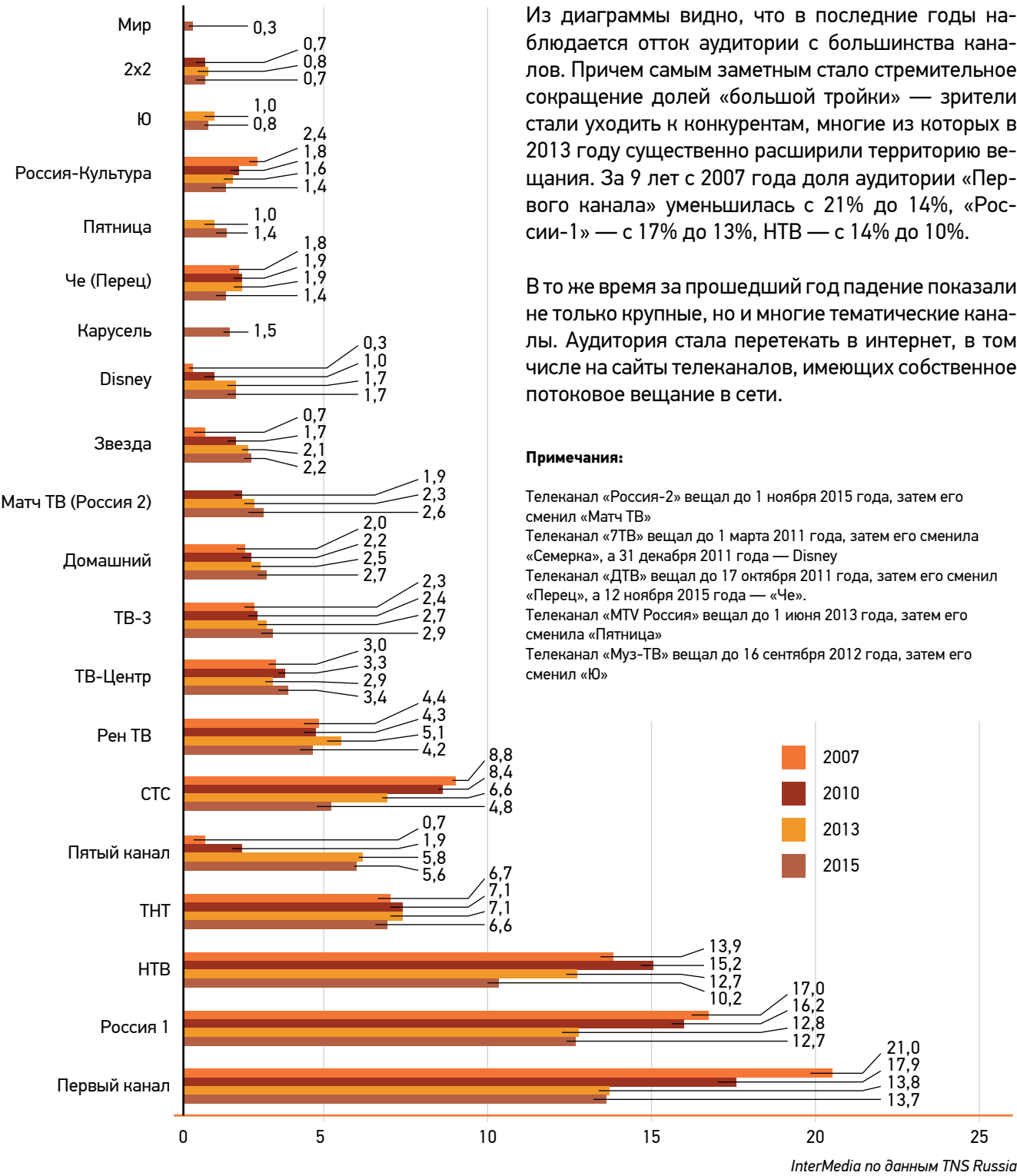
InterMedia по данным TNS Russia

Примечания:
* Телеканал «Матч ТВ» 1 ноября 2015 года заменил «Россию-2»
** Телеканал «Че» 12 ноября 2015 года заменил «Перец»

ДИНАМИКА ЗРИТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА

Для исследования мы отобрали только те телеканалы, в сетке вещания которых есть теле- и кинопоказ. В график также попал созданный в ноябре 2015 года спортивный телеканал «Матч ТВ» — он занял частоту бывшего телеканала «Россия-2», который осуществлял кинопоказ.

Динамика доли зрительской аудитории эфирных телеканалов с кинопоказом, 2007–2015 гг., %



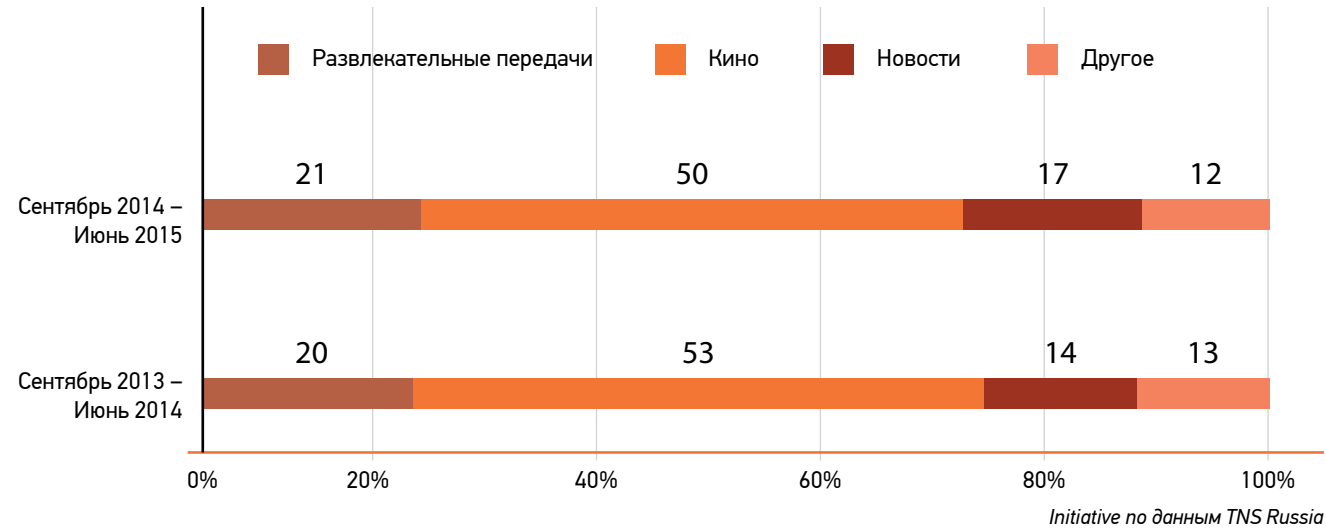
Из диаграммы видно, что в последние годы наблюдается отток аудитории с большинства каналов. Причем самым заметным стало стремительное сокращение долей «большой тройки» — зрители стали уходить к конкурентам, многие из которых в 2013 году существенно расширили территорию вещания. За 9 лет с 2007 года доля аудитории «Первого канала» уменьшилась с 21% до 14%, «Росси-и-1» — с 17% до 13%, НТВ — с 14% до 10%.

В то же время за прошедший год падение показали не только крупные, но и многие тематические каналы. Аудитория стала перетекать в интернет, в том числе на сайты телеканалов, имеющих собственное потоковое вещание в сети.

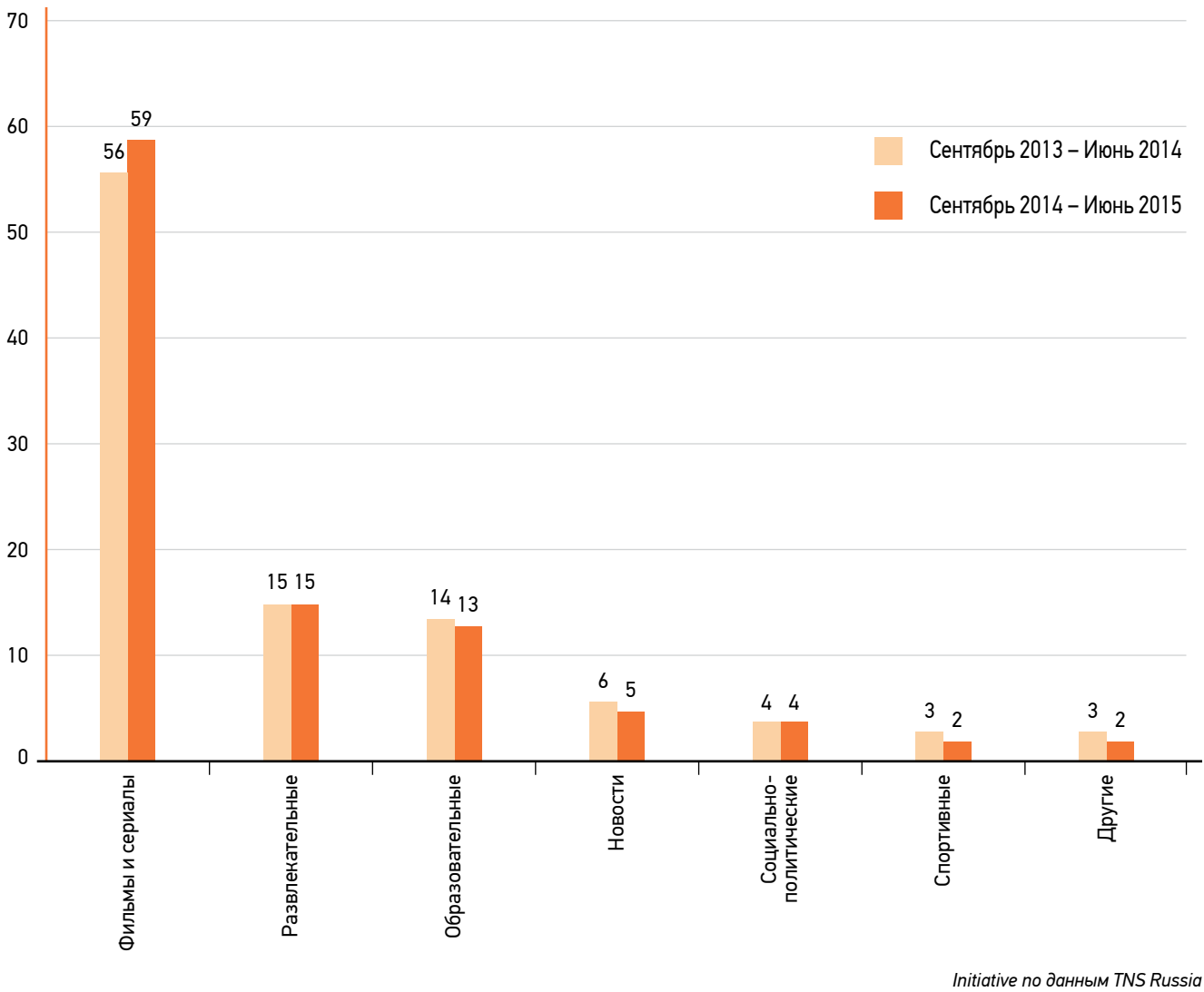
Примечания:

Телеканал «Россия-2» вещал до 1 ноября 2015 года, затем его сменил «Матч ТВ»
Телеканал «7ТВ» вещал до 1 марта 2011 года, затем его сменила «Семерка», а 31 декабря 2011 года — Disney
Телеканал «ДТВ» вещал до 17 октября 2011 года, затем его сменил «Перец», а 12 ноября 2015 года — «Че».
Телеканал «MTV Россия» вещал до 1 июня 2013 года, затем его сменила «Пятница»
Телеканал «Муз-ТВ» вещал до 16 сентября 2012 года, затем его сменил «Ю»

Зрительский интерес, сезоны 2013–2015 гг., %



Динамика распределения эфирного времени телеканалов, сезоны 2013–2015 гг., %



ТОП-20 ТЕЛЕПРОГРАММ СЕЗОНА 2014–2015 ГГ.

№	Название	Канал	Рейтинг TVR, %	Изменение за год, %
1	Новогоднее обращение президента Российской Федерации В.В. Путина	Все	43,6	–5
2	Военный парад, посвященный Дню Победы	Все	26,5	34
3	Светлой памяти павших в борьбе против фашизма (минута молчания)	Все	21,9	0
4	Улыбка пересмешника (сериал)	Первый канал	13,9	впервые
5	Прямая линия с Владимиром Путиным	Первый канал, Россия 1, Россия 24, Мир	12,4	17
6	Пресс-конференция президента Российской Федерации Владимира Путина	Первый канал, Россия 1, Россия 24, Мир	11,8	41
7	Крым. Путь на Родину (документальный фильм)	Россия 1	11,7	впервые
8	Президент (документальный фильм)	Россия 1	11,6	впервые
9	Хоккей. Чемпионат мира (спортивная трансляция)	Первый канал	11,2	
10	Время (новости)	Первый канал	10,9	0
11	Дом с лилиями (сериал)	Первый канал	10,6	впервые
12	Однако (социально-политическая программа)	Первый канал	10,2	–9
13	Соблазн (сериал)	Первый канал	10,1	впервые
14	Тест на беременность (сериал)	Первый канал	10,1	впервые
15	Пусть говорят (ток-шоу)	Первый канал	10	9
16	Голос (музыкальная передача)	Первый канал	9,5	–6
17	Новогодний парад звезд (музыкальная передача)	Россия-1	9,5	47
18	Мажор (сериал)	Первый канал	9,4	впервые
19	Родина (сериал)	Россия-1	9,3	впервые
20	Москва слезам не верит (художественный фильм)	Первый канал	9,2	21

Initiative по данным TNS Russia

За прошедший год россияне стали проявлять больший интерес к новостным программам. К такому выводу пришли специалисты из медиаагентства Initiative, проанализировав данные TNS Russia по итогам телесезона 2014–2015 годов. Интерес к новостям достиг рекордной отметки в 17%. Ранее этот показатель никогда не поднимался выше 15% от всего телесмотрения. При этом по-прежнему больше всего времени зрители тратят на просмотр кино (50%) и развлекательных программ (20%). Доля последних практически не изменилась за год.



За прошедший год россияне стали проявлять больший интерес к новостным программам

Несмотря на рост интереса аудитории к новостям, им стали уделять меньше времени в эфире. Доля новостей в эфире федеральных телеканалов сократилась с 14% до 13%, при этом эфирное время кинофильмов и телесериалов, наоборот, существенно выросло — с 56% до 59%.

Эфирное время для развлекательных программ не изменилось, оставшись на уровне 15%. Кроме того, сократилось эфирное время образовательных (с 6% до 5%) и спортивных (с 3% до 2%) программ. Эксперты из Initiative полагают, что телеканалы жертвуют новостями в пользу собственного уникального контента, чтобы не потерять целевую аудиторию и рекламные контракты.

ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА КИНОФИЛЬМОВ НА ТВ, СЕЗОН 2014–2015 ГГ.

Жанр	Первый	Россия-1	НТВ	СТС	Рен ТВ	ТНТ	В среднем
Приключенческий фильм, %	17	2	27	37	21	21	27
Комедия, %	28	16	14	26	34	34	24
Мелодрама, %	11	63	7	4	6	6	14
Драма, %	26	13	31	5	11	11	13
Триллер, %	9	1	5	15	12	12	10
Фантастика, %	3	0	0	10	13	13	8
Детектив, %	5	4	16	1	1	1	3
Другие, %	2	1	0	2	1	1	1

По данным Movie Research

За 2015 год жанр приключенческого кино поменялся местами с комедией, став лидером показа. При этом больше всего картин этого жанра показывали по СТС и НТВ. Movie Research отмечает, что «Рен ТВ» за год сократил долю приключенческих фильмов с 35% до 21%, а ТНТ — поднял с 18% до 21%. По количеству эфирного времени, отданного комедиям, лидируют ТНТ (доля снизилась с 37% до 34%) и «Рен ТВ» (повысилась с 24% до 34%).

Больше всего мелодрам, как и годом ранее, показывали по каналу «Россия 1». Лидером по показу драм остался НТВ.

ЖАНРЫ ТЕЛЕСЕРИАЛОВ НА ТВ, СЕЗОН 2014–2015 ГГ.

Жанр	Первый	Россия-1	НТВ	СТС	Рен ТВ	ТНТ	В среднем
Детективный, %	16	40	70	3	16	13	30
Комедийный, %	2	3	0	60	9	76	28
Мелодраматический, %	36	42	1	15	5	1	14
Драматический, %	35	10	10	9	20	4	12
Приключенческий, %	1	4	17	4	30	3	10
Триллер, %	9	1	0	2	11	2	3
Фантастический, %	0	0	0	9	8	2	3

По данным Аналитического центра VI

Все телеканалы, кроме «Первого», за 2015 год сократили долю комедийных сериалов. В результате жанр перестал быть лидером показа, первенство досталось детективам. Из тройки лидеров выбыли приключенческие сериалы, им на смену пришли мелодрамы.

Movie Research отмечает, что наибольшее количество эфирного времени, отданного под детективы, как и годом раньше, было у НТВ, причем канал за 2015 год увеличил их долю. Среди комедийных сериалов лидером стал ТНТ, увеличивший долю программ этого жанра на 3% и обогнавший за счет этого СТС. На СТС доля сериалов сократилась на 24%.

Среди мелодрам лидером остался канал «Россия-1».

ТОП-20 КИНОФИЛЬМОВ 2015 Г.

№	Дата	Название	День недели	Начало	Конец	Канал	Рейтинг, %	Доля, %
1	31.12.2015	Иван Васильевич меняет профессию	Четверг	20:45:18	22:30:12	Первый канал	9,5	24,5
2	08.03.2015	Москва слезам не верит	Воскресенье	21:35:14	23:08:40	Первый канал	9,0	27,6
3	31.12.2015	Ирония судьбы, или С легким паром!	Четверг	16:59:04	20:45:18	Первый канал	8,0	22,7
4	04.11.2015	Служебный роман	Среда	17:50:25	20:58:29	Первый канал	7,1	19,3
5	08.02.2015	Отпуск летом	Воскресенье	18:34:23	19:59:56	Россия-1	6,9	19,0
6	31.12.2015	Бриллиантовая рука	Четверг	19:49:30	21:50:20	Россия-1	6,3	16,7
7	31.12.2015	Джентльмены удачи	Четверг	18:01:15	19:49:30	Россия-1	6,0	17,0
8	09.03.2015	Поздние цветы	Понедельник	21:05:17	0:54:46	Россия-1	5,9	20,2
9	31.12.2015	Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика	Четверг	15:20:38	16:59:04	Первый канал	5,9	19,7
10	11.10.2015	Самое главное	Воскресенье	17:56:15	19:58:43	Россия-1	5,7	17,4
11	22.11.2015	Алла в поисках Аллы	Воскресенье	18:05:52	19:58:52	Россия-1	5,6	15,3
12	22.02.2015	Если любишь — прости	Воскресенье	21:28:35	23:28:31	Первый канал	5,5	16,7
13	08.03.2015	Красотка	Воскресенье	17:26:42	19:41:04	Первый канал	5,4	17,7
14	09.03.2015	Ожерелье	Понедельник	17:54:13	19:58:43	Россия-1	5,4	15,1
15	09.01.2015	Берега	Пятница	20:37:13	0:24:48	НТВ	5,2	15,7
16	09.05.2015	В бой идут одни «старики»	Суббота	23:11:46	0:41:24	Первый канал	5,2	25,1
17	06.12.2015	Жена по совместительству	Воскресенье	18:02:03	19:58:49	Россия-1	5,2	14,0
18	14.03.2015	Мой близкий враг	Суббота	21:00:57	0:47:39	Россия-1	5,1	17,7
19	15.11.2015	Чужое лицо	Воскресенье	17:58:19	19:59:49	Россия-1	5,0	14,1
20	09.05.2015	Битва за Севастополь	Суббота	19:01:40	19:58:58	Первый канал	4,9	19,0

InterMedia по данным TNS Russia, «ТВ Индекс»

Примечания:

Рейтинг — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общей численности аудитории. Доля — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общего количества зрителей в данный момент времени.

Как видно из таблицы, в топ-20 фильмов вошли преимущественно ленты российского и советского производства. Картин, снятых в СССР, в рейтинге 8, еще 11 — российские фильмы. Причем 10 из них были сняты специально для ТВ. Только одна картина, попавшая в рейтинг, ранее выходила в широкий прокат в кинотеатрах — «Битва за Севастополь». Из иностранных фильмов в рейтинг попала только «Красотка», снятая в США в 1990 году.

ТОП-20 СЕРИАЛЬНЫХ ЭПИЗОДОВ 2015 Г.

№	Дата	Название	День недели	Начало	Конец	Канал	Рейтинг, %	Доля, %
1	05.02.2015	Тест на беременность	Четверг	21:51:00	23:53:58	Первый канал	9,9	31,1
2	16.03.2015	Родина	Понедельник	21:21:18	22:34:31	Россия-1	9,2	26,5
3	28.01.2015	Тест на беременность	Среда	21:45:26	23:54:34	Первый канал	9,1	28,7
4	15.01.2015	Палач	Четверг	21:35:40	23:33:22	Первый канал	8,9	26,8
5	12.03.2015	Долгий путь домой	Четверг	21:45:31	23:54:30	Первый канал	8,9	29,7
6	26.03.2015	Родина	Четверг	21:22:11	22:25:28	Россия-1	7,6	21,2
7	22.01.2015	Мосгаз	Четверг	21:47:35	0:24:36	Первый канал	7,5	26,3
8	04.03.2015	Долгий путь домой	Среда	21:54:29	23:56:03	Первый канал	7,2	24,7
9	16.12.2015	Тайны следствия 15	Среда	21:09:12	23:00:53	Россия-1	6,9	20,1
10	06.04.2015	Однажды в Ростове	Понедельник	21:34:59	23:16:48	Первый канал	6,8	21,9
11	16.02.2015	Ликвидация	Понедельник	21:11:06	22:03:54	Россия 1	6,7	18,3
12	04.11.2015	Великая	Среда	21:36:31	23:35:10	Первый канал	6,7	19,8
13	29.11.2015	Тихий Дон	Воскресенье	21:40:41	22:24:39	Россия-1	6,7	18,2
14	11.01.2015	Палач	Воскресенье	21:21:06	23:18:24	Первый канал	6,6	17,8
15	12.11.2015	Великая	Четверг	21:46:30	23:42:50	Первый канал	6,4	20,6
16	21.12.2015	Временно недоступен	Понедельник	21:43:25	22:46:41	Первый канал	6,4	18,8
17	22.12.2015	Тайны следствия 15	Вторник	21:55:43	23:49:20	Россия-1	6,4	21,0
18	16.01.2015	Паутина 8	Пятница	22:47:11	23:42:02	НТВ	6,2	20,4
19	02.04.2015	Ленинград 46	Четверг	20:41:02	21:41:10	НТВ	6,2	16,9
20	19.10.2015	Паук	Понедельник	21:39:50	23:43:44	Первый канал	6,1	20,8

InterMedia по данным TNS Russia, «ТВ Индекс»

Примечания:

Рейтинг — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общей численности аудитории. Доля — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общего количества зрителей в данный момент времени.

ТОП-20 РОССИЙСКИХ СЕРИАЛОВ 2015 Г.

№	Название	Период	Время	Канал	Рейтинг, %	Доля, %
1	Тест на беременность	Январь–февраль	21:51	Первый канал	8,7	27,8
2	Родина	Март	21:21	Россия-1	7,4	21,6
3	Долгий путь домой	Март	21:45	Первый канал	7,0	23,2
4	Палач	Январь	21:35	Первый канал	7,8	23,2
5	Мосгаз	Январь	21:47	Первый канал	6,6	22,5
6	Тайны следствия 15	Декабрь	21:09	Россия-1	6,2	19,3
7	Однажды в Ростове	Апрель	21:34	Первый канал	5,7	19,4
8	Ликвидация	Февраль	21:11	Россия-1	5,1	18,9
9	Тихий Дон	Ноябрь–декабрь	21:40	Россия-1	5,0	15,6
10	Великая	Ноябрь	21:36	Первый канал	6,0	19,4
11	Временно недоступен	Декабрь	21:43	Первый канал	5,7	18,7
12	Ленинград 46	Март–апрель	20:41	НТВ	5,3	14,9
13	Паутина 8	Январь	22:47	НТВ	5,5	15,8
14	Тайны следствия 14	Декабрь	21:08	Россия-1	6,1	17,9
15	Паук	Октябрь	21:39	Первый канал	5,9	21,5
16	Идеальная жертва	Октябрь	21:55	Россия 1	5,2	16,1
17	Склифосовский 4	Апрель	23:15	Россия-1	5,2	16,2
18	Господа-товарищи	Февраль	21:41	Первый канал	5,2	17,8
19	Нюхач 2	Октябрь	21:52	Первый канал	5,8	20,3
20	Верни мою любовь	Февраль	22:20	Россия-1	4,5	16,1
По данным Movie Research						

Примечания:

Рейтинг — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общей численности аудитории. Доля — среднее количество человек, смотревших телепрограмму, выраженное в процентах от общего количества зрителей в данный момент времени.

Как видно из таблицы, почти все сериалы, попавшие в топ-20, являются российскими. Исключения — «Нюхач» украинского производства и «Верни мою любовь», снятый совместно Россией и Украиной.

В 2015 году заметно упрочил свои позиции телеканал «Россия-1». В прошедшем году количество популярных сериалов этого канала выросло с двух до восьми. Лидером по-прежнему остается «Первый канал», однако его сериалы теряют позиции в рейтинге по сравнению с прошлым годом. Также в топ-20 остался телеканал НТВ, но его сериалы заняли в таблице только две строчки.

ТЕЛЕКАНАЛЫ, ЛИДИРУЮЩИЕ ПО ОБЪЕМУ РЕКЛАМЫ, 2015 Г.

№	Канал	GRPs 30"	Изменение за год, %
1	Первый канал	221 850	2
2	Россия-1	185 294	–6
3	НТВ	183 052	–13
4	Пятый канал	110 195	7
5	ТНТ	110 058	14
6	Рен ТВ	75 685	3
7	СТС	75 408	–17
8	ТВ-3	56 917	1
9	ТВ Центр	51 636	4
10	Домашний	49 319	14
По данным TNS Russia			

Примечание:

GRPs (Gross Rating Point) — маркетинговый показатель, отражающий масштаб рекламного воздействия и показывающий, как часто рекламное сообщение демонстрировалось потребителю. GRPs считается путем суммирования рейтингов рекламного сообщения, транслируемого в рамках кампании.

Изменения объема рекламы на федеральных каналах за 2015 год не выявляют кризисных тенденций. Об этом сообщают специалисты агентства MEC Russia, проанализировавшие объем рекламы, размещенной на телевидении за 11 месяцев 2015 года, и сравнившие его с аналогичным периодом годом ранее.

Первую позицию традиционно занял «Первый канал», прибавивший 2%. Следом с отрицательными результатами идут «Россия-1» и НТВ. На четвертом месте оказался «Пятый канал», набравший 7% и обогнавший ТНТ (он прибавил 14%). Худшую динамику показал СТС, потерявший за год 17%. При этом другой телеканал холдинга «СТС Медиа» — «Домашний» — прибавил за год 14% и впервые вошел в десятку крупнейших по объему рекламы телеканалов.

ГЛАВА 4

ПЛАТНОЕ ТВ: ИНТЕРНЕТ-, СПУТНИКОВОЕ И КАБЕЛЬНОЕ ВЕЩАНИЕ

- 66 Общие положения
- 66 Структура рынка платного ТВ
- 66 Основные игроки рынка
- 67 Объем и структура рынка IP TV
- 67 Распространение ШПД в России
- 68 Видео в интернете: основные понятия
- 69 Устройства для передачи контента
- 69 Виды монетизации контента
- 70 Основные игроки рынка, 2015 г.
- 71 Распространение легальных видеосервисов
- 73 Smart TV

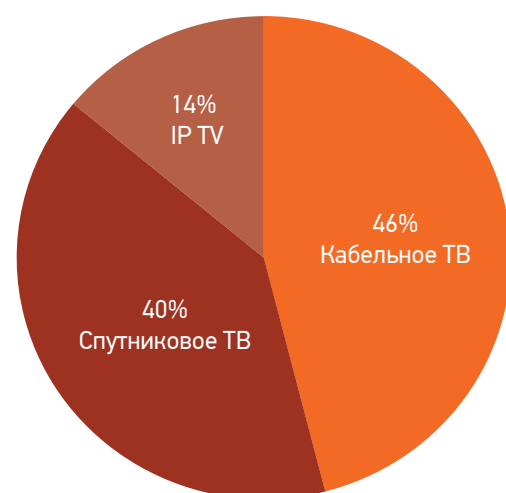
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Платное телевидение за годы своего существования в России стало вторым по популярности средством доставки кино и сериалов на дом к пользователю, а потому оно играет одну из важнейших ролей в развитии киноиндустрии наравне с эфирным.

Платное телевидение, как правило, работает по подписке (то есть за возможность просматривать телеканал или пакет телеканалов взимается абонентская плата). По технологии передачи сигнала выделяют три группы: спутниковое ТВ, кабельное ТВ и IP TV.

СТРУКТУРА РЫНКА ПЛАТНОГО ТВ

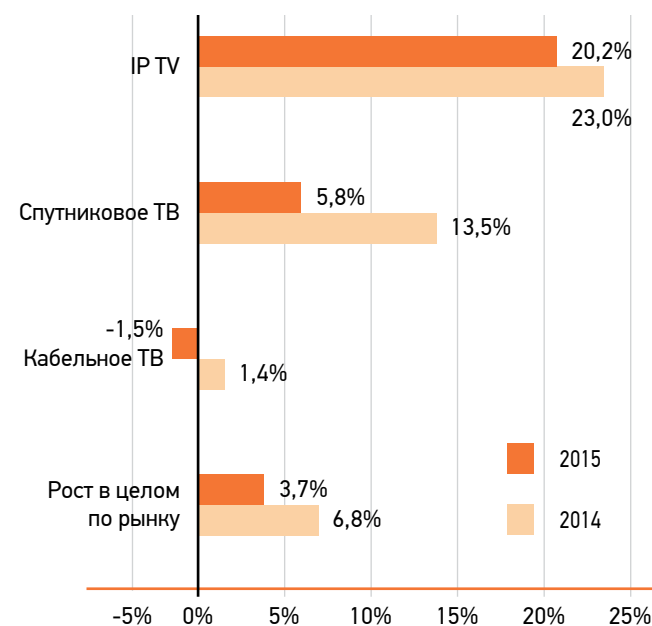
Структура рынка платного ТВ в России по технологиям, 2015 г.



По данным «ТМТ Консалтинг»

Рынок платного ТВ в России за 2015 год показал положительную динамику. По разным оценкам его объем составил 67,2–69,8 млрд руб., что говорит о росте более чем на 10% за год. Выросло и число абонентов. Ведущие исследовательские компании расходятся в оценке количества пользователей (39,2 млн чел. — iKS-Consulting, 39,4 млн чел. — «ТМТ Консалтинг», 39,8 млн чел. — J'son & Partners Consulting), но все они сходятся во мнении, что темпы роста замедлились. Связано это с повышением тарифов на обслуживание. Так, средний счет на одного абонента вырос, по данным «ТМТ Консалтинг», в среднем по рынку на 8% — со 134 до 145 руб.

Развитие технологий, 2014–2015 гг.

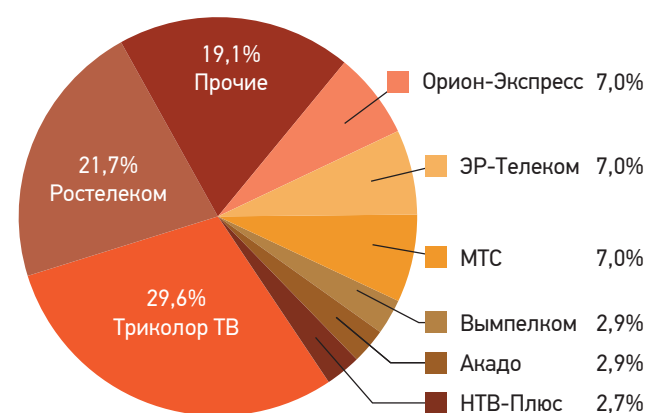


По данным «ТМТ Консалтинг»

Быстрее всех растет новый сегмент рынка — IP TV. Число подписчиков, по данным «ТМТ Консалтинг», за 2015 год увеличилось более чем на 20%, что выше темпов роста спутникового ТВ. Впервые в России число новых абонентов IP TV и спутникового ТВ оказалось одинаковым, составив 0,9 млн чел. В то же время кабельное телевидение впервые стало терять позиции.

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

Основные игроки платного ТВ в России по числу абонентов, 2015 г.



По данным J'son & Partners Consulting

В борьбе за абонента, как свидетельствует J'son & Partners Consulting, в 2015 году крупные операторы использовали агрессивные маркетинговые кампании, акции и пакеты из нескольких услуг. При этом основным аргументом в выборе оператора платного ТВ для зрителя продолжает оставаться большой набор телеканалов и наличие HD-версий. Количество зрителей HD-каналов выросло за год на 40% и составило 14,3 млн домохозяйств. Больше всего абонентов привлекли операторы компаний «Триколор ТВ» и «Ростелеком» — на них приходится более половины всех подписчиков платного ТВ в России.

Рынок платного ТВ продолжит расти в ближайшие годы, но, по прогнозу J'son & Partners Consulting, темпы его роста до 2020 года не будут превышать 2–3%. Это обусловлено уменьшением темпов роста абонентской базы, сокращением доходов населения и активной конкуренцией среди операторов.

«ТМТ Консалтинг» прогнозирует рост абонентской базы платного ТВ в России в 2016 году до 40,6 млн человек. При этом во многом он произойдет благодаря интернету — в полную силу должны заработать сервисы WiFire от «МегаФона» и OTT «Ростелекома», к которым могут подключиться несколько сотен тысяч абонентов. Объем рынка, по данным экспертов, превысит 70 млрд руб.

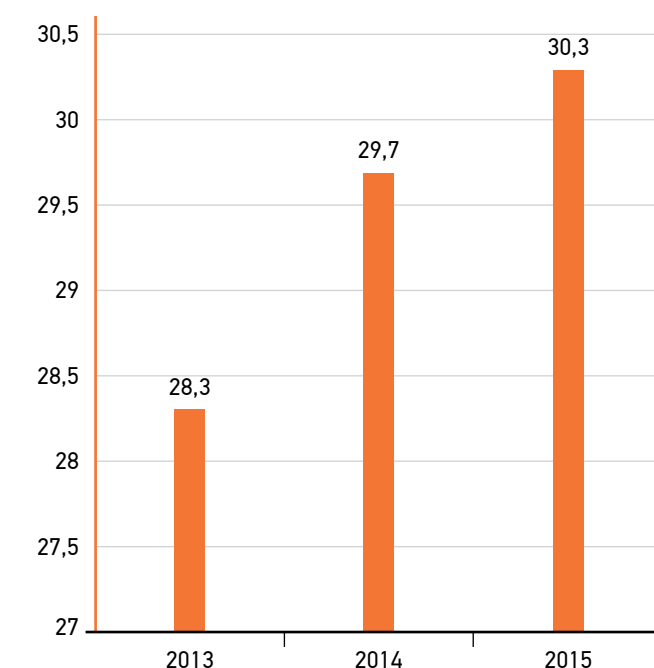
ОБЪЕМ И СТРУКТУРА РЫНКА IP TV

Повышение популярности сервисов OTT и IP TV в России напрямую связано с распространением широкополосного доступа в интернет (ШПД). Так, по данным J'son & Partners Consulting, за 2015 год число пользователей фиксированного ШПД в России выросло на 2%, до 30,3 млн пользователей.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ШПД В РОССИИ

Если сравнить степень распространения ШПД в России и других странах, заметно, что у отрасли неплохие резервы роста. Перспективы сохраняются за счет регионов: в Москве проникновение ШПД уже достигло своего предела.

Число абонентов фиксированного ШПД в России, млн чел., 2013–2015 гг.



По данным J'son & Partners Consulting

Проникновение ШПД, 2015 г.



По данным J'son & Partners Consulting

В J'son & Partners Consulting выделяют три основные тенденции на рынке ШПД.

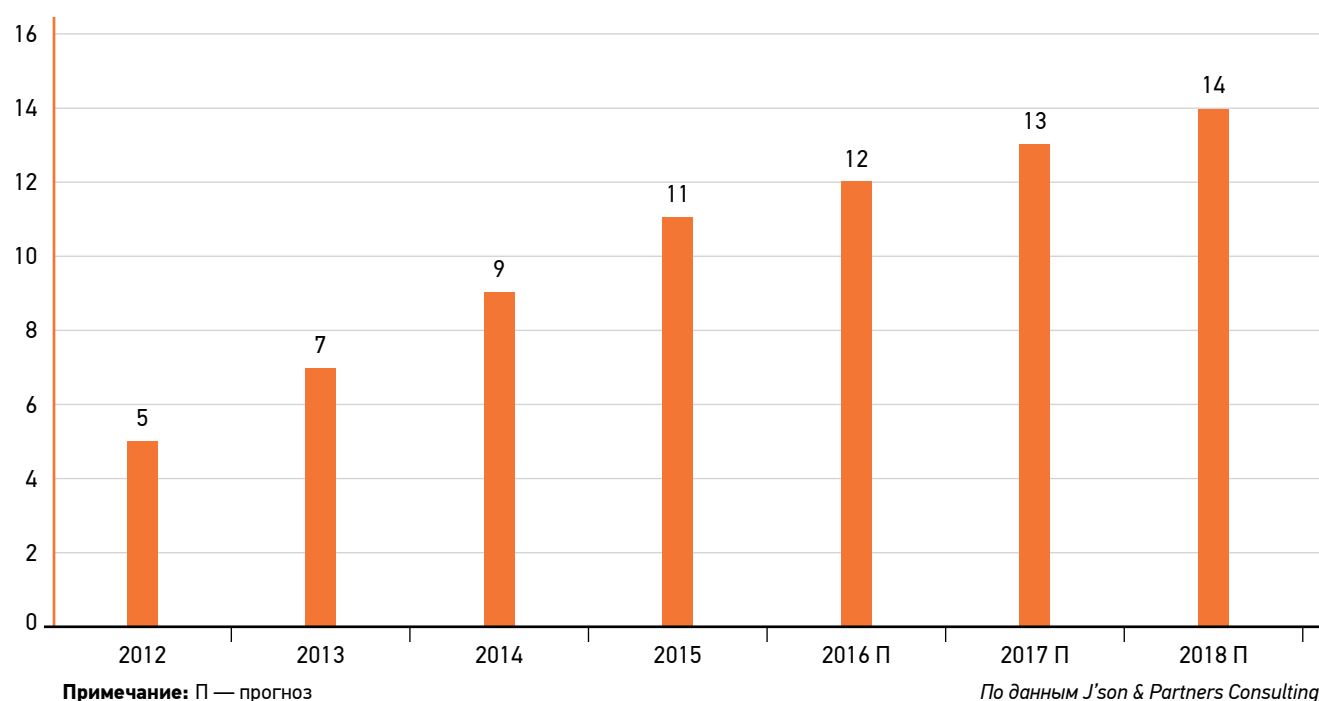
Во-первых, это рост скоростных тарифных планов. Так, доля пользователей, выбравших тарифные планы со скоростью 100 Мбит/с и более, выросла в два раза за последние два года. В 2013 году в этой нише оказались также подключения со скоростью свыше 1 Гбит/с. Тарифы со скоростью 1 Мбит/с и ниже практически ушли в прошлое, на их долю приходится не более 3% подключений.

Во-вторых, растет число подключений по оптическим линиям (до квартиры FTTN, до здания FTTB и т.д.). Технология ADSL теряет свои позиции и постепенно уходит с рынка.

В-третьих, растет число устройств с ШПД. Так, настольные компьютеры постепенно замещаются портативными устройствами. За 2015 год в России настольными ПК пользовались 53% семей, тогда как ноутбуками — 63%. Кроме того, средняя розничная цена смартфона и планшетного ПК снизилась даже с учетом повышения цен в 2015 году.

Рынок IP TV показывает высокие темпы развития. Так, по данным компании J'son & Partners Consulting, объем рынка легальных видеосервисов в России в 2015 году вырос на 15%.

Проникновение платного IP TV в России, 2012–2018 гг, %



ВИДЕО В ИНТЕРНЕТЕ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

Бурное развитие интернета в России привело к появлению новых технологий доставки пользователю теле- и видеоконтента.

ОТТ (Over the Top) — метод передачи данных, использующий существующие сети. Суть его заключается в том, что видеосигнал доставляется от провайдера контента на специальное устройство пользователя через интернет, но без непосредственных контактов с оператором связи. Интернет-провайдер не контролирует ОТТ-сервис, а ОТТ-сервис не контролирует сеть и не гарантирует качество сигнала.

По способам просмотра различают следующие виды сервисов:

- Видео по запросу (Video on Demand, VOD) — система индивидуальной доставки абоненту телевизионных программ и фильмов. Видео можно в любое время заказать из каталога, при этом часто поддерживаются дополнительные функции: перемотка, пауза, закладки. Основной контент в сервисах VOD — фильмы и сериалы, поэтому основные поставщики этой услуги — операторы платного цифрового телевидения и онлайн-кинотеатры.

- Потокное вещание (Streaming) — непрерывная трансляция аудиовизуальных материалов. Сервис не предусматривает возможность сделать паузу, а потом продолжить воспроизведение с той же точки. В большинстве случаев источником контента для потокового вещания в интернете являются телеканалы.
- Скачиваемое видео — файл с контентом для осуществления просмотра скачивается пользователем на его устройство. Такие сервисы по большей части являются пиратскими. В число легальных входят, например, интернет-магазины видеоконтента iTunes Store и Google Play Фильмы.

УСТРОЙСТВА ДЛЯ ПЕРЕДАЧИ КОНТЕНТА

Для передачи контента используются следующие устройства:

- Настольный ПК / ноутбук — доступ к сервисам осуществляется посредством интернета через браузер или специально предложенное программное обеспечение.
- Мобильное устройство — доступ к сервисам предоставляется для мобильных устройств, поддерживающих работу в интернете (смартфоны и планшеты). Как правило, предполагается использование специального программного обеспечения. Если услуга предлагается оператором связи, то её использование возможно только внутри мобильной сети.
- Smart TV — класс устройств, представляющих собой телевизор или домашний кинотеатр со встроенными интерактивными сервисами, работающими посредством подключения к интернету.
- Ресивер (сет-топ бокс, set-top box) — техническое устройство, которое при подсоединении к современной модели бытового телевизора позволяет ему выполнять функции Smart TV. Ресиверы иногда встраиваются в домашние DVD- и Blu-Ray-плееры.
- Игровая консоль — бытовое устройство для видеоигр, имеющее также функции для выхода в интернет и обращения к ОТТ-сервисам (последнее поколение Sony PlayStation и Xbox).

Стоит отметить, что большая часть современных игроков рынка обеспечивают доступ к своим сервисам с различных устройств, как минимум — с ПК и мобильных устройств.

ВИДЫ МОНЕТИЗАЦИИ КОНТЕНТА

Виды монетизации контента:

- Подписка — реализуется в виде платы, взимаемой с пользователя за доступ к каталогу или пакету в течение определенного времени. Используется в сервисах как с потоковым видео, так и с видео по запросу. В последнем случае подписку принято называть SVOD (Subscription Video on Demand).
- Оплата разового просмотра — пользователь отдельно оплачивает просмотр определенной единицы контента. Для VOD-сервисов принято обозначение TVOD (Transactional Video on Demand). Для него характерно ограничение по времени, в течение которого пользователь может просмотреть приобретенную единицу контента (как правило, 2–3 суток).
- Продажа цифровой копии (EST, Electronic sell-through) — покупка контента с возможностью многократного просмотра без ограничения по времени. Характерно для онлайн-кинотеатров и магазинов с видеоконтентом.
- Демонстрация рекламы — безвозмездный для пользователя способ монетизации цифрового контента, при котором просмотр сопровождается демонстрацией рекламы до, во время и/или после просмотра. Используется сервисами как с потоковым видео, так и с видео по запросу. В последнем случае принято обозначение AVOD (Advertising Video on Demand).

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА, 2015 Г.

Компания	Вид сервиса	Способ просмотра	Платформы	Бизнес-модель			
				Демонстрация рекламы	Подписка, руб.	TVOD, руб.	EST, руб.
Amediateka	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	нет	399–799 в месяц	199–499	нет
AYYO	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV	нет	нет	49–69	99–349
Google Play Фильмы	Магазин видеоконтента	Скачиваемое видео	ПК, мобильные устройства	нет	нет	29–99	29–329
iTunes Store	Магазин видеоконтента	Скачиваемое видео, Видео по запросу**	ПК, мобильные устройства*, ТВ-приставки**	нет	нет	69–99	199–349
ivi.ru	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, игровые консоли, ТВ-приставки	есть	399 в месяц	99–299	299–399
Megogo	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	есть	17 — первый месяц, затем — 197 в месяц	нет	нет
Okko	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, игровые консоли	нет	нет	79	99–349
Rutube	Видеохостинг	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	есть	нет	нет	нет
Tvigle	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, игровые консоли, ТВ-приставки	есть	нет	нет	нет
Tvzavr	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	есть	249 в месяц	69–129	199–249
Videomore	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV,	есть	нет	нет	нет
YouTube	Видеохостинг	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства	есть	есть ****	есть ****	есть ****
Zabava ***	Операторский VOD	Потоковое видео, Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	нет	150 в месяц	30–300	50–349
Zoomby	Онлайн-кинотеатр	Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки	есть	нет	нет	нет
Акадо ***	Операторский VOD	Потоковое видео	ТВ-приставки	нет	нет	60	нет
Билайн ТВ ***	Операторский VOD	Потоковое видео	ТВ-приставки	нет	нет	15–100	нет
МегаФон ТВ ***	Операторский VOD	Потоковое видео, Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV	нет	5–9 в сутки	99–149	249–349
МТС ТВ ***	Операторский VOD	Потоковое видео, Видео по запросу	ПК, мобильные устройства, Smart TV	нет	9,99–15 в сутки	нет	нет
НТВ+ ***	Операторский VOD	Потоковое видео, Видео по запросу	ТВ-приставки	нет	149–1049 в месяц	99	нет
Триколор ***	Операторский VOD	Потоковое видео, Видео по запросу	ТВ-приставки	нет	1200–2000 в год	нет	нет

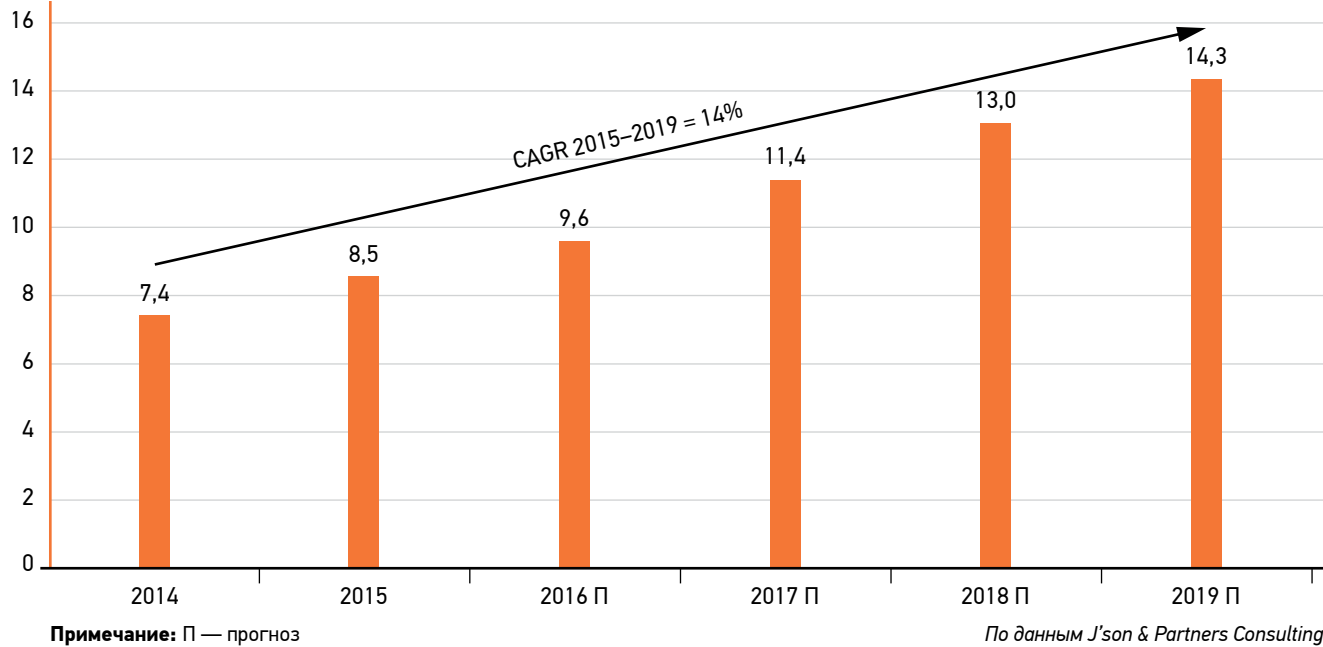
InterMedia по материалам опросов компаний

Примечания:
* Только iPhone, iPad и iPod Touch
** Только Apple TV
*** Не учитываются пакеты, содержащие только спортивные/музыкальные каналы, то есть не показывающие кино/сериалы. Цены на них могут отличаться от указанных.
**** Платный контент на YouTube появился в конце 2015 года. На данный момент включить платные подписки можно только в 20 странах, Россия в их число пока не входит.

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЛЕГАЛЬНЫХ ВИДЕОСЕРВИСОВ

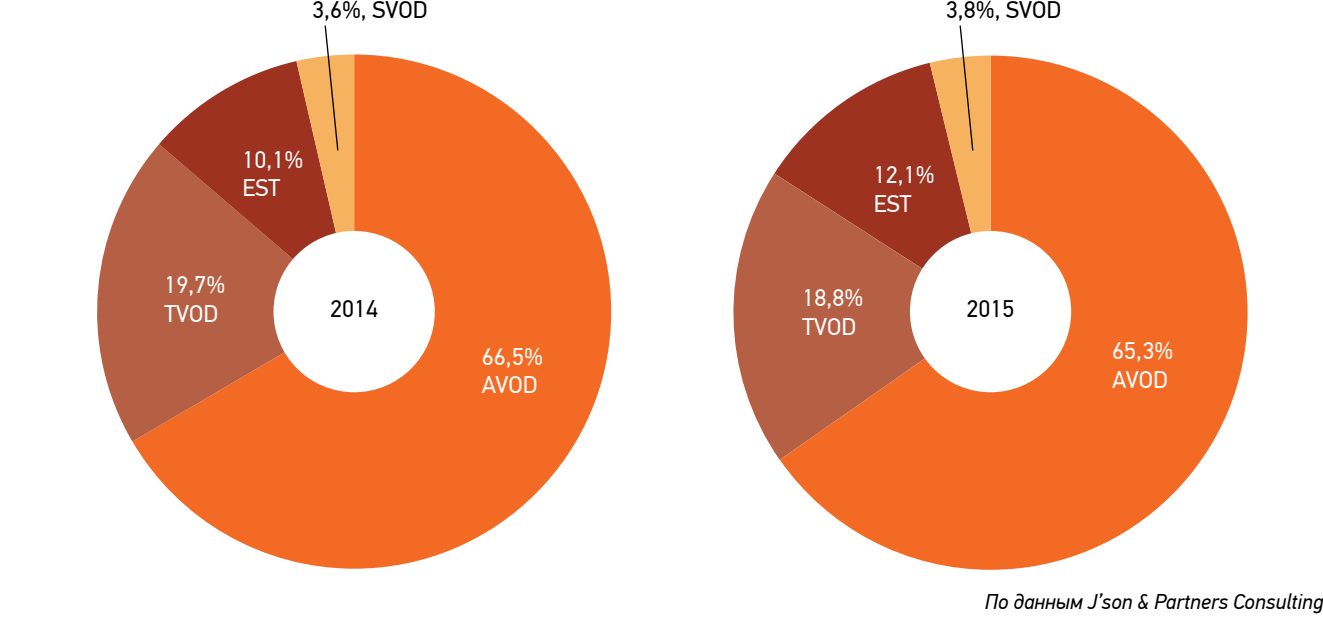
По данным компании J’son & Partners Consulting, объем рынка легальных видеосервисов в России в 2015 году вырос на 15%.

Российский рынок легальных видеосервисов, 2014–2019 гг., млрд руб.



По итогам года объем российского рынка легальных видеосервисов достиг 8,5 млрд руб.. Наиболее распространенной моделью монетизации оказался показ рекламы. По прогнозам J’son & Partners, рекламная модель будет оставаться лидером рынка до 2019 года.

Структура рынка легальных видеосервисов по моделям монетизации, 2014–2015 гг.



По объему доходов лидируют онлайн-кинотеатры — они заработали за 2015 год 5,9 млрд руб. По данным J'son & Partners, на втором месте находятся телеканалы, заработавшие 1 млрд руб. Исследователи полагают, что рост количества телеканалов, работающих в интернете, продолжится, а потому вырастут и их доходы. Операторы связи получили от услуг предоставления видео по запросу 994 млн руб. Платформы цифровой дистрибуции (магазины видеоконтента) заработали 581 млн руб. Замедлить развитие этого сегмента в ближайшем будущем способно введение НДС на продажу цифрового контента. Проект дополнительного налогообложения в данный момент разрабатывается шестью профильными ведомствами, его цель — обеспечить равные условия ведения деятельности для ИТ-компаний в России (многие из которых сейчас зарегистрированы за рубежом для оптимизации налогообложения). Это делается по поручению Президента РФ, подписанному по результатам первого российского форума «Интернет-экономика», состоявшегося 22 декабря 2015 года.

Структура рынка легальных видеосервисов по сегментам, 2015 г.

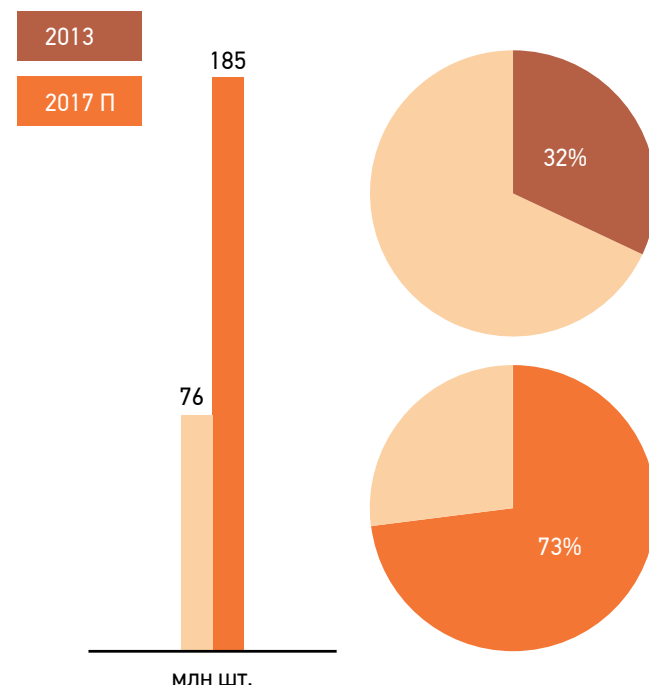


По данным J'son & Partners Consulting

По прогнозу «ТМТ Консалтинг», основными трендами развития рынка онлайн-видеосервисов в ближайшие годы станут:

- изменение состава участников рынка вследствие прихода глобальных игроков (Netflix и т.д.), сделок M&A, выхода на рынок OTT операторов связи и ИТ-компаний;
- преимущественное развитие платной модели, в том числе подписки;
- расширение игроками спектра предоставляемых сервисов (потокное ТВ, информационные ресурсы, контент собственного производства, выход на новые платформы);
- дальнейшее расширение географии предоставления услуг российскими видеосервисами;
- осуществление дальнейших шагов по регулированию рынка, партнерство государства и OTT-видеосервисов в продвижении российского контента.

Динамика объема и доли продаж Smart TV в мире, 2013–2017 гг.



Примечания:
Доля указана от общего объема продаж ТВ
П — прогноз

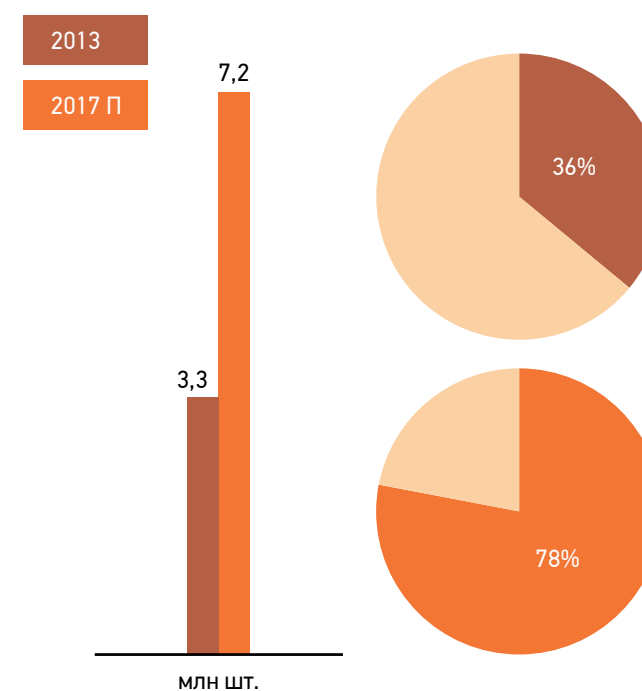
По данным Strategy Analytics, IHS Consulting

SMART TV

Телевизоры Smart TV пользуются повышенным спросом. По оценкам J'son & Partners Consulting, мировой рост продаж ежегодно составляет не менее 1%.

По прогнозам исследователей, к 2017 году в России рынок вырастет до 29,8 млн подключенных устройств, что составит 22% от общего парка телевизоров.

Динамика объема и доли продаж Smart TV в России, 2013–2017 гг.



Примечания:
Доля указана от общего объема продаж ТВ
П — прогноз

По данным Strategy Analytics, IHS Consulting

В 2017 году будет продано 7,2 млн Smart TV, что составит 78% продаж всех плоскопанельных телевизоров. Для сравнения, в 2013 году было продано 3,3 млн Smart TV, что составило 36% продаж всех плоскопанельных телевизоров.

РЫНОК DVD И BLU-RAY

- 76 Общие положения
- 78 Структура рынка
- 79 Типы релизов
- 80 Доли стран среди релизов
- 83 Доли крупнейших издателей

ГЛАВА 5

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Физические носители долгие годы были единственным способом доставки кино и сериалов непосредственно на дом к пользователю. В 1990-х видеокассеты сменили диски — DVD и Blu-Ray.

Рынок видео на физических носителях какое-то время успешно развивался, однако за последние годы он значительно сократился. Негативно повлияло на него как DVD-пиратство в начале 2000-х, так и появление высокоскоростного интернета, а с ним — сервисов видео по запросу, онлайн-кинотеатров и сайтов с нелегальным контентом.

Главный способ исследования рынка видео на физических носителях — анализ данных из открытых источников. Ранее сведения о релизах фильмов на DVD и Blu-Ray публиковали издания «Видео-магазин» и «Бюллетень видеорынка», но они оба закрылись в 2012 году. Единственным открытым источником данных о релизах, издателях и датах стал сайт «КиноПоиск».

С падением спроса начали исчезать и точки продаж. Многие специализированные сети закрылись или заметно уменьшились. Одновременно сократился объем ассортимента, представленного в магазинах, торгующих электроникой, а также в супермаркетах и гипермаркетах. Все это привело к резкому снижению за последний год числа релизов и их тиражей как на DVD, так и на Blu-Ray.

Кризис на рынке физических носителей подтвердили сами его представители. Олег Зеликман, директор по продажам и работе с клиентами ком-

пании «Сони ДАДС», крупнейшего в России производителя Blu-Ray, заявил, что кризис сказался незначительно: «В целом объем производства находится на стабильном уровне». Однако он отметил, что большая часть производимых дисков приходится на игры для платформы PlayStation, а не на фильмы. По его мнению, доля физических носителей будет продолжать снижаться с разной скоростью для разных платформ, но еще несколько лет данный рынок будет актуальным.

Продавцы ощутили кризис на рынке сильнее, отметив значительное сокращение продаж дисков. Так, в магазинах сети «М.Видео» спрос упал на 30%. Это повлияло и на выставляемый ассортимент товаров.

«Диски Blu-Ray представлены во всех магазинах нашей сети, DVD — только в половине. Мы исходим из спроса и торговой площади магазина», — пояснила представитель «М.Видео» Юлия Зотова.

По её словам, на сокращении ассортимента продукции в первую очередь сказался уход с рынка компаний «Двадцатый Век Фокс СНГ» и «СР Дистрибуция».

Магазины «Ашан» пока не отказываются от отделов с дисками полностью, однако в некоторых точках данного вида товаров уже не найти.

«Интерес покупателей к данной категории товара заметно снижается с каждым годом. Несмотря на это, в гипермаркетах компании «Ашан Ритейл Россия» по-прежнему есть отделы с DVD и Blu-Ray продукцией. Предложенный ассортимент оптимизирован согласно спросу и трендам», — прокомментировала ситуацию директор по внешним коммуникациям компании Мария Курносова.

В интернет-магазине Ozon.ru продажи дисков упали на 20%, но из планов на ближайшие годы эту часть ассортимента пока не исключают:

«Рынок физических носителей с кинопродукцией проживет еще 3 года, и то в основном за счет регионов», — сообщила представитель ритейлера Мария Назамутдинова.

«Московский Дом книги» имеет крупнейшую среди книжных магазинов секцию с мультимедиа. В силу специфики магазина данный сегмент сократился не так заметно, однако и здесь тенденция подтверждается.

«Кризис на рынке наблюдается последние 3 года. За 2015 год общий спрос на продукцию DVD и Blu-Ray относительно 2014 года сократился на 13%. Динамика в 2016 году также отрицательная. Ассортимент с каждым годом сокращается как по причине уменьшения товарного предложения, так и снижения покупательского спроса. Увеличение детского ассортимента и образовательных программ частично компенсирует снижение спроса на продукцию для взрослой аудитории», — сообщила Надежда Михайлова, руководитель сети книжных магазинов «Московский Дом книги». Также она отметила, что Blu-Ray не является распространенным носителем и отстает от DVD в соотношении примерно 1 к 25. Однако основной причиной падения спроса руководитель сети считает пиратство.

«Доступность цифрового контента в интернете (в первую очередь нелегального) всегда отрицательно отражалась и будет негативно влиять на продажи физических носителей. Судя по тенденциям, падение спроса на данном рынке будет продолжаться», — считает Надежда Михайлова.

Спрос на конкретную продукцию в значительной степени зависит от специализации магазинов. Так, в «М.Видео» преобладающую часть продаж составляют коллекционные издания, большая часть которых распространяется эксклюзивно или по специальной цене, а также новинки; все остальное — распродажа каталога. В Ozon.ru активно покупают кино на Blu-Ray: «Большая часть продаж — новинки. Плюс — коллекционные издания к праздникам». В «Московском Доме книги» свежие хиты проката не влияют на объем продаж, формат 3D тоже не является популярным.

«Стабильно продаются аудиокниги, классика отечественного и зарубежного кинематографа, коллекционные издания на DVD и Blu-Ray, образовательные программы и детский ассортимент», — сообщила Надежда Михайлова.

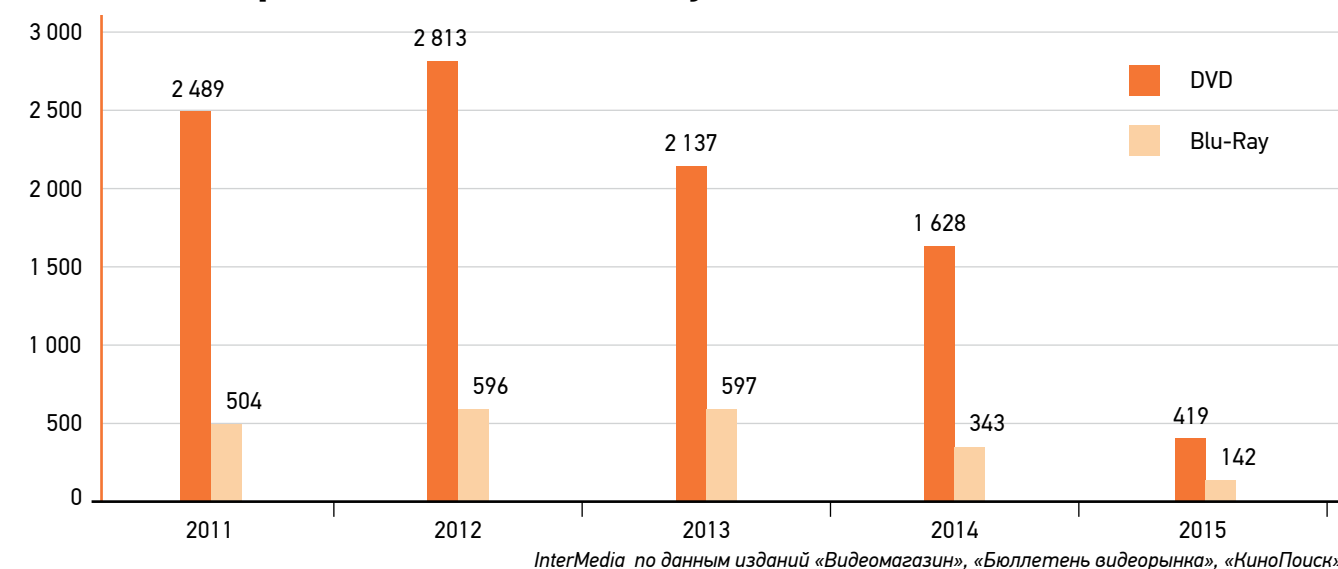
Сеть «М.Видео» первой среди магазинов начала помимо физических носителей продавать ключи к онлайн-кинотеатрам «Амедиатека», АУУО и iTunes. Здесь считают, что доля данного ассортимента будет только расти.

«Спрос на карты с ключами доступа связан с популярностью ресурсов. Сейчас в «М.Видео» спрос на видеоносители выше, но из года в год ситуация постепенно меняется. С учетом борьбы с нелегальным распространением видеоконтента будущее у онлайн-кинотеатров, несомненно, есть. Мы уверены, что клиент готов платить за качество потребляемого контента, а также за сервис и удобство просмотра», — заявила представитель сети Юлия Зотова.

Российский рынок видео на физических носителях приобретает все более четкую направленность на художественные фильмы

СТРУКТУРА РЫНКА

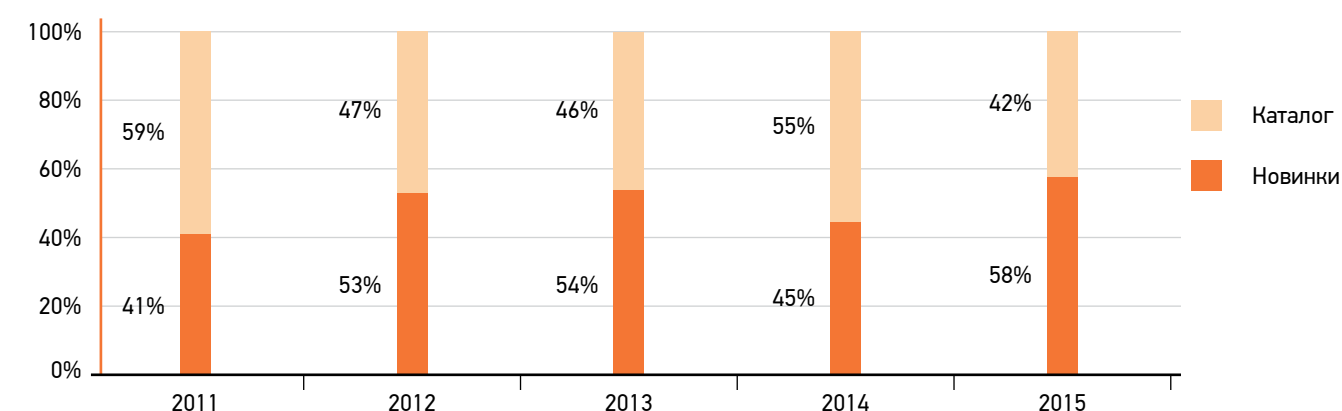
Количество релизов DVD и Blu-Ray, 2011–2015 гг.



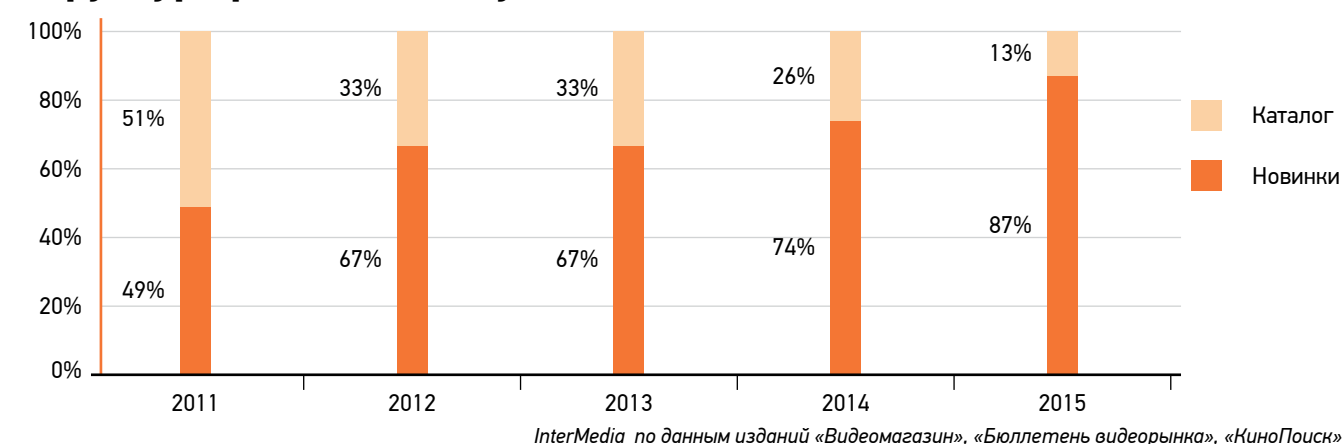
Как видно, за 2015 год число релизов Blu-Ray сократилось более чем в два раза. Причем и годом ранее падение тоже было весьма существенным — в 1,7 раз.

В то же время DVD-релизы, в 2014 году сократившие ассортимент всего в 1,3 раза, в 2015 году сдали позиции в 3 с лишним раза. До этого число изданий стабильно превышало 2 тыс.

Структура рынка DVD, 2011–2015 гг.



Структура рынка Blu-Ray, 2011–2015 гг.



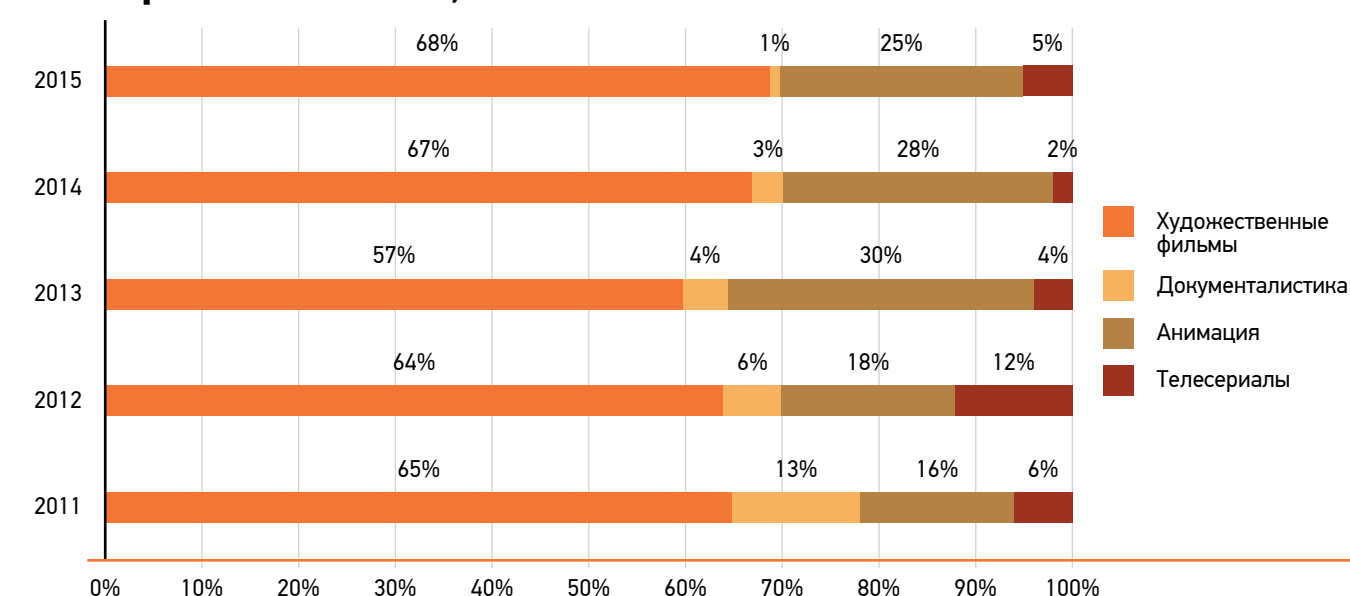
Стабильность на рынке видео на физических носителях сохраняется только в вопросе новизны изданий. Дистрибьюторы давно выработали определенную методику и действуют по ней не первый год.

Так, среди релизов на DVD новинки (фильмы, снятые в течение последних двух лет) и издания каталога (переиздания более старых картин, на которые у дистрибьютора имеются лицензии) распределяются примерно поровну.

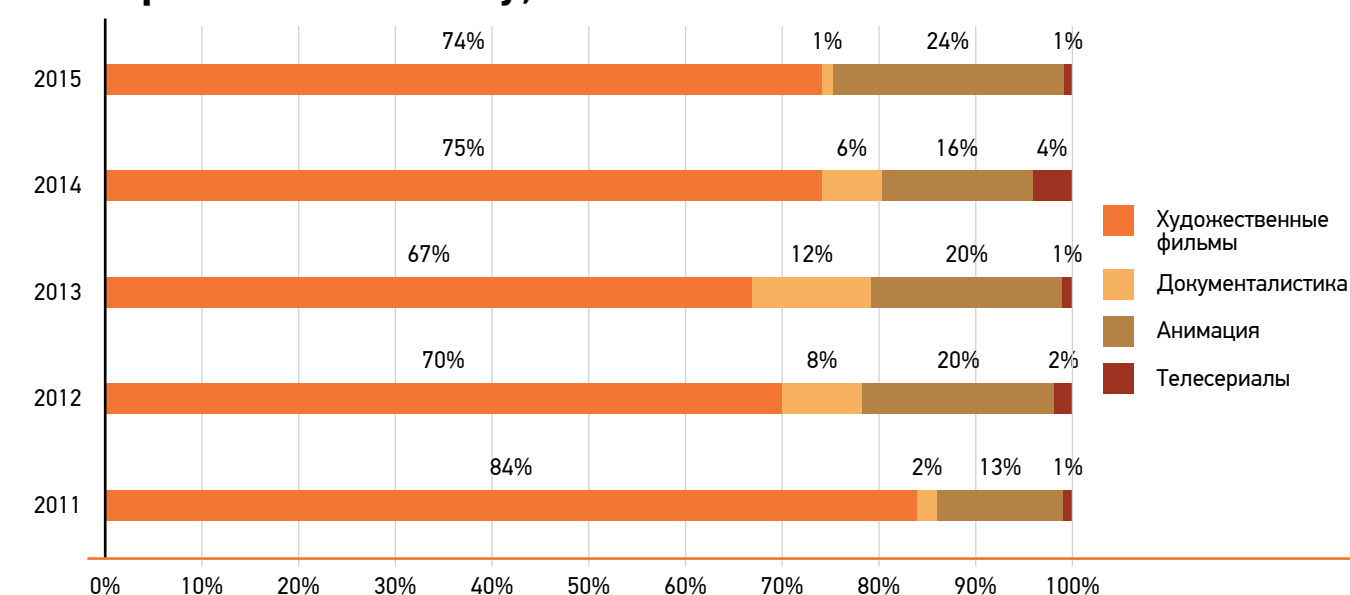
В то же время среди Blu-Ray с 2012 года появилась тенденция к сокращению выпуска старых фильмов, что связано с более высокой ценой на эти издания. Более вероятно, что в премиум-формате зритель купит самый свежий фильм, еще не стершийся из памяти после кинотеатра, а потому на Blu-Ray все чаще появляются картины, недавно вышедшие из проката. Если в 2012 году на долю новинок приходилось 64% рынка Blu-Ray, то в 2014 году их было уже 74%. В 2015 году на долю новинок пришлось 87% рынка.

ТИПЫ РЕЛИЗОВ

Типы релизов на DVD, 2011–2015 гг.



Типы релизов на Blu-Ray, 2011–2015 гг.

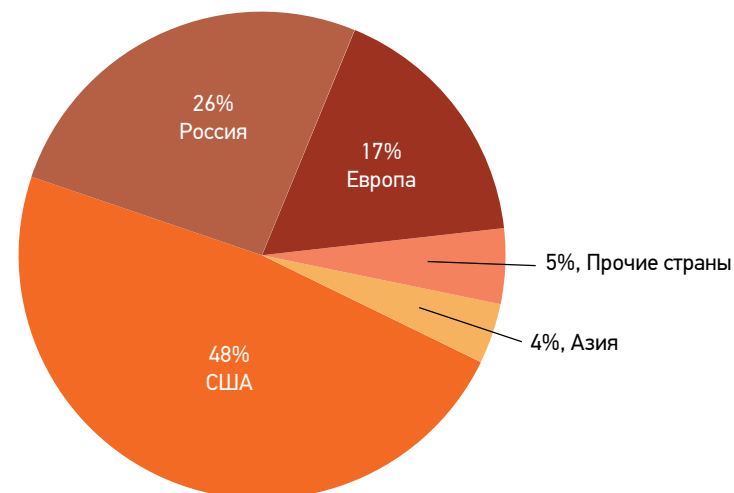


InterMedia по данным изданий «Видеомагазин», «Бюллетень видеорынка», «КиноПоиск»

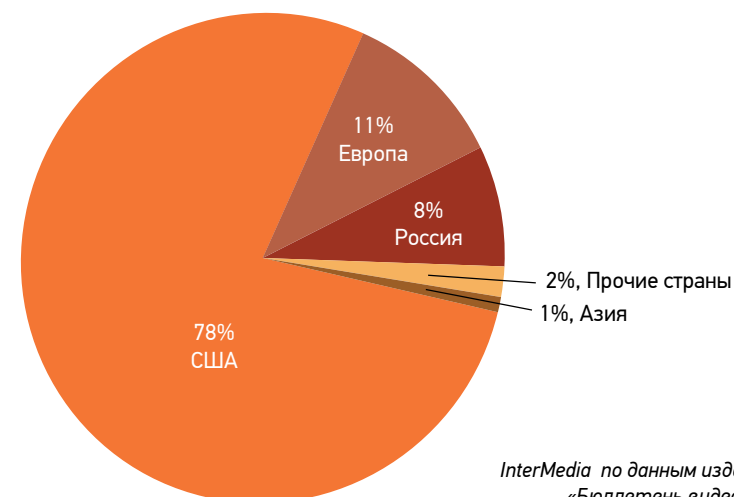
Среди выпускаемых дисков в России преобладают художественные фильмы — на них приходится 68% доли рынка DVD (за последние пять лет это рекордный показатель) и 74% рынка Blu-Ray. Второе место по числу релизов принадлежит анимации — как полнометражным картинам, так и мультсериалам. Их доля на DVD упала с 28% до 25%, а на Blu-Ray наоборот — выросла с 16% до 24%. Такой рост объясняется двумя факторами. Во-первых, как уже было отмечено выше, большинство анимационных релизов являются новинками 2014–2015 гг. Во-вторых, немаловажно и разнообразие форм выпуска: среди анимационных картин чаще, чем у других типов художественных произведений, встречаются издания в 3D, выходящие одновременно с 2D.

ДОЛИ СТРАН СРЕДИ РЕЛИЗОВ

Доли стран среди релизов на DVD, 2015 г.



Доли стран среди релизов на Blu-Ray, 2015 г.

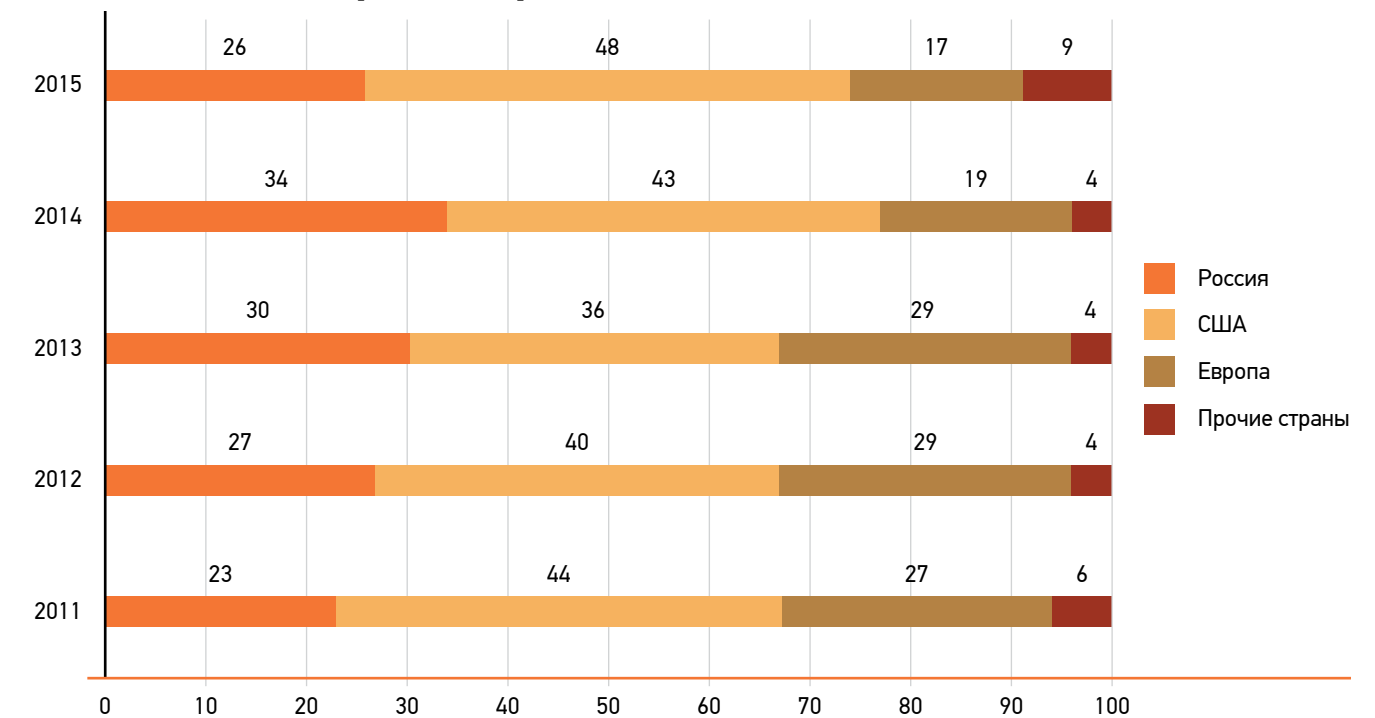


InterMedia по данным изданий «Видеомagазин», «Бюллетень видеорынка», «КиноПоиск»

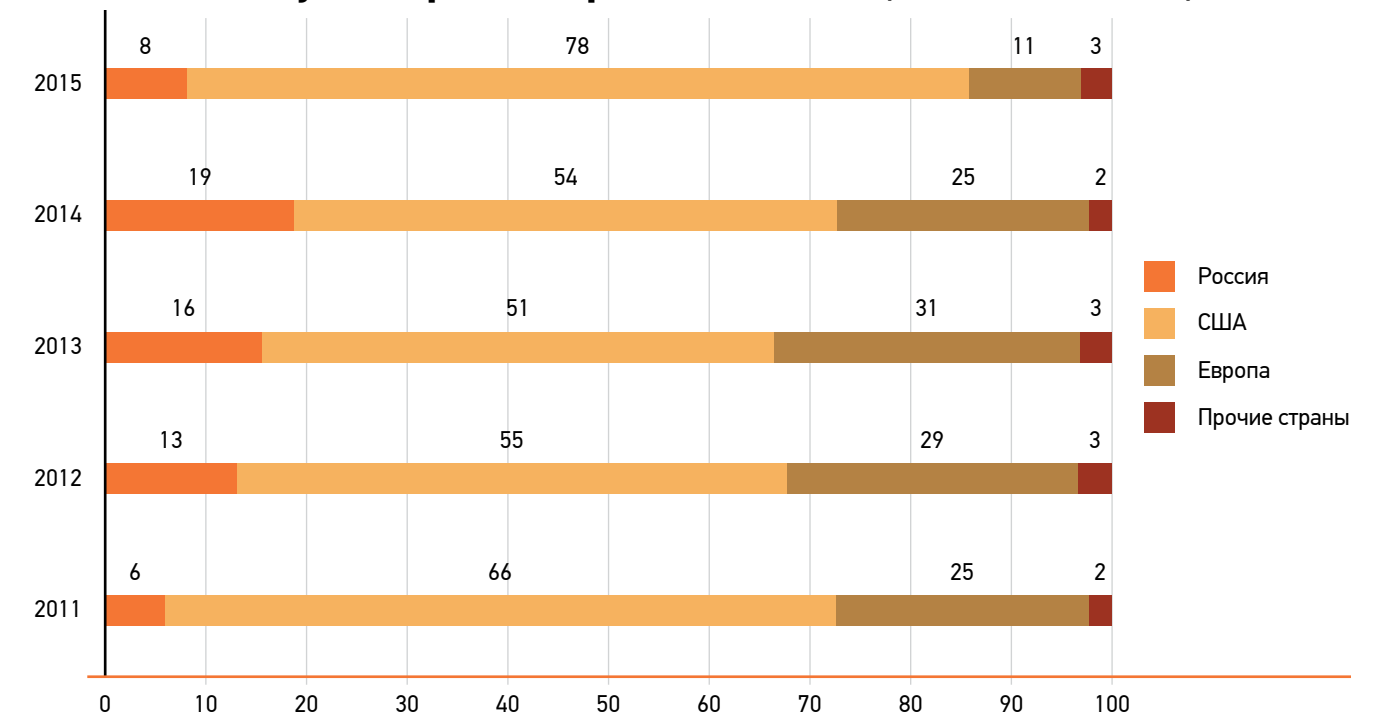
Среди релизов на Blu-Ray в 2015 году почти пропали телесериалы — их доля сократилась до 1%. С DVD ситуация чуть лучше, но рост на 3% обусловлен в первую очередь сокращением доли документальных фильмов — с 3% до 1%. Как и прежде, большинство выходящих на DVD телесериалов — российского производства 2013–2014 гг. Исключение составляют только «Сваты» производства Украины и четвертый сезон «Игры престолов» из США.

Российский рынок видео на физических носителях приобретает все более четкую направленность на художественные фильмы. Несмотря на то, что издания в формате Blu-Ray стоят дороже обычных DVD, они также направлены на детскую аудиторию благодаря большому числу анимационных релизов.

Рынок DVD по странам-производителям, 2011–2015 гг., %



Рынок Blu-Ray по странам-производителям, 2011–2015 гг., %



InterMedia по данным изданий «Видеомagазин», «Бюллетень видеорынка», «КиноПоиск»

Число российских релизов на DVD за 2015 год составило 109 наименований (26% от общего числа изданий), а на Blu-Ray — 12 наименований (8% от общего числа изданий). Несколько лет подряд Россия наращивала долю рынка. Рекорд был поставлен в 2014 году (34% рынка DVD и 19% рынка Blu-Ray), когда на физических носителях было

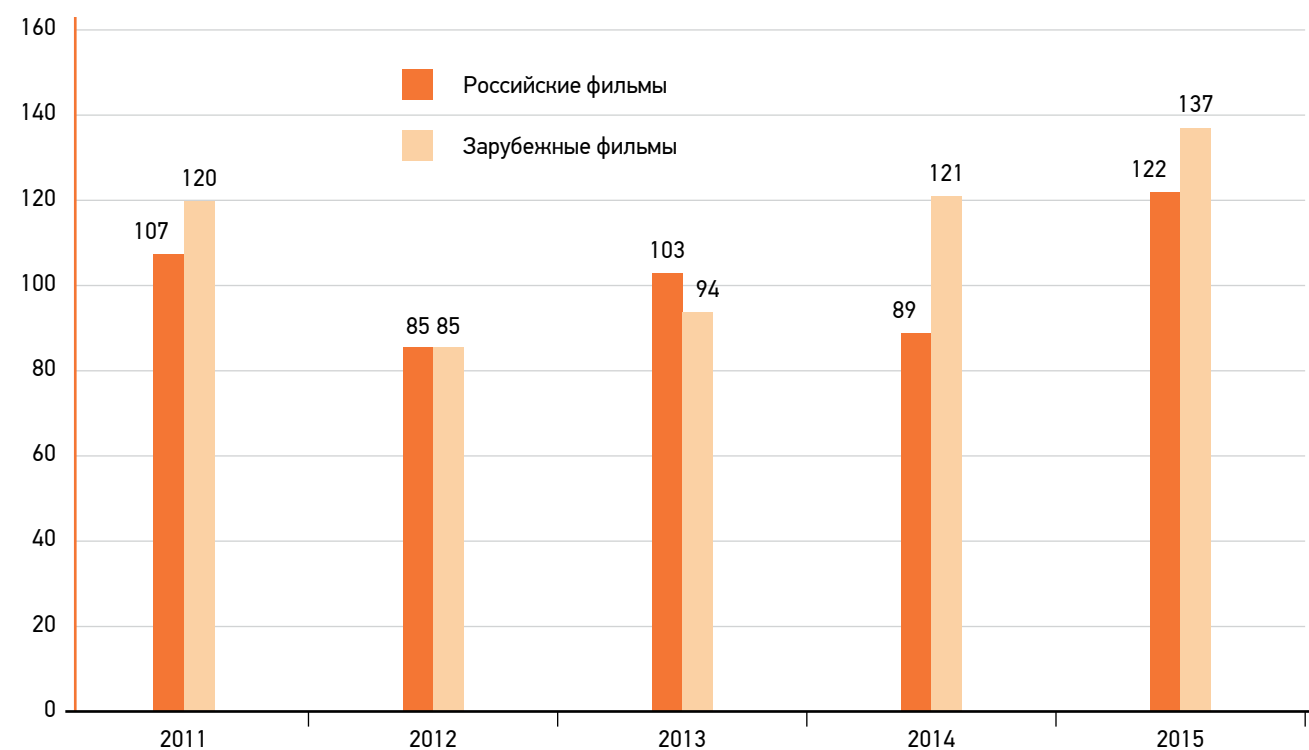
впервые издано много классики советского кинематографа. Тенденция выпускать классику существует на рынке довольно давно, и в тот момент она достигла пика: вышло 170 наименований, из которых 56 — впервые. Но к 2015 году этот тренд практически сошел на нет: за год появилось только 16 картин производства СССР.

Среди зарубежных изданий большая часть приходится на США. Доля американских фильмов на DVD составляет 48%, на Blu-Ray — 78%. Число релизов сократилось, но они смогли занять наибольший объем рынка, т.к. в формате Blu-Ray оказалось выгодно выпускать американские блокбастеры.

Доля релизов независимого кино из Европы и остальных стран на Blu-Ray сократилась до 11% и 3% соответственно. Издатели, выпускающие пре-

имущественно артхаус, вообще ушли из этого сектора, выбрав формат DVD. Но и на этом поле Европа слегка ослабила позиции — с 19% до 17%, тогда как прочие страны даже показали рост. Доля азиатских релизов, как и в прокате, мала — она составляет только 4% изданий на DVD и 1% на Blu-Ray.

Средний размер «окна» между премьерой в кинотеатре и выходом фильма на DVD, 2011–2015 гг., дни



InterMedia по данным изданий «Видеомагазин», «Бюллетень видеорынка», «КиноПоиск»

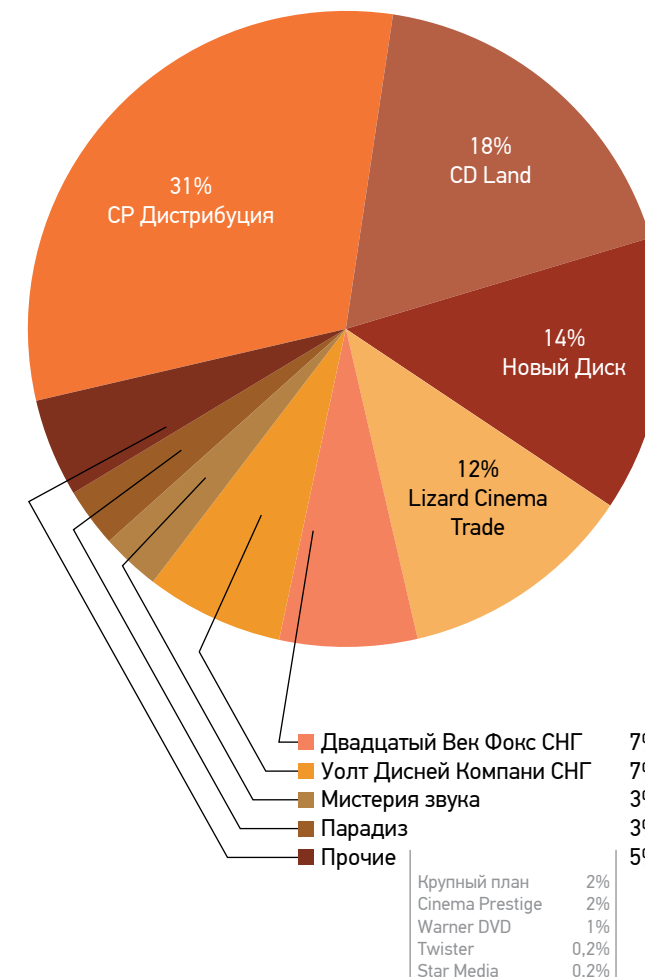
В целях борьбы с пиратством дистрибьюторы долгое время сокращали срок между премьерой фильма в кинотеатрах и выходом картины на физическом носителе. Однако, по данным «Невафильм Research», с 2009 года ситуация начала меняться: издатели стали отказываться от выпуска сокращенных «театральных» версий фильмов в пользу более дорогих расширенных изданий, содержащих вырезанные сцены, дополнительные звуковые дорожки и разнообразный новый контент. Вопрос борьбы с пиратством в данной отрасли стал менее актуальным за счет сокращения его объемов — как свидетельствуют участники рынка, пиратство

в секторе DVD и Blu-Ray практически исчезло, перейдя в интернет. По этой причине премиальные издания стали появляться позже, а «окно» между выходом фильма в кинотеатре и на диске увеличилось. Все чаще дистрибьюторы практикуют выход фильма в различных сервисах по запросу сразу после показа в кинотеатрах, а уже затем — на физическом носителе.

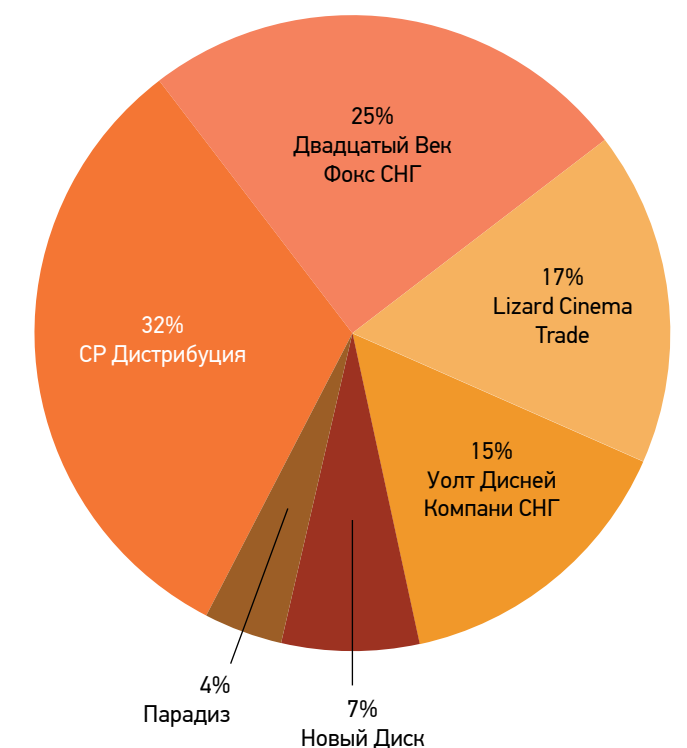
Средний размер «окна» до выпуска диска составляет сейчас 124 дня. Причем у отечественных картин этот срок меньше, чем у зарубежных: 122 дня против 137.

ДОЛИ КРУПНЕЙШИХ ИЗДАТЕЛЕЙ

Доли крупнейших издателей DVD по числу релизов, 2015 г.



Доли крупнейших издателей Blu-Ray по числу релизов, 2015 г.



InterMedia по данным изданий «Видеомагазин», «Бюллетень видеорынка», «КиноПоиск»

Число участников рынка за 2015 год сильно сократилось. Пропали не только мелкие игроки, но и довольно крупные компании. Прекратила деятельность по дистрибуции дисков «Двадцатый Век Фокс СНГ», а в конце года закрылась также «СР Дистрибуция». Остаток их тиражей был отгружен для дальнейшей реализации Lizard Cinema Trade. Таким образом, без упомянутых участников тройка лидеров выглядит так: CD Land, «Новый Диск» и Lizard Cinema Trade.

В сегменте Blu-Ray участников изначально было меньше, поэтому уход с рынка крупных игроков оказался еще более заметным. Тройка лидеров приняла следующий вид: Lizard Cinema Trade,

«Уолт Дисней Компани СНГ» и «Новый Диск».

Большая часть релизов художественных фильмов на DVD оказалась у CD Land, а на Blu-Ray — у Lizard Cinema Trade. Анимация на этих типах носителей наиболее широко представлена у «Нового Диска» и «Уолт Дисней Компани СНГ» соответственно. Среди крупнейших игроков рынка Blu-Ray по результатам 2015 года не оказалось ни одного издателя телесериалов, а на DVD в этом сегменте первым оказался Lizard Cinema Trade. В категории документальных фильмов выделить лидера оказалось невозможно ввиду малого числа подобных изданий на обоих типах носителей.



ГЛАВА 6

ПИРАТСТВО

- 86 Актуальность проблемы
- 86 Законодательная база
- 88 Текущее положение в отрасли
- 89 Реакция пиратских сайтов на требования РАПО, 2012–2014 гг.
- 89 Критика

АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Одной из серьезных проблем, стоящих на пути развития киноиндустрии в России, является пиратство. По оценке Совета законодателей РФ, ущерб от пиратства составляет 15–20 млрд руб. в год. В данный момент на сайте Российской антипиратской организации (РАПО) размещены ссылки на 59 обвинительных приговоров суда по делам, связанным с пиратством. Но эти приговоры касаются предпринимателей, незаконно распространяющих DVD и Blu-Ray. Как уже отмечалось, вместе с сокращением рынка физических носителей пиратство в нем также практически исчезло, почти полностью перейдя в интернет.

В пресс-службе МВД InterMedia сообщили, что в 2015 году сотрудниками органов внутренних дел Российской Федерации было выявлено 1758 преступлений, связанных с нарушением авторских и смежных прав. Из них в 195 случаях предметом посягательства являлась аудио- и видеопродукция. Общий выявленный ущерб превысил 36,5 млн руб. Поскольку интернет-пиратство — проблема достаточно новая, пути её решения сейчас ищет большинство стран мира. При этом еще нигде выработанные механизмы борьбы не доказали свою абсолютную эффективность. В России проблема стоит особенно остро — из-за больших объемов пиратства она входит в Priority Watch List — список стран, за ситуацией в которых пристально наблюдает Международный альянс интеллектуальной собственности (IIPA). Поправки в законодательство, принятые правительством РФ в 2015 году, призваны были изменить ситуацию.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА

Интеллектуальные, авторские и смежные права с 2008 года регулирует часть четвертая Гражданского Кодекса.

Ст. 1225 ГК РФ относит к объектам правовой охраны произведения науки, литературы и искусства — объекты авторских прав. Ст. 1259 ГК РФ относит к числу объектов авторских прав аудиовизуальные произведения.

Согласно п. 1 ст. 1263 ГК РФ, аудиовизуальным произведением является произведение, состоящее из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения звуком) и предна-

значенное для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств. Аудиовизуальные произведения включают кинематографические произведения, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим (теле- и видеофильмы и другие подобные произведения), независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации.

Таким образом, кинематографические произведения, теле- и видеофильмы и другие подобные произведения отнесены Кодексом к аудиовизуальным произведениям (ст. 1263 ГК РФ).

Кодексом также предусмотрены необходимые способы защиты прав.

Так, согласно ст. 1252, защита исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации осуществляется, в частности, путем предъявления в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом, требований:

- 1) о признании права — к лицу, которое отрицает или иным образом не признает право, нарушая тем самым интересы правообладателя;
- 2) о пресечении действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения, — к лицу, совершающему такие действия или осуществляющему необходимые приготовления к ним, а также к иным лицам, которые могут пресечь такие действия;
- 3) о возмещении убытков — к лицу, неправомерно использовавшему результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без заключения соглашения с правообладателем (бездоговорное использование) либо иным образом нарушившему его исключительное право и причинившему ему ущерб, в том числе нарушившему его право на вознаграждение, предусмотренное ст. 1245, п. 3 ст. 1263 и ст. 1326 настоящего Кодекса;
- 4) об изъятии материального носителя в соответствии с п. 4 настоящей статьи — к его изготовителю, импортеру, хранителю, перевозчику, продавцу, иному распространителю, недобросовестному приобретателю;
- 5) о публикации решения суда о допущенном нарушении с указанием действительного правообладателя — к нарушителю исключительного права.

Помимо этого, согласно ст. 1253 ГК РФ, в случае, если юридическое лицо неоднократно или грубо нарушает исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и на средства индивидуализации, суд в соответствии с п. 2 ст. 61 настоящего Кодекса при наличии вины такого юридического лица в нарушении исключительных прав может принять решение о его ликвидации по требованию прокурора. Если такие нарушения допущены гражданином при осуществлении им предпринимательской деятельности в качестве индивидуального предпринимателя, деятельность гражданина в качестве индивидуального предпринимателя может быть прекращена при наличии его вины в нарушении исключительных прав по решению или приговору суда в установленном законом порядке.

Ст. 1301 ГК РФ устанавливает ответственность за нарушение исключительных прав на произведение. Согласно указанной статье, в случаях нарушения исключительного права на произведение автор или иной правообладатель наряду с использованием других применимых способов защиты и мер ответственности, установленных настоящим Кодексом (ст. ст. 1250, 1252 и 1253), вправе в соответствии с п. 3 ст. 1252 настоящего Кодекса требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации:

- 1) в размере от 10 тыс. руб. до 5 млн руб., определяемом по усмотрению суда исходя из характера нарушения;
- 2) в двукратном размере стоимости контрафактных экземпляров произведения;
- 3) в двукратном размере стоимости права использования произведения, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование произведения тем способом, который использовал нарушитель.

Ст. 1253.1 ГК РФ устанавливает ответственность информационных посредников, а п. 2 ст. 1252 говорит о том, что для защиты могут быть приняты соразмерные объему и характеру

правонарушения обеспечительные меры, установленные процессуальным законодательством, в том числе может быть наложен арест на материальные носители, оборудование и материалы, запрет на осуществление соответствующих действий в информационно-телекоммуникационных сетях, если в отношении таких материальных носителей, оборудования и материалов или в отношении таких действий выдвинуто предположение о нарушении исключительного права на результат интеллектуальной деятельности или на средство индивидуализации, что создаёт в том числе правовую базу для защиты интеллектуальных прав на аудиовизуальные и иные произведения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Ст. 7.12 Кодекса РФ об административных правонарушениях (КоАП РФ) устанавливает, что ввоз, продажа, сдача в прокат или иное незаконное использование экземпляров произведений или фонограмм в целях извлечения дохода в случаях, если экземпляры произведений или фонограмм являются контрафактными



Поскольку интернет-пиратство — проблема достаточно новая, пути её решения сейчас ищет большинство стран мира. При этом еще нигде выработанные механизмы борьбы не доказали свою абсолютную эффективность

в соответствии с законодательством Российской Федерации об авторском праве и смежных правах, либо на экземплярах произведений или фонограмм указана ложная информация об их изготовителях, о местах их производства, а также об обладателях авторских и смежных прав, а равно иное нарушение авторских и смежных прав в целях извлечения дохода, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 ст. 14.33 настоящего Кодекса,

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 1 500 до 2 000 руб. с конфискацией контрафактных экземпляров произведений и фонограмм, а также материалов и оборудования, используемых для их воспроизведения, и иных орудий совершения административного правонарушения; на должностных лиц — от 10 тыс. до 20 тыс. руб. с конфискацией контрафактных экземпляров произведений и фонограмм, а также материалов и оборудования, используемых для их воспроизведения, и иных орудий совершения административного правонарушения; на юридических лиц — от 30 тыс. до 40 тыс. руб. с конфискацией контрафактных экземпляров произведений и фонограмм,

а также материалов и оборудования, используемых для их воспроизведения, и иных орудий совершения административного правонарушения.

В свою очередь, недобросовестная конкуренция, выразившаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере 20 тыс. руб. либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц — от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее 100 тыс. руб. (ст. 14.33 КоАП РФ). Данная норма работает в тесной взаимосвязи со ст. 14.5. Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», запрещающей недобросовестную конкуренцию с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности.

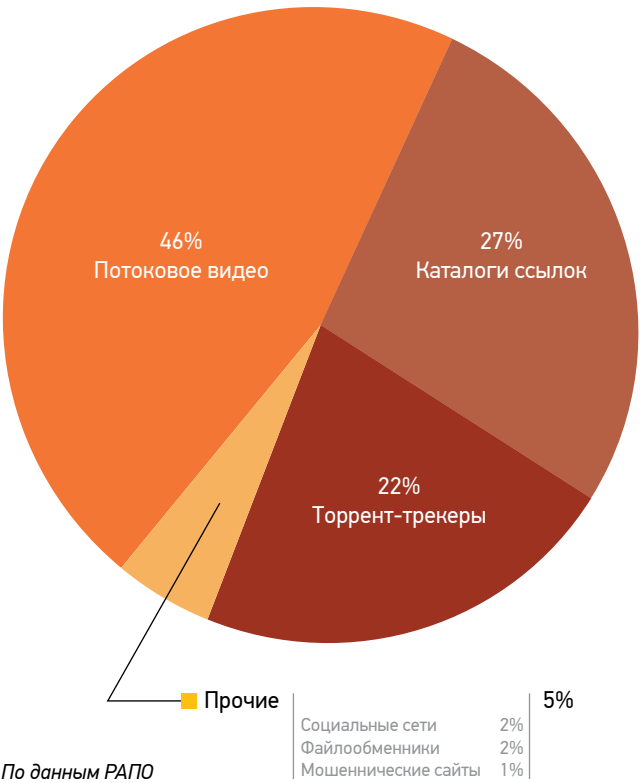
Наконец, Уголовный кодекс Российской Федерации устанавливает уголовную ответственность за незаконное использование объектов авторских прав. Согласно части 2 ст. 146 УК РФ, использование объектов авторского права или смежных прав, а равно приобретение, хранение, перевозка контрафактных экземпляров произведений или фонограмм в целях сбыта, совершенные в крупном размере, наказываются штрафом в размере до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо обязательными работами на срок до 480 часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет, либо лишением свободы на тот же срок. Деяния, предусмотренные частью второй настоящей статьи, если они совершены группой лиц по предварительному сговору или организованной группой; в особо крупном размере; лицом с использованием своего служебного положения, наказываются принудительными работами на срок до пяти лет либо лишением свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до 500 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до трех лет или без такового (ч. 3 ст. 146 УК РФ).

Основным средством борьбы с интернет-пиратством в последние годы стал так называемый антипиратский закон — Федеральный закон от 2 июля 2013 года № 187-ФЗ «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях». Он предусматривает возможность блокировки как незаконно размещенных на сайтах аудиовизуальных произведений, так и самих сайтов, содержащих нелицензионный контент, по требованию правообладателя, в том числе на постоянной основе (ст. 26 ГПК в редакции «второго антипиратского пакета»). Одним из самых резонансных случаев его применения стала «вечная» блокировка популярного сайта RuTracker.org.

ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ
В ОТРАСЛИ

Индустрия пиратских ресурсов насчитывает более 10 тыс. сайтов, незаконно размещающих контент. Наиболее популярные среди них — каталоги фильмов, сервисы с нелегальным потоковым видео, дающим возможность онлайн-просмотра, торрент-трекеры. Часто произведения незаконно размещают и в социальных сетях.

Доли пиратских сайтов
по типам, 2014 г.



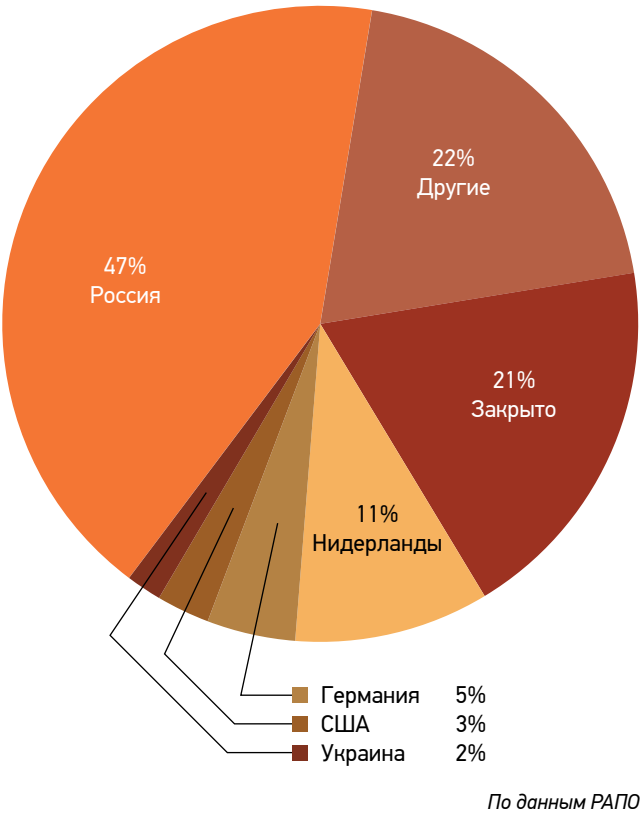
РЕАКЦИЯ ПИРАТСКИХ САЙТОВ НА ТРЕБОВАНИЯ РАПО,
2012–2014 ГГ., %

Год	Закрыто	Удаляют ссылки	Нет реакции	Переехало
2012	16	34	40	10
2013	25	23	32	20
2014	27	32	20	21

По данным РАПО

По данным РАПО, за последние годы выявляется положительная динамика — все больше сайтов реагируют на законные требования удалить пиратский контент и закрывают раздачи. В то же время сайты стали чаще переезжать за пределы РФ, чтобы избежать закрытия.

Расположение хостинга пиратских сайтов, 2014 г.



До 2013 года большинство российских пиратских сайтов (86%) располагалось на территории страны. Уже с 2014 года ситуация стала меняться: около половины пиратов предпочли перебраться за рубеж, в первую очередь — в Нидерланды и США.

Масштаб проблемы интернет-пиратства в России впервые оценили всерьез. Ситуация с тех пор не претерпела существенных изменений, но хостинг-провайдеры стали чаще сотрудничать с правообладателями и прекращать предоставлять доступ

к пиратским сайтам, перенаправлять пиратам уведомления с требованием удалить незаконно размещенный контент.

По оценке Министерства связи и массовых коммуникаций РФ, в результате борьбы с пиратством за 2015 год число пользователей интернета, покупающих легальный контент, увеличилось с 12 млн до 18 млн чел.

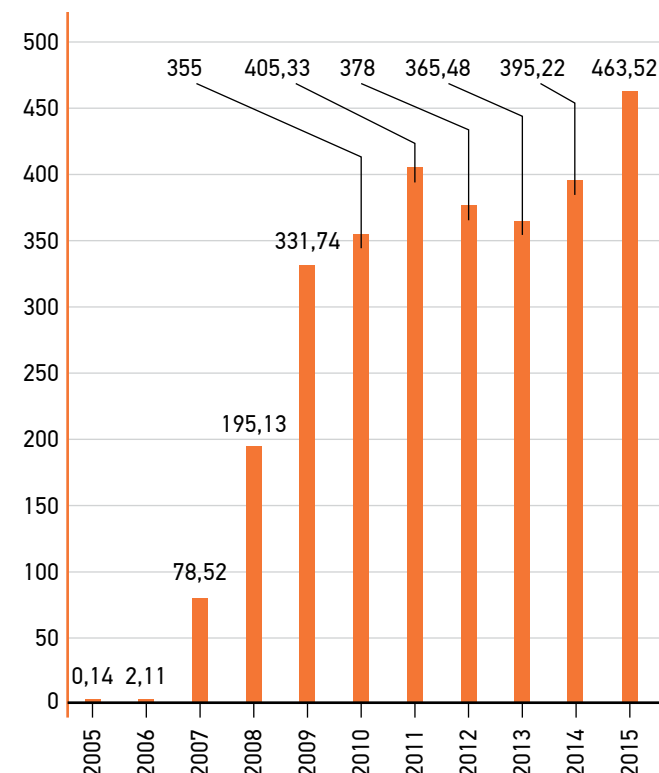
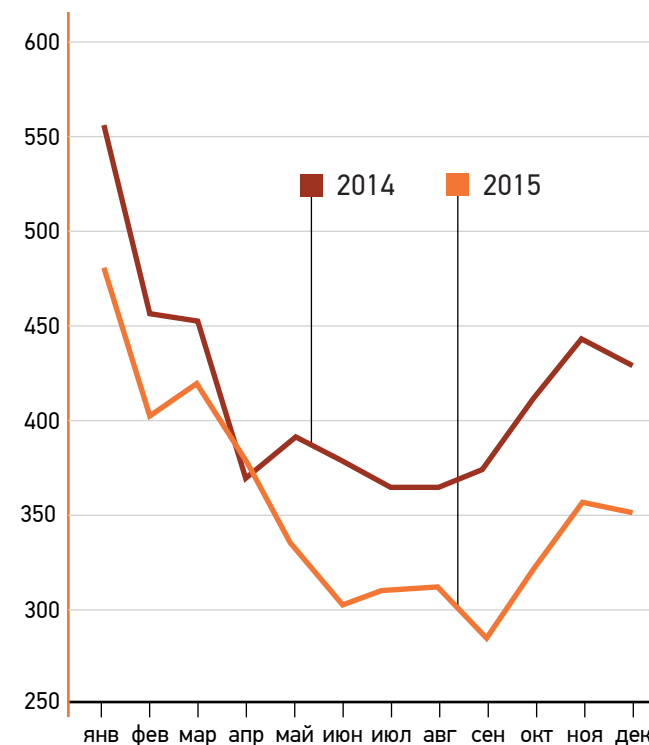
КРИТИКА

Текущие меры по блокировке пиратских сайтов не всегда в должной мере эффективны. На сегодняшний день обойти запрет несложно. Пресс-служба RuTracker.org сообщает, что после введения «вечной» блокировки посещаемость с российских адресов упала почти вдвое, однако она существенно выросла с адресов зарубежных, поскольку пользователи стали идти в обход, используя специализированные программы. В результате посещаемость снизилась примерно на 20%, а активность файлообмена между пользователями — на 3%.

«Пользователи стали реже заходить на RuTracker, поскольку не на всех устройствах можно легко настроить обход блокировок (например, на планшетах или мобильных телефонах). Однако качать они меньше не стали», — рассказали представители сайта.

На сайте критически отнеслись к введению блокировки.

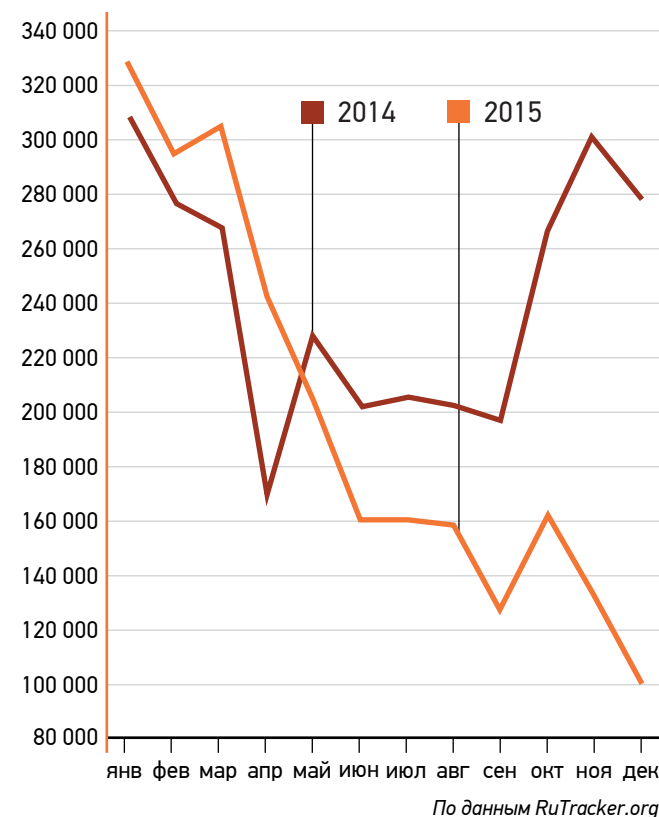
Количество просмотров RuTracker.org, 2014–2015 гг., млн 2005–2015 гг., ТБ



Трафик RuTracker.org по странам, 2014–2015 гг., просм.



Количество новых пользователей RuTracker.org, 2014–2015 гг.



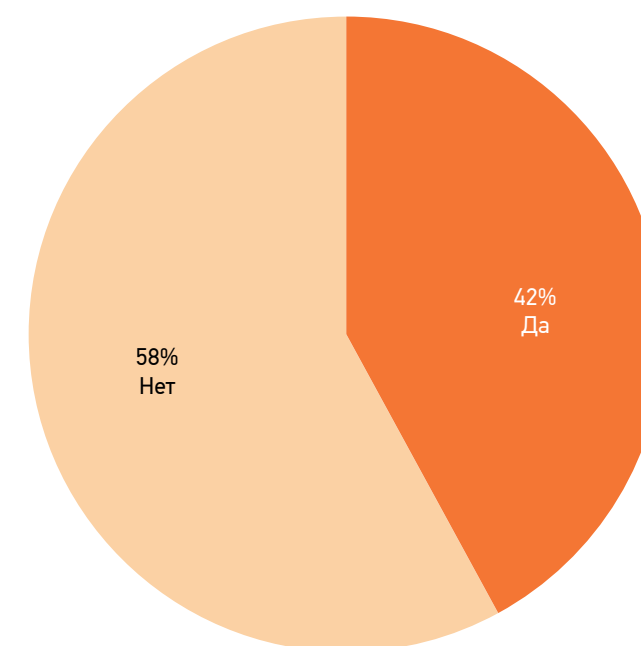
«Мы оказались в очень сложной ситуации. Блокировка доступа к трекеру свела к нулю все наши усилия по выстраиванию взаимоотношений пользователь–правообладатель, которыми мы занимались в течение последних шести или семи лет. Очень большое количество пользователей откровенно рады тому, что RuTracker, будучи заблокированным, оказался «вне законов» Российской Федерации, потому что абсолютное большинство раздач закрывалось по запросам именно российских правообладателей», — сообщили в пресс-службе.

По мнению руководства сайта, факт закрытия реального эффекта борьбы с пиратством практически не возымел, поскольку все закрытое по-прежнему легко можно скачать и с других трекеров.

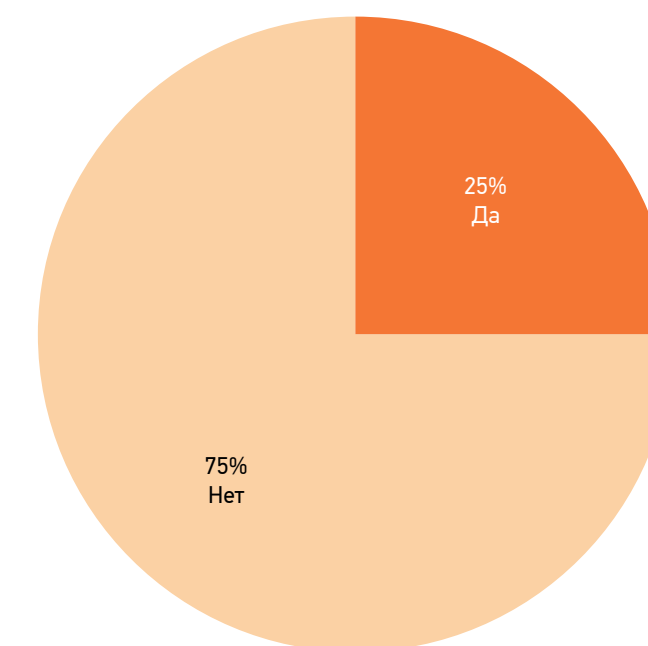
ИРИ (Институт развития интернета) провел опрос, в котором приняли участие 263 эксперта из ведущих российских интернет-компаний. Итоги опроса были оглашены на форуме «Интернет + Медиа».

Так, эксперты ИРИ считают, что в России еще не сложилась культура потребления легального контента. Только четверть опрошенных экспертов считают текущую практику применения антипиратского законодательства эффективной, при этом 42% респондентов считают, что нынешнее законодательство способствует развитию рынка легального контента.

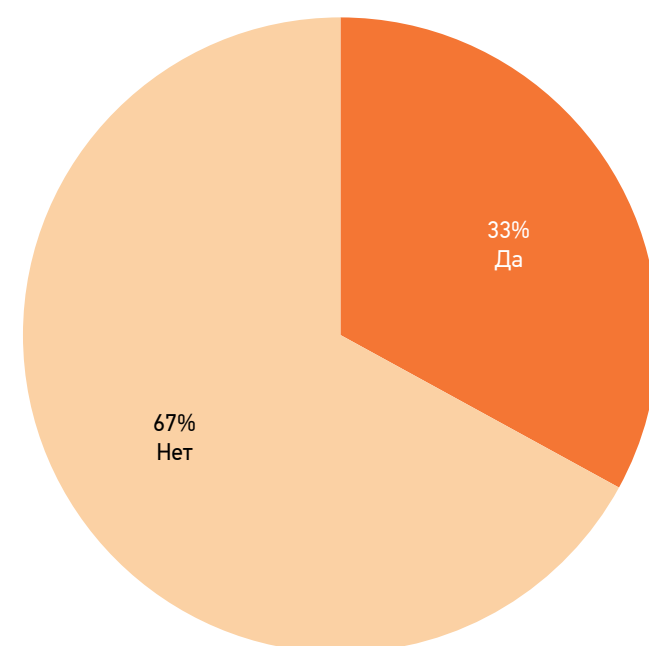
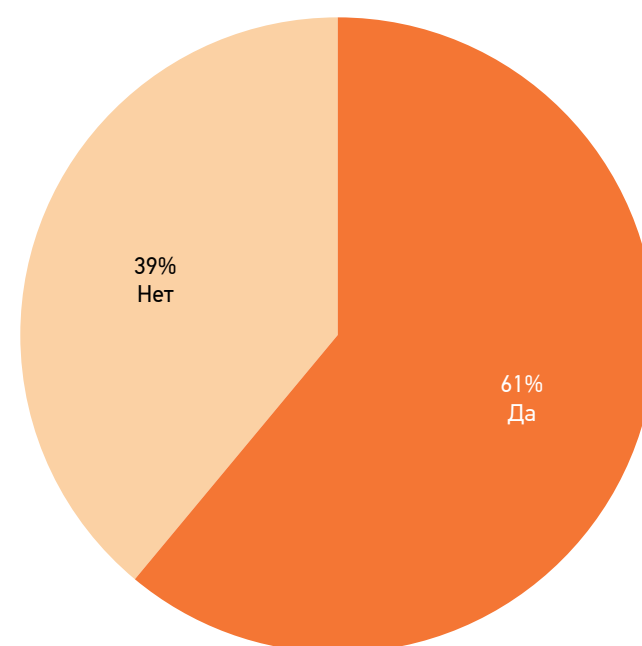
Текущее антипиратское законодательство способствует развитию рынка легального контента?



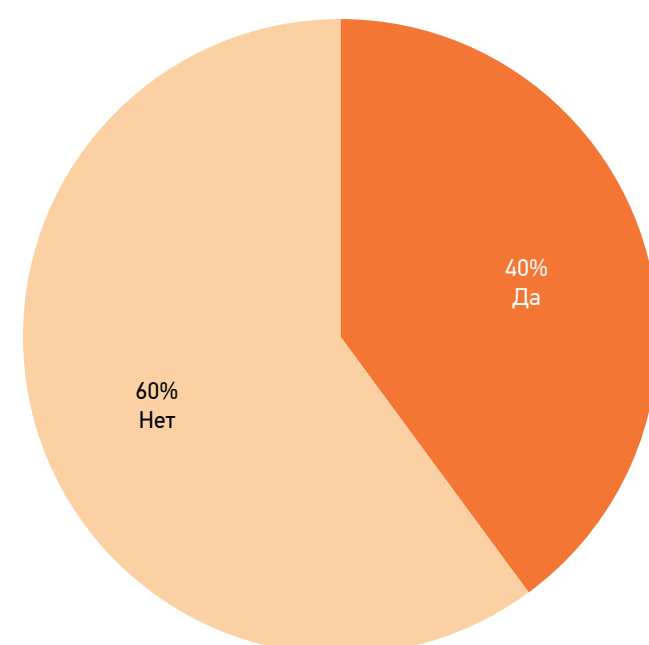
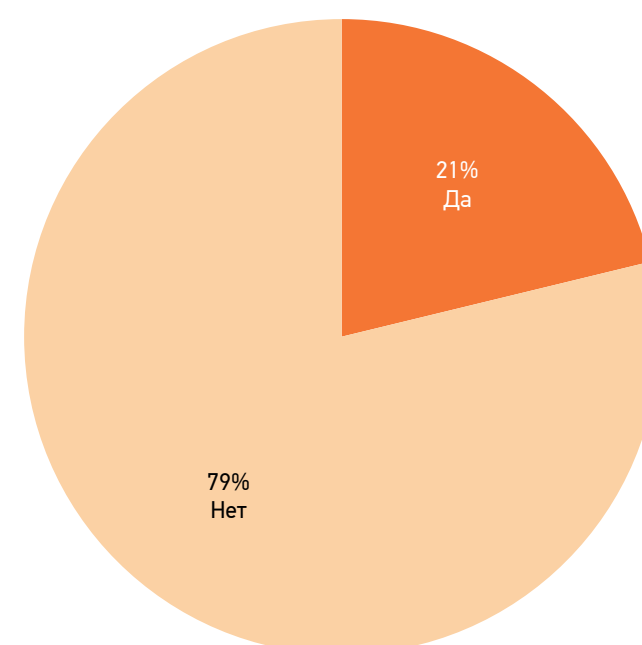
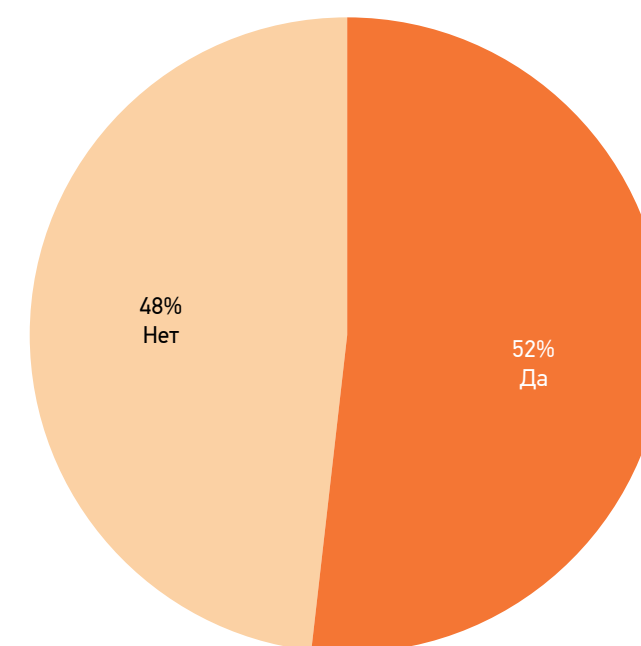
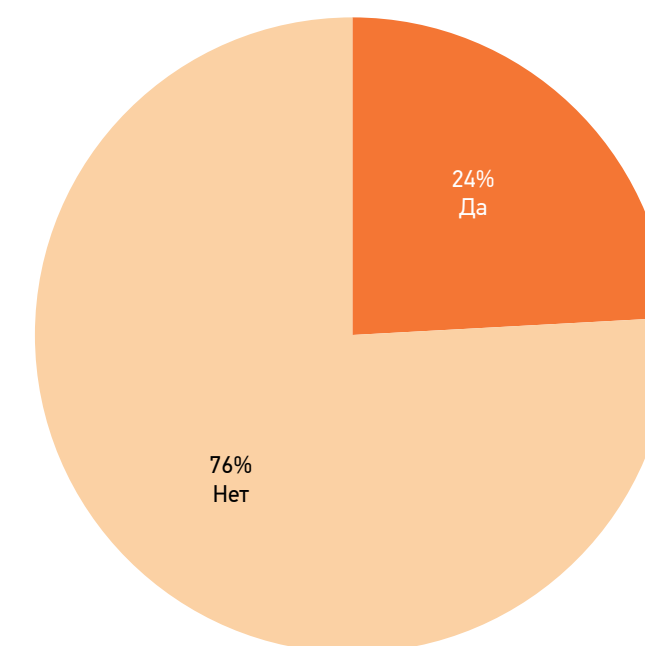
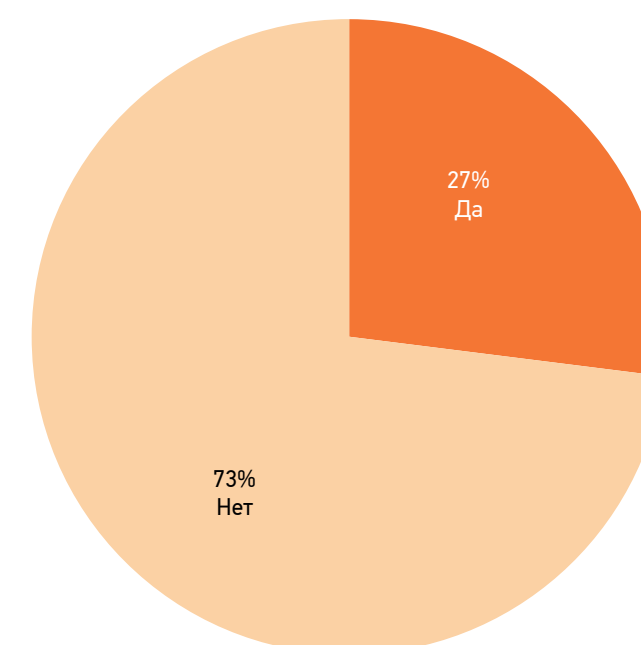
Эффективна ли практика применения антипиратского законодательства?



Менее половины (40%) экспертов считают ценовую политику провайдеров легального контента адекватной. Лишь треть опрошенных согласна с тем, что предложение на рынке легального контента адекватно спросу на него. При этом только 24% респондентов уверены в том, что в Рунете сложилась культура потребления легального контента, а 76% экспертов убеждены в обратном. К тому же 61% экспертов считает текущую экономическую ситуацию драйвером снижения потребления легального (в большинстве случаев платного) контента.

Предложение легального контента соответствует спросу?**Экономическая ситуация тормозит потребление легального контента?**

Эксперты сходятся во мнении, что конечные пользователи Рунета недостаточно хорошо проинформированы о состоянии рынка легального контента, равно как и органы государственной власти. Мнения респондентов разделились только при оценке информированности самих участников рынка.

Ценовая политика контент-провайдеров адекватна?**Пользователи достаточно проинформированы о состоянии рынка легального контента?****Участники рынка достаточно проинформированы о состоянии рынка легального контента?****В Рунете сформировалась культура потребления легального контента?****Органы государственной власти достаточно проинформированы о состоянии рынка легального контента?**

В целом результаты опроса позволяют сделать вывод о том, что рынок легального контента в России хотя и достаточно развит технологически, но сильно отстает в плане популяризации и формирования культуры потребления.

Несмотря на то, что в России сохраняется высокий уровень интернет-пиратства, по данным опроса ИРИ основная причина этого — недостаточная информированность пользователей, неразвитость культуры потребления легального контента. Лишь 4% потребителей не готовы платить за контент принципиально, а неприемлемо высокой его стоимость считают только 12%. Такие результаты показало масштабное исследование, проведенное в середине 2015 года по заказу Медиа-Коммуникационного Союза (МКС).

Одним из самых громких альтернативных способов борьбы с пиратством в 2015 году стал проект Глобальных лицензий, предлагавший установить фиксированную плату, за которую пользование фильмами, музыкой и литературой в интернете стало бы неограниченным. При этом правообладатель имел бы возможность получать вознаграждение пропорционально объему использования единиц контента. Однако рассмотрение законопроекта затянулось.

ГЛАВА 7

КИНО- ПРОИЗВОДСТВО

- 96 Общее состояние рынка
- 96 Топ-10 фильмов по соотношению сборов к бюджету, 2015 г.
- 97 Топ-15 кинопроизводителей по сумме кассовых сборов, 2015 г.
- 97 Топ-9 производителей анимационных фильмов по сумме кассовых сборов, 2015 г.
- 98 Производственные бюджеты
- 99 Государственная поддержка кинематографии в 2015 г.
- 100 Объемы финансирования кино по ФЦП «Культура России (2012–2018 гг.)»
- 102 Компании, получившие поддержку Фонда кино в 2015 г.
- 102 Фильмы, получившие поддержку Фонда кино в 2015 г.
- 104 Инфраструктура

ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

Информация о производственных бюджетах в киноотрасли далеко не всегда является открытой. Фильмы, по которым необходимые данные не были обнародованы, эксперты InterMedia оценили, ориентируясь на средние значения бюджетов аналогичных картин.

В федеральный прокат в 2015 году вышло 146 фильмов отечественного производства и снятых в копродукции с другими странами. Только 17 из них оказались настолько успешными, чтобы кассовые сборы превысили производственный бюджет. Это говорит о некоторой стагнации — так, по данным «Невафильм Research», в 2010 году только 11 фильмов по сборам превысили бюджет, но в 2011 и 2012 годах таких картин было уже 20.

”

В федеральный прокат в 2015 году вышло 146 фильмов отечественного производства и снятых в копродукции с другими странами

Самыми успешными стали мультфильм «Три богатыря: Ход конем» (соотношение сборов к бюджету составило 489%), военная драма «Битва за Севастополь» (400%) и комедия «Женщины против мужчин» (353%). Стоит отметить, что совместная работа студии анимационного кино «Мельница» и компании СТВ лидирует уже не первый год — так, в прошлом году «Три богатыря: На странных берегах» также оказались самой успешной работой за год.

Ни один российский релиз 2015 года не попал в десятку лидеров по сборам. «Три богатыря: Ход конем» занял 13-е место, собрав свыше 963 млн руб. (17,1 млн долл.) («На странных берегах» годом ранее оказался вторым фильмом по сумме кассовых сборов за год).

Драма «Духless 2» оказалась на 31-м месте с результатом в 490 млн руб. (8 млн долл.).

ТОП-10 ФИЛЬМОВ ПО СООТНОШЕНИЮ СБОРОВ К БЮДЖЕТУ, 2015 Г.

№	Фильм	Бюджет, долл.	Сборы, долл.	Отношение сборов к бюджету, %
1	Три богатыря: Ход конем	3 500 000	17 119 348	489,12
2	Битва за Севастополь	1 900 000	7 606 432	400,34
3	Женщины против мужчин	750 000	2 646 131	352,82
4	8 новых свиданий	2 300 000	7 456 577	324,20
5	Призрак	2 200 000	6 695 723	304,35
6	Воин	1 200 000	3 172 716	264,39
7	Пиковая дама: Черный обряд	900 000	2 056 128	228,46
8	Духless 2	4 000 000	8 035 201	200,88
9	Убрать из друзей	1 000 000	1 802 804	180,28
10	Одной левой	2 400 000	3 408 103	142,00

По данным InterMedia

ТОП-15 КИНОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО СУММЕ КАССОВЫХ СБОРОВ, 2015 Г.

Место	Студия	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Количество релизов
1	Мельница (СТВ)	1 039 544 796	18 306 657	2
2	Art Pictures Studio	786 511 616	12 823 390	5
3	Bazelevs	541 720 313	8 290 692	6
4	Enjoy Movies	526 453 263	8 793 182	4
5	Corner Work	481 039 490	7 758 701	1
6	СТВ	447 699 477	7 715 641	4
7	Новые люди	435 468 256	7 606 432	1
8	Горад	419 432 475	7 456 577	1
9	Wizart Animation	301 811 060	5 365 530	1
10	Интерфест	285 745 777	5 583 546	2
11	Небо	203 232 645	3 264 781	1
12	Glukoza Production	195 553 572	2 974 199	1
13	Fresh Films	172 109 212	3 408 103	1
14	ECHO Film	107 108 900	1 546 699	1
15	Нон-Стоп Продакшн	92 515 304	1 391 208	1

По данным InterMedia

Лидерами стали «Мельница», Art Pictures Studio и Bazelevs. Стоит отметить, что «Мельница» и Bazelevs входят в топ уже на протяжении последних пяти лет, то есть можно говорить о сложившейся группе кинопроизводителей, чьи фильмы не только собирают кассу, превышающую производственный бюджет, но и окупаются в прокате. Абсолютное большинство картин российского производства до сих пор остаются убыточными.

ТОП-9 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АНИМАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ ПО СУММЕ КАССОВЫХ СБОРОВ, 2015 Г.

Место	Студия	Общие сборы, руб.	Общие сборы, долл.	Кол-во релизов
1	Мельница (СТВ)	1 039 544 796	18 306 657	2
2	Wizart Animation	301 811 060	5 365 530	1
3	Glukoza Production	195 553 572	2 974 199	1
4	КиноАтис	90 619 964	1 342 518	1
5	Мульт в кино	64 404 768	1 058 298	21
6	Мастер Фильм	15 386 075	268 742	2
7	Анимаккорд	1 291 196	23 131	2
8	Bazelevs	592 683	9 014	1
9	Шап	14 830	226	1

По данным InterMedia

В 2015 году в федеральный прокат вышло 32 анимационные ленты, в том числе 21 выпуск «Мульт в кино». При этом только мультфильм «Три богатыря: Ход конем» сумел окупить себя в прокате.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ БЮДЖЕТЫ

Производственные бюджеты,
2002–2015 гг.

Год	Производственные бюджеты, млн руб.	Средний производственный бюджет, млн руб.
2002	1 725	41,1
2003	2 176	54,4
2004	2 650	53,0
2005	2 945	49,1
2006	5 317	77,1
2007	5 945	71,6
2008	6 073	84,3
2009	9 553	127,4
2010	6 626	96,0
2011	6 650	110,8
2012	6 692	98,4
2013	5 660	115,5
2014	8 012	108,3
2015	11 233	126,2

По данным Movie Research

Производственные бюджеты,
2015 г.

Бюджет	Кол-во фильмов	Кассовые сборы, млн руб.	Доля, %
до 25 млн руб.	10	64,3	0,9
25–50 млн руб.	16	476,8	6,4
50–75 млн руб.	15	640,5	8,5
75–100 млн руб.	14	1 236,5	16,5
100–150 млн руб.	13	2 707,0	36,1
150–200 млн руб.	8	604,6	8,1
200–250 млн руб.	2	364,8	4,9
более 250 млн руб.	11	1 410,0	18,8

По данным Movie Research

Суммарные производственные бюджеты за 2015 год выросли. Однако, как отмечает Movie Research, драйвером роста стали не самые высокобюджетные картины.

Дорогостоящие фильмы не смогли продолжить тенденцию прошлых лет и повлиять на кассовые сборы — их доля составила меньше 20% от общих сборов отечественных картин. Между тем среди фильмов с бюджетом от 75 до 150 млн руб. нашлось немало таких, что сумели окупить затраты на производство.

Высокобюджетные фильмы, 2015 г.

Фильм	Бюджет		Сборы		Отношение сборов к бюджету, %
	долл.	руб.	долл.	руб.	
Шрам	20 000 000	1 300 000 000	146 133	9 060 268	0,73
Он — дракон	18 000 000	1 166 000 000	1 866 597	125 995 325	10,37
Савва. Сердце воина	15 000 000	1 000 000 000	2 974 199	195 553 572	19,83
Батальонъ	10 000 000	650 000 000	7 758 701	481 039 490	77,59
Душа шпиона	10 000 000	650 000 000	21 539	1 335 436	0,22
Ёлки 1914	9 000 000	590 000 000	9 089 971	479 495 989	101,00
Пираты Эгейского моря	9 000 000	590 000 000	11 667	787 507	0,13
Территория	7 500 000	500 000 000	1 497 821	75 265 487	19,97
Снежная королева 2: Перезаморозка	7 000 000	454 000 000	5 365 530	301 811 060	76,65
Родина	7 000 000	454 000 000	753 132	46 694 157	10,76

По данным InterMedia

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА КИНЕМАТОГРАФИИ В 2015 Г.

Производство фильмов с государственной поддержкой,
2002–2015 гг.

Год	Игровые фильмы	Мультфильмы	Неигровые фильмы	Объем государственной поддержки, млн руб.
2002	43	24	334	1 044,60
2003	52	32	413	1 543,40
2004	76	68	330	1 834,50
2005	69	65	515	2 097,90
2006	103	65	483	2 359,76
2007	66	137	555	2 641,32
2008	88	160	612	2 740,84
2009	66	151	326	2 445,35
2010	55	136	439	4 452,50
2011	39	106	483	4 759,00
2012	35	130	447	6 332,21
2013	40	85	397	6 272,28
2014	96	155	383	6 500,00
2015	77	180	291	6 156,00

InterMedia по данным Минкультуры РФ, Фонда кино, Movie Research

С 2010 года Министерство Культуры РФ осуществляет поддержку российского кинематографа совместно с Федеральным фондом социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино). Их деятельность ограничена постановлением Правительства РФ от 25 декабря 2012 года № 1397. Минкультуры поддерживает организации, осуществляющие производство и прокат фильмов для детей и юношества, дебютных, авторских и экспериментальных художественных национальных фильмов, киножурналов, документальных и научно-популярных, анимационных национальных фильмов. Как отмечалось выше, задача Фонда кино — поддержка производства массовых фильмов, повышение их качества, а значит, и конкурентоспособности, популяризация национальных кинофильмов в Российской Федерации и за рубежом. На основании постановления Министерство предоставляет Фонду

кино субсидии из средств, отведенных федеральным бюджетом Российской Федерации на кинематографию.

Объемы финансирования кинематографии варьируются в зависимости от экономической ситуации. В 2015 году оно сократилось по линии Министерства культуры РФ. Поддержка производства Фондом кино осталась на уровне 2014 года.

Кроме того, значимой статьей поступлений является Федеральная целевая

программа «Культура России (2012–2018 годы)», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 3 марта 2012 № 186. Текущая редакция документа — от 9 июня 2016 года. Из этого документа для нашего исследования важны пункты, касающиеся развития и поддержки кинематографии. Они расписаны в Приложении № 6 к документу.

”
Суммарные производственные бюджеты за 2015 год выросли

ОБЪЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ КИНО
ПО ФЦП «КУЛЬТУРА РОССИИ (2012–2018 ГГ.)», МЛН РУБ.

Наименование мероприятия	Всего, 2012–2018 гг.	В том числе							Ожидаемый результат
		2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	
Развитие и поддержка кинематографии									
16. Поддержка отечественных производителей культурных благ в области кинематографии — всего Минкультуры России	3 295,96	622,82	462,00	444,00	381,41	411,53	512,10	462,10	Создание в 2012–2018 годах не менее 70 игровых (дебютных, детских, авторских), 321 неигрового и 115 анимационных национальных фильмов
в том числе									
прочие нужды	1 325,65	360,00	360,00	342,00	246,41	17,24	—	—	
субсидии юридическим лицам	918,49	—	—	—	—	244,29	362,10	312,10	
внебюджетные источники	1 051,82	262,82	102,00	102,00	135,00	150,00	150,00	150,00	
17. Подготовка кадров для современного отечественного кинематографа — федеральный бюджет (Минкультуры России) (прочие нужды)	109,72	5,00	14,73	13,99	5,84	14,16	28,00	28,00	Подготовка для киноиндустрии специалистов, остро необходимых для развития кинопроизводства в области зрительного кино. В 2012–2018 годах будет выпущено 100 сценаристов, 50 режиссеров, 80 аниматоров, 350 дистрибьюторов кинотеатрального рынка
18. Расширение доступности продукции и услуг кинематографии для населения России — всего Минкультуры России	1 279,39	315,42	130,00	125,00	176,83	162,14	210,00	160,00	Проведение ежегодно не менее 30 российских и международных кинофестивалей в регионах России; оказание в 2012–2018 годах государственной поддержки в прокате 104 полнометражным игровым и анимационным национальным фильмам
в том числе									
прочие нужды	411,83	100,00	100,00	95,00	116,83	—	—	—	
субсидии юридическим лицам	352,14	—	—	—	—	102,14	150,00	100,00	
внебюджетные источники	515,42	215,42	30,00	30,00	60,00	60,00	60,00	60,00	

Наименование мероприятия	Всего, 2012–2018 гг.	В том числе							Ожидаемый результат
		2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	
19. Поддержка продвижения на мировой рынок отечественного кино — всего Минкультуры России	397,73	58,18	55,00	53,00	46,70	58,85	68,00	58,00	Расширение географии продвижения отечественных фильмов за рубежом, создание положительного образа России за рубежом; проведение в 2012–2018 годах 175 некоммерческих киномероприятий за рубежом; участие в международных кинофестивалях для коммерческого продвижения отечественного кино не менее чем в 10 странах мира (ежегодно)
в том числе									
прочие нужды	146,70	40,00	40,00	38,00	28,70	—	—	—	
субсидии юридическим лицам	130,85	—	—	—	—	40,85	50,00	40,00	
внебюджетные источники	120,18	18,18	15,00	15,00	18,00	18,00	18,00	18,00	
Итого по разделу	5 082,79	1 001,41	661,73	635,99	610,78	646,68	818,10	708,10	
в том числе Минкультуры России:									
прочие нужды	1 993,90	505,00	514,73	488,99	397,78	31,40	28,00	28,00	
субсидии юридическим лицам	1 401,48	—	—	—	—	387,28	562,10	452,10	
внебюджетные источники	1 687,41	496,41	147,00	147,00	213,00	228,00	228,00	228,00	

Источник данных: Постановление Правительства РФ от 03.03.2012 № 186

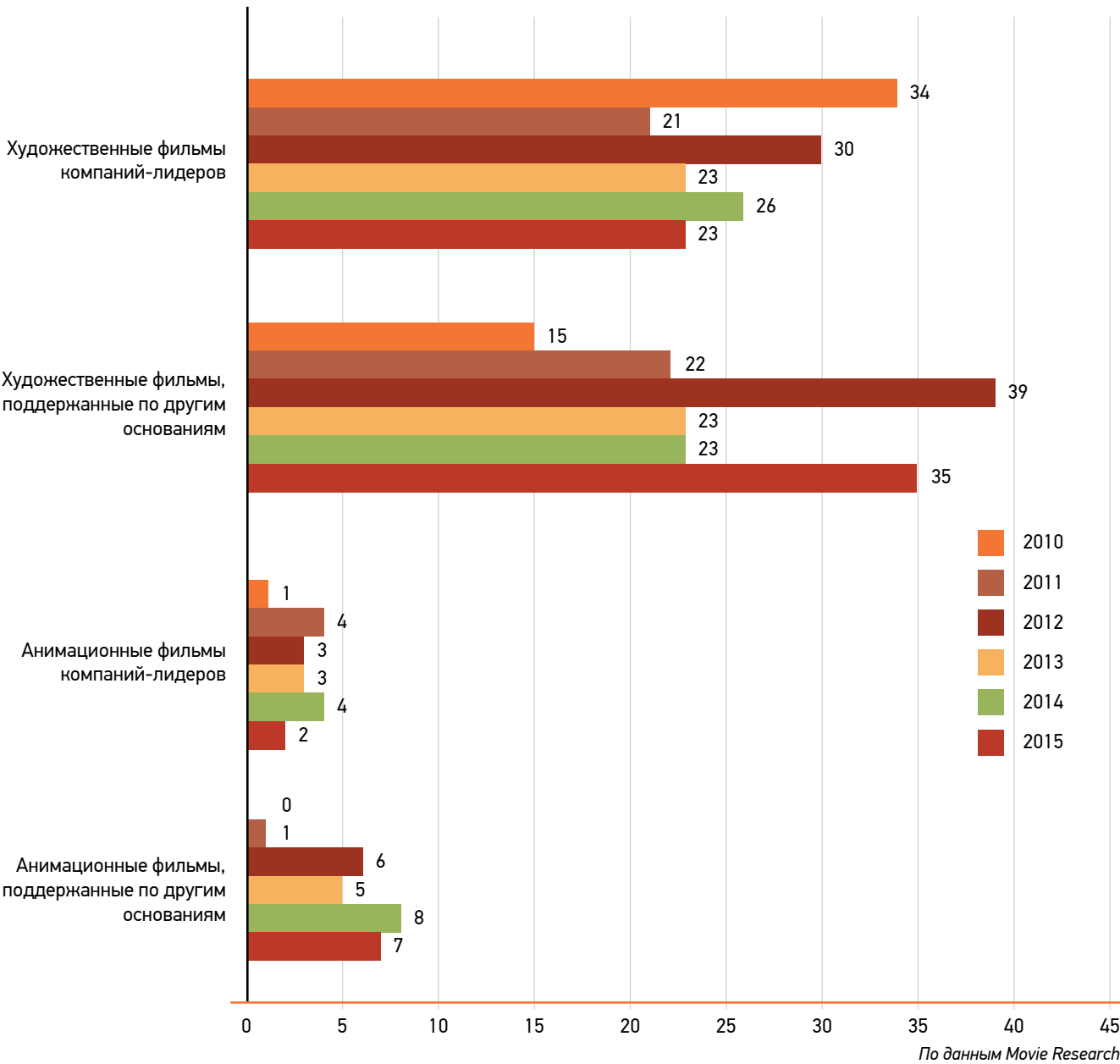
КОМПАНИИ, ПОЛУЧИВШИЕ ПОДДЕРЖКУ ФОНДА КИНО В 2015 Г.
Компании, получившие поддержку Фонда кино, 2011–2015 гг.

Направление поддержки	2011	2012	2013	2014	2015
Лидеры отечественного кинопроизводства	7	10	12	9	8
Компании, не являющиеся лидерами отечественного кинопроизводства	42	64	34	34	53

InterMedia по данным Фонда кино, Movie Research

В 2015 году выросло общее число компаний, получивших поддержку Фонда кино, однако среди них стало меньше компаний — лидеров отечественного кинопроизводства.

ФИЛЬМЫ, ПОЛУЧИВШИЕ ПОДДЕРЖКУ ФОНДА КИНО В 2015 Г.
Фильмы, получившие поддержку Фонда кино, 2010–2015 гг.



Проекты кинокомпаний-лидеров, вышедшие в прокат в 2015 г.

№	Фильм	Кинокомпания
1	Три богатыря. Ход конем	СТВ
2	Что творят мужчины! 2	Enjoy Movies
3	Снежная королева 2: Перезаморозка	ТаББаК
4	Ограбление по-американски	Enjoy Movies
5	Ёлки лохматые	ТаББаК
6	Левиафан	Нон-Стоп Продакшн
7	Невидимки	Реал-Дакота
8	Батальонъ	Арт Пикчерс Студия
9	Кровавая Леди Батори	Enjoy Movies
10	Duxless 2	Арт Пикчерс Студия
11	Да и Да	Арт Пикчерс Студия
12	Неуловимые	Enjoy Movies
13	Призрак	СТВ
14	Женщины против мужчин	Enjoy Movies
15	А зори здесь тихие...	Реал-Дакота
16	Пятый номер	СТВ
17	Приличные люди	Enjoy Movies
18	Однажды	Реал-Дакота
19	Дабл трабл	ТаББаК
20	Бармен	Арт Пикчерс Студия
21	Пионеры-герои	СТВ
22	Убрать из друзей	ТаББаК
23	Парень с нашего кладбища	СТВ
24	Пиковая дама: Черный обряд	Enjoy Movies
25	Кутис	Enjoy Movies
26	Воин	Арт Пикчерс Студия
27	Алиса знает, что делать! Зеленая месть	ТаББаК
28	Душа шпиона	ТРИТЭ
29	Родина	СТВ
30	Крепость: Щитом и мечом	СТВ
31	Неуловимые: Последний герой	Enjoy Movies
32	Савва. Сердце воина	Арт Пикчерс Студия
33	Он — дракон	ТаББаК
34	Про любовь	Нон-Стоп Продакшн
35	Самый лучший день	ТаББаК
36	Срочно выйду замуж	Арт Пикчерс Студия

По данным Movie Research

ИНФРАСТРУКТУРА

Рейтинг киностудий России по числу павильонов, 2015 г.

№	Студия	Город	Количество павильонов	Количество натуральных площадок	Количество хромакеев
1	Амедиа	Москва	16	1	1
2	Мосфильм	Москва	12	3	1
3	Главкино	Москва	12	1	2
4	Cinelab	Москва	11	0	1
5	Леннаучфильм	Санкт-Петербург	7	1	2
6	Центр национального фильма	Москва	7	4	2
7	Всемирные русские студии (RWS)	Санкт-Петербург	6	0	2
8	Димарт	Москва	6	0	1
9	Киностудия имени М. Горького	Москва	5	0	1
10	Телесити	Москва	4	0	0
11	Телецентр Останкино	Москва	4	0	1
12	Ленфильм	Санкт-Петербург	4	0	1
13	Кинолиния	Москва	4	0	0
14	Мэджик Фильм	Москва	4	2	1
15	Хромакей Центр	Москва	3	0	3
16	Студия на Бережковской	Москва	3	3	1
17	Кинофабрика 2	Москва	2	0	2
18	R Studios	Москва	2	0	2
19	А в квадрате	Москва	2	0	1
20	Краснодарская киностудия им. Н. Минервина	Краснодар	2	0	0
21	КлёнМедиа	Москва	2	0	1
22	2mint	Москва	2	0	1
23	JV Production	Москва	1	1	1
24	Свердловская киностудия	Екатеринбург	1	1	1
25	Иллюзион	Санкт-Петербург	1	0	1
26	Way Film Company	Москва	1	1	1
27	Саратовтелефильм	Саратов	1	0	0
28	Нижеволжская студия кинохроники	Саратов	1	0	0
29	Западно-Сибирская киностудия	Новосибирск	1	0	0
30	Киностудия «Башкортостан»	Уфа	1	0	1
31	Живая лента	Уфа	1	0	1

№	Студия	Город	Количество павильонов	Количество натуральных площадок	Количество хромакеев
32	Сахафильм	Якутск	1	0	0
33	Югра-фильм	Ханты-Мансийск	1	0	0
34	SL-STUDIO	Москва	1	0	1
35	Татаркино	Казань	н/д	н/д	н/д
36	Санкт-Петербургская студия документальных фильмов	Санкт-Петербург	н/д	н/д	н/д
37	Северо-Кавказская студия кинохроники	Владикавказ	н/д	н/д	н/д
38	Дальневосточная студия кинохроники	Хабаровск	н/д	н/д	н/д
39	Дальневосточная киностудия	Хабаровск	н/д	н/д	н/д
40	Российская центральная киновидеостудия хроникально-документальных и учебных фильмов (РЦСДФ)	Москва	н/д	н/д	н/д

InterMedia по данным портала tvkinoradio.ru

Примечания:

Всего в телецентре «Останкино» находится 20 павильонов, однако, по данным портала tvkinoradio.ru, только 4 из них являются кинопавильонами

В 2015 г. на территории России функционировало 40 киностудий и 132 кинопроизводственных павильона. У крупнейших киностудий («Амедиа», «Мосфильм», «Главкино», Cinelab и «Леннаучфильм») имеется от 7 до 16 павильонов, оборудованных всем необходимым для съемочного и монтажного периодов. По количеству натуральных площадок абсолютными лидерами являются «Центр национального фильма» (4), «Мосфильм» (3) и «Студия на Бережковской» (3), по количеству хромакеев — «Хромакей Центр» (3).

ГЛАВА 8

КИНОФЕСТИВАЛИ

- 108 Общие положения
- 108 Российские кинофестивали, проводившиеся в 2015 г.
- 113 Награды на международных фестивалях, 2004–2015 гг.
- 113 Тенденции

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Кинофестиваль — культурное мероприятие в сфере киноискусства, главной составляющей которого является публичный показ фильмов. Большинство фестивалей традиционно идут несколько дней, сопровождаются приездом авторов фильмов и конкурсами, по результатам которых экспертное жюри проводит награждение. Цель большинства фестивалей — демонстрация современных веяний в кинематографе, а также оценка работы съемочных групп. Число киносеансов во время фестивалей может быть различным. Так, на фестивалях национального кино, организуемых CoolConnections, обычно бывает 10–20 сеансов, в то же время на прошедшем в 2015 году ММКФ число сеансов превысило 500.

Наиболее престижными считаются кинофестивали, имеющие аккредитацию Международной федерации ассоциаций кинопродюсеров (Federation International des Associations de Producteurs de Films, FIAPF). Для того, чтобы получить аккредитацию, фестиваль должен соответствовать ряду критериев: быть международным, проводиться ежегодно, пользоваться поддержкой местной киноиндустрии, а в конкурсе не должно быть фильмов, которые участвовали в других фестивалях. Кроме того, в одной стране может быть только один подобный фестиваль.

В России аккредитацию FIAPF среди игровых фестивалей имеет Московский международный кинофестиваль, а среди документальных — Международный кинофестиваль «Послание к человеку», проводимый в Санкт-Петербурге.

РОССИЙСКИЕ КИНОФЕСТИВАЛИ, ПРОВОДИВШИЕСЯ В 2015 Г.

№	Кинофестиваль
1	«2morrow/Завтра» Международный фестиваль независимого кино, проводится в Москве с 2007 года. В рамках фестиваля показывают около 50 фильмов.
2	Bridge of Arts Международный фестиваль мотивационного кино. В 2015 году прошел впервые в Ростове-на-Дону.
3	Blick. Музыка в кино Международный кинофестиваль, проходит при поддержке Немецкого культурного центра имени Гёте в четвертый раз. Он демонстрирует художественные и документальные фильмы, в которых раскрываются разные музыкальные культуры.
4	CIFRA Фестиваль венгерского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Венгерским культурным центром в Москве. В 2015 году прошел впервые. В рамках фестиваля показали 7 фильмов.
5	Czech In Фестиваль чешского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством Чехии. Проходит в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Нижнем Новгороде. В рамках фестиваля демонстрируют около 5 фильмов.
6	Danish Wave Фестиваль датского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством Дании. Проводится в седьмой раз в Москве и Санкт-Петербурге. В рамках фестиваля показывают 5–6 фильмов.
7	Erarta Motion Pictures Первый международный фестиваль короткометражного кино о живописи, организатор — музей современного искусства Эрарта. Основан в 2012 году, проходит в Санкт-Петербурге. В фестивале принимают участие около 200 работ.
8	Felicità Italiana Фестиваль итальянских комедий, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Итальянским Институтом культуры в Москве. Проходит в Москве, Санкт-Петербурге и Новосибирске. В рамках фестиваля показывают 5–10 фильмов.

№	Кинофестиваль
9	Kinematic Shorts Международный фестиваль короткометражного кино, проводится в 10 крупных российских городах с 2012 года.
10	Latinofiesta Фестиваль кино Латинской Америки, проводится в Москве с 2008 года. В программе участвуют около 10 фильмов.
11	Meters Международный молодёжный фестиваль короткометражного кино и анимации. Проводится с 2005 года в Твери.
12	N.I.C.E. Фестиваль итальянского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Итальянским Институтом культуры в Москве. В рамках фестиваля показывают 5–10 фильмов.
13	New British Film Festival Фестиваль британского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Британским советом. Проводится в шестнадцатый раз. В рамках фестиваля показывают 20–30 фильмов в 24 городах России.
14	Open Cinema Международный фестиваль короткометражного кино и анимации. Организован в 2006 году, проходит в Санкт-Петербурге.
15	Potential Фестиваль короткометражного кино. Организован в 2014 году, проводится в Санкт-Петербурге.
16	WestWind Фестиваль европейского кино, организованный арт-объединением CoolConnections. Проводится во второй раз в Санкт-Петербурге. В рамках фестиваля показывают 5–10 фильмов.
17	«Арткино» Всероссийский кинофестиваль игрового, документального, анимационного и экспериментального короткометражного кино, организован в 2008 году. Проходит в Москве и демонстрирует более 200 картин.
18	«Артдокфест» Международный фестиваль документального кино, организован в 2007 году в Москве. В рамках фестиваля проводятся показы более чем 100 картин.
19	«Амфест» Московский фестиваль американского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством США. Проводится с 2006 года в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Саратове. В рамках фестиваля показывают 10–15 фильмов.
20	«Бок о Бок» Международный ЛГБТ-кинофестиваль. Проводится в Санкт-Петербурге с 2008 года. В рамках фестиваля показывают около 15 фильмов.
21	Большой фестиваль мультфильмов Организован в 2007 году. Проходит в Москве, Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Воронеже, Красноярске и Иркутске. В рамках фестиваля проводятся показы 10–30 мультфильмов.
22	Всероссийский фестиваль визуальных искусств в ВДЦ «Орленок» Проходит с 1997 года во всероссийском детском центре «Орленок» в Краснодарском крае. Направлен на формирование зрительской культуры и творческих способностей у детей. У фестиваля есть детское жюри, членом которого может стать любой отдыхающий в ВДЦ «Орленок».
23	Всероссийский Шукшинский кинофестиваль Проводится с 1999 года, является частью Шукшинских дней, которые организуют на Алтае с 1976 года. В рамках фестиваля показывают около 10 фильмов.
24	«Видение» Международный фестиваль молодежного короткометражного кино и анимации, проводится с 2007 года в Кемерово.
25	«Дубль дв@» Онлайн-кинофестиваль, организованный «Российской газетой» в 2011 году. Фильмы-участники доступны для бесплатного просмотра в течение 48 часов на сайте фестиваля. Награды присуждаются на основании зрительских оценок картин по десятибалльной шкале, а также редакционного жюри. В рамках фестиваля показывают около 15 кинокартин.

Кинофестиваль		
26	«Движение»	Национальный кинофестиваль дебютов. Организован в 2013 году, проходит в Омске. В программе фестиваля — 30–40 работ.
27	«ДОКер»	Международный фестиваль документального кино. Организован в 2011 году. В рамках фестиваля показывают около 40 фильмов.
28	«Зеркало»	Международный кинофестиваль имени Андрея Тарковского, организован в 2007 году, проводится в Иваново. В рамках фестиваля оцениваются около 30 картин.
29	«Из Венеции в Москву»	Фестиваль итальянского кино, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Итальянским Институтом культуры в Москве. Проводится в шестой раз. В рамках фестиваля проходят показы 5–10 фильмов.
30	«Кинотавр»	Открытый российский кинофестиваль, проходит с 1991 года в Сочи. Это второй по величине российский кинофестиваль. В конкурсе может принять участие любой фильм на русском языке. Всего показывают 50–55 фильмов.
31	Казанский международный фестиваль мусульманского кино	Проводится с 2005 года в Казани, до 2009 года носил название «Золотой Минбар». Для основного конкурса отбираются около 50 работ.
32	«Кинопроба»	Международный фестиваль-практикум киношкол. Проводится в Екатеринбурге с 2004 года.
33	«Кинотаврик»	Международный детский фестиваль искусств и спорта. Проводится с 2001 года в Сочи.
34	«Киношок»	Открытый фестиваль кино стран СНГ и Балтии. Проводится с 1992 года в Анапе. Всего в рамках фестиваля показывают около 70 фильмов.
35	«Крок»	Международный фестиваль мультипликационных фильмов. Проходит на борту теплохода, идущего из Москвы в Санкт-Петербург, а также в обоих городах. В конкурсной программе участвуют 175 картин.
36	«Короче»	Фестиваль короткометражного кино. Организован в 2013 году, проходит в Калининграде.
37	«Литература и кино»	Российский кинофестиваль, проводится в Гатчине с 1995 года.
38	«Лучезарный ангел»	Международный благотворительный кинофестиваль. Организован в 2004 году, проходит в Москве. В рамках фестиваля проходят показы 300–400 фильмов.
39	Международный студенческий фестиваль ВГИК	Фестиваль кино-, теле- и театральных работ студентов российских и зарубежных кинематографических школ, проводится в Москве с 1961 года.
40	Московский международный кинофестиваль	Проходит с 1935 года в Москве, это второй старейший кинофестиваль после Венецианского. Всего в рамках фестиваля показывают по 300–400 фильмов.
41	Московский Еврейский Кинофестиваль	Впервые прошел в Москве в 2015 году. В рамках фестиваля было показано 35 фильмов.
42	Международный кинотелефестиваль Detectivefest	Проходит в Москве с 1999 года. Основной его целью является создание позитивного имиджа представителей органов власти и пропаганда законопослушного образа жизни. В конкурсе участвуют около 100 работ.

№	Кинофестиваль	
43	Международный Канский видеофестиваль	Фестиваль инновационного, альтернативного и авангардного кино, проводится в городе Канск Красноярского края с 2002 года. В программе участвуют около 70 киноработ.
44	«Меридианы Тихого»	Международный кинофестиваль стран АТР. Проходит во Владивостоке с 2003 года.
45	«Мир знаний»	Международный фестиваль научно-популярного кино, проводится с 2006 года в Санкт-Петербурге.
46	Международный кинофестиваль имени Саввы Морозова	Фестиваль фильмов о меценатах и предпринимателях прошлого и современности. Проводится с 2015 года в Москве.
47	«Новый горизонт»	Международный молодежный фестиваль короткометражного кино и анимации. Проводится в Воронеже с 2007 года. В конкурсе участвуют 200–300 работ.
48	«Новое кино Австрии»	Фестиваль, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Австрийским культурным фондом. Проводится в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске и Екатеринбурге. В рамках фестиваля показывают 10–20 фильмов.
49	«Окно в Европу»	Российский фестиваль национальных фильмов, проводится в Выборге (Ленинградская область) с 1993 года. За главный приз соревнуются 10–15 кинокартин.
50	«Открой глаза!»	Кинофестиваль против расизма и ксенофобии, проводится в Санкт-Петербурге с 2006 года. Обычно программа насчитывает не более 5 фильмов.
51	Открытый российский фестиваль анимационного кино	Фестиваль анимации, произведенной в России и Беларуси, организован в 1996 году. До 2001 года включительно проводился в Тарусе, с 2002 года — в Суздале. В программу входят около 100 работ.
52	«От всей души» им. Валентины Леонтьевой	Фестиваль кино- и телепрограмм для семейного просмотра. Проводится в Ульяновске с 2008 года.
53	«Осень кинофест»	Международный кинофестиваль, созданный в 2011 году для поддержки молодых кинематографистов. Состоит из программ игрового, документального кино и видеоарта. С 2015 года проводится на площадке электротeatра «Станиславский».
54	«Послание к человеку»	Международный кинофестиваль документальных, короткометражных, игровых и анимационных фильмов, проходит с 1989 года в Санкт-Петербурге. В конкурсную программу входят около 100 киноработ.
55	«Профессия — журналист»	Московский международный телефестиваль, посвященный журналистике. Проводится в Москве с 2009 года.
56	«Россия»	Открытый фестиваль документального кино, проводится с 1988 года в Екатеринбурге. В рамках фестиваля показывают около 100 картин.
57	«Русское зарубежье»	Учрежден в 2007 году, проводится в Москве по инициативе Дома Русского Зарубежья имени А.С. Солженицына. В рамках фестиваля показывают около 20 фильмов.
58	Российский фестиваль антропологических фильмов (РФАФ)	Фестиваль-биеннале документального антропологического и этнографического кино. Проходит в Екатеринбурге с 1998 года. Всего в рамках фестиваля показывают 10–15 фильмов.

№	Кинофестиваль
59	«Сказка» Фестиваль детского кино, проводится в Москве с 1999 года. У фестиваля есть детское жюри, состоящее из учащихся киношкол и анимационных студий.
60	Славянский форум искусств «Золотой витязь» Проводится с 1992 года в Омске. До 2010 года был кинофорумом, затем стал частью славянского форума искусств, объединяющего кино, театр, живопись и литературу.
61	«Саратовские страдания» Международный кинофестиваль документальной мелодрамы. Проходит в Саратове с 2004 года.
62	«Святая Анна» Кинофестиваль студенческих и дебютных фильмов. Проходит в Москве с 1994 года. В конкурсе участвуют 300–400 короткометражных работ.
63	«Сталкер» Международный фестиваль фильмов о правах человека. Проводится с 1995 года в Москве. В рамках фестиваля показывают около 70 работ.
64	«Соль земли» Открытый Всероссийский фестиваль документальных фильмов, проводится в Самаре с 2008 года.
65	«Серебряный Акбузат» Международный фестиваль национального и этнического кино, проводится с 2014 года.
66	«Точка в бесконечной Вселенной» Международный кинофестиваль, с 2011 года проводится под открытым небом. В 2015 году состоялся в Крыму.
67	«Угра» Международный кинофестиваль исторического и современного кино. Организован в 2013 году, проводится в Калуге. В рамках фестиваля оцениваются около 10 картин.
68	Международный фестиваль кино о науке и технологиях «360°» Кинофестиваль, впервые проведенный в 2011 году Политехническим музеем совместно с Фондом «Сколково» и Открытым университетом «Сколково». В рамках программы показывают 20–30 фильмов.
69	«Флаэртиана» Фестиваль документального кино, организованный в 1995 году. Проходит в Перми. В рамках фестиваля показывают около 30 фильмов.
70	Фестиваль норвежского кино Фестиваль, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством Норвегии. Проводится в шестой раз в Москве, Санкт-Петербурге и Мурманске. В рамках фестиваля показывают 5–10 фильмов.
71	Фестиваль японского кино Фестиваль, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством Японии. Проводится в 49-й раз. География — Москва и Санкт-Петербург. В рамках фестиваля показывают 5–10 фильмов.
72	Фестиваль немецкого кино Фестиваль, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с Немецким культурным центром имени Гёте. Проводится в 14-й раз в Москве и Санкт-Петербурге. В рамках фестиваля показывают 20–30 фильмов.
73	Фестиваль документального американского кино SHOW US! Фестиваль, организованный арт-объединением CoolConnections совместно с посольством США. Проходит в 6 городах России. В рамках фестиваля показывают 5 фильмов.
74	Чебоксарский международный кинофестиваль Проводится с 2008 года в Чебоксарах. Посвящен кинематографу малых народов России и демонстрирует фильмы, отражающие этническое многообразие современного мира, а также способы сосуществования разных народов в условиях глобализации.
75	«Шорты» Независимый фестиваль короткометражных фильмов, организованный в 2005 году. Показы и голосование проводятся в интернете, церемония награждения — в Туле. В программе участвуют около 100 работ.

НАГРАДЫ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ КИНОФЕСТИВАЛЯХ

Награды на международных кинофестивалях, 2004–2015 гг.

Фестиваль	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Венецианский кинофестиваль			1	1	2		3	1	1		1	
Московский кинофестиваль	3	1		1	1	4	3			1	1	2
Каннский кинофестиваль				1	5		1		2		1	
Кинофестиваль в Карловых Варах		1		3	5	1	1	1		1	1	
Кинофестиваль в Локарно	1		1		4	2	1				1	1
Берлинский кинофестиваль	1	2			1		3					1
Индийский кинофестиваль											2	
Кинофестиваль в Сан-Себастьяне												
Кинофестиваль в Мар-дель-Плата				1			1					
Каирский кинофестиваль	1			1		1	1				1	
Кинофестиваль в Монреале		1			1			1	1			
Кинофестиваль в Варшаве			2		1			1				
Кинофестиваль в Токио					2							
Шанхайский кинофестиваль					1				1	3		1
Таллинский кинофестиваль «Темные ночи»												3

Примечания: В таблице указаны только кинофестивали, аккредитованные FIAPF

По данным InterMedia

ТЕНДЕНЦИИ

Экономическая и политическая ситуации в стране отразились на кинофестивалях. Так, в 2015 году число фильмов, отобранных для ММКФ, сократилось почти на сотню — с 397 до 307. Вместе с тем упало и число посетителей — с 77 тыс. чел. до 55 тыс. чел. Тем не менее фестиваль продолжает считаться одним из крупнейших в мире, на него приезжают крупнейшие кинематографисты и актеры.

Кинофестиваль документальных фильмов «Послание к человеку» — второй в России фестиваль, имеющий аккредитацию Международной федерации ассоциаций кинопродюсеров (FIAPF). Он вырос к 2015 году: было показано более 4 тыс. фильмов (3,5 тыс. в 2014 году, 3 тыс. в 2013 году), а посетило его более 35 тыс. зрителей (27 тыс. в 2014 году, 20 тыс. в 2013 году).

Арт-объединение CoolConnections в 2015 году, как и годом ранее, провело 26 различных фестивалей, ретроспектив и специальных показов креативного контента.

В компании считают, что кризисная экономическая ситуация пошла только на пользу: культурные цен-

тры и посольства стали активнее участвовать в популяризации национального кино. В 2015 году такой симбиоз позволил впервые провести фестиваль венгерского кино Cifra.

Популярный кинофестиваль «2morrow/Завтра» пережил 2015 год, несмотря на серьезные финансовые трудности. Так, Министерство культуры РФ и Департамент культуры Москвы долго не соглашались оказать поддержку восьмому фестивалю, в результате ему грозило закрытие. Организаторы обратились к своей аудитории через краудфандинговую платформу planeta.ru, чтобы собрать необходимые 650 тыс. руб., однако отклик оказался таким большим, что было собрано в два раза больше — 1,3 млн. Только после этого Минкультуры РФ согласилось выделить финансирование в размере 1 млн руб. Аналогичным образом собирались средства и для фестиваля «2morrow/Завтра», прошедшего в январе 2016 года.

Растет аудитория, проявляющая интерес к независимым фильмам. В связи с этим открылись Московский Еврейский Кинофестиваль, Bridge of Arts и Международный кинофестиваль имени Саввы Морозова.

ИТОГИ



ИТОГИ

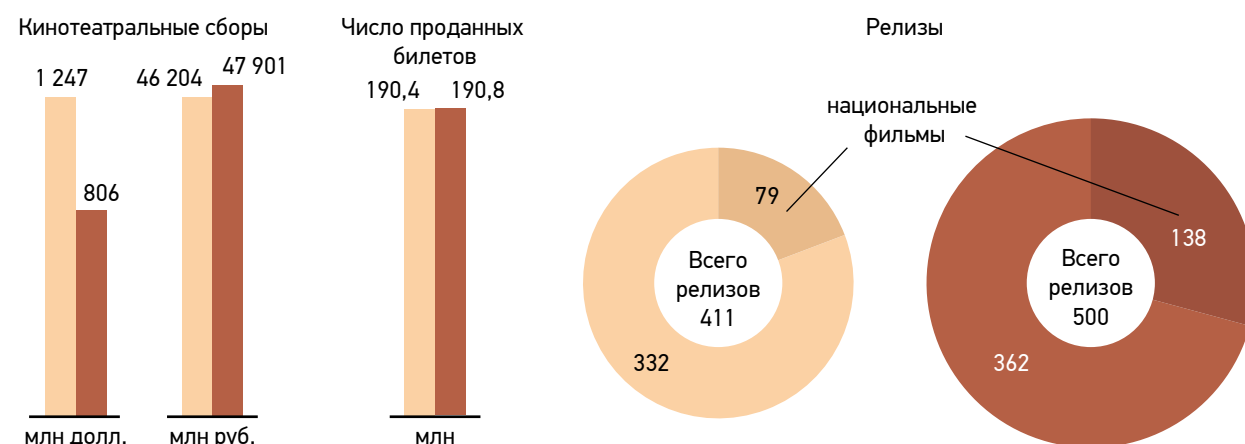
Российская киноиндустрия в 2015 году развивалась в непростых экономических условиях. Кризисные явления отразились на всех участниках рынка, дав уцелевшим толчок для поиска новых решений и оптимизации старых.

Ключевые цифры российской киноиндустрии

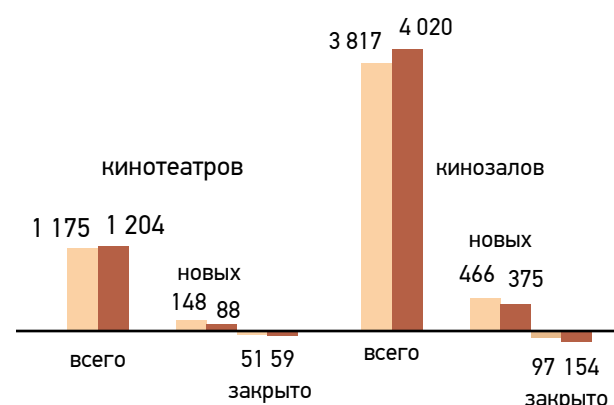
данные за 2014 г.

данные за 2015 г.

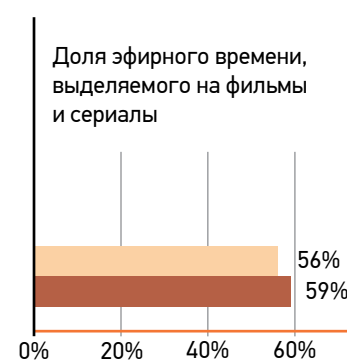
Кинопрокат



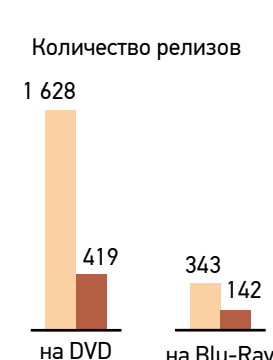
Кинопоказ



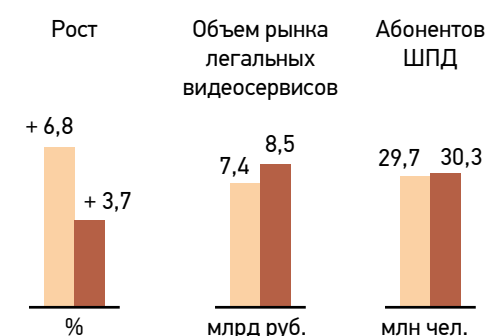
ТВ



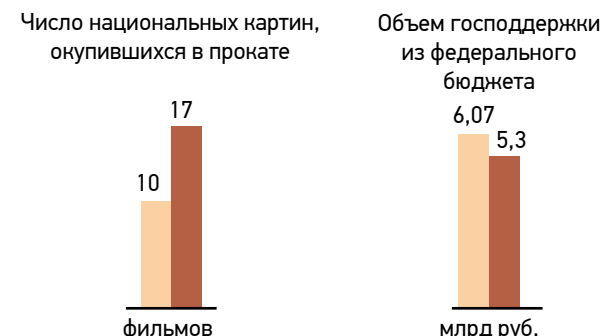
DVD и Blu-Ray



Платное ТВ



Кинопроизводство



Сборы российского кинопроката за 2015 год незначительно выросли в рублях (с 46,2 млн до 47,9 млн), но сильно просели в долларах (с 1247 млн до 806 млн), что связано с падением курса национальной валюты. По-прежнему лучшие сборы показывают фильмы, распространяемые студиями-мэйджорами. Так, первое место по сборам заняла компания Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing (23% от общей кассы с 21 кинокартины), второе — NBCUniversal (20% с 18 фильмов), третье — «Двадцатый Век Фокс СНГ» (15% с 29 кинокартин). Лидер прошлого года — «Централ Партнершип» — занял пятое место, собрав 11% кассы с помощью 37 фильмов.

С 2014 года стало сокращаться количество дистрибьюторов, занимающихся прокатом артхаусного и независимого кино (например, закрылись Caravella DDC, «Кино без границ», Reanimedia). В 2015 году прекратила деятельность еще одна компания того же профиля — UMS Film.

Однако есть и позитивные тенденции: в 2015 году появилось несколько новых игроков, занявшихся ограниченным прокатом (в том числе авторского и документального кино, отечественных картин): Reflexion Films, Storm Cinema, «Мечта», Chaka Production. Кроме того, прокатом занялись «Киностудия им. Горького» и «Ленфильм». Стоит ждать новых релизов не только в этом сегменте, но и в области креативного контента: здесь появился новый прокатчик — компания «Театральная Россия».

Одна из основных причин появления на рынке кинопроката новых дистрибьюторов — развитие регионального кинематографа, благодаря которому местные фильмы, пользующиеся популярностью у зрителей, все чаще выходят за пределы «своих» республик в федеральный кинопрокат. В 2015 году таким образом проявили себя «Дети 90-х», «По небу босиком», «Дороги», «Решала 2».

За 2015 год увеличилось число релизов национальных фильмов (138), а также количество картин российского производства, окупивших в прокате производственный бюджет (17). Однако кинопроизводство до сих пор остается слабой стороной российской киноиндустрии, а большинство кинолент не окупается в прокате. Введение новой системы государственной поддержки через питчинги должно привести к увеличению количества и качества российских картин, однако процесс идет очень медленно. Кроме того, несмотря на возросшее число отечественных фильмов в прокате, расширения аудитории не про-

изошло. Это говорит о том, что на рынок стало выходить все больше работ, не отличающихся актуальностью поднимаемых проблем и не способных заинтересовать зрителя.

В 2015 году завершился переход всех кинозалов на цифровой показ. Большая часть закрывшихся в прошлом году кинотеатров — это площадки, которые не успели установить цифровое оборудование. При этом рост количества кинозалов за прошедший год оказался минимальным за всю историю современного кинопоказа.

Города с населением менее 100 тыс. жителей по-прежнему мало оснащены кинотеатрами — 70% их населения все еще не имеют доступа к кинопоказу. Долгое время рынок рос только за счет крупных городов, где открытие новых площадок экономически выгоднее, однако здесь уже наблюдается перенасыщение, поэтому возможностей для расширения становится меньше.

Многочисленные кинотеатры почти не почувствовали кризис, сделав ставку на уже имеющиеся мощности: к концу 2015 года их число не только не сократилось, но и увеличилось со 120 до 143. Зато количество однозальных кинотеатров заметно уменьшилось. Эти площадки оказались наименее конкурентоспособными из-за нехватки экранного времени, поэтому для выживания они стали чаще организовывать творческие встречи, мастер-классы, проводить фестивали и премьеры. Культурные центры и посольства начали активнее поддерживать различные мероприятия, связанные с национальным кино.

В сложных экономических условиях очень уместной оказалась федеральная программа поддержки кинотеатров в малых городах с населением менее 100 тыс. человек, разработанная Фондом кино совместно с Министерством культуры РФ. Программа предполагает выдачу субсидий в размере 5 млн руб. из федерального бюджета на открытие новых площадок. Таким образом планировалось открыть более 500 новых кинотеатров в рамках Года кино. К середине 2016 года прошло два конкурса, по результатам которых были отобраны площадки для поддержки. В ходе первого конкурса поддержано 143 кинотеатра в 51 субъекте РФ, по результатам второго — еще 155 в 55 субъектах. В ближайшее время планируется также третий конкурс.

На рынке видео на физических носителях продолжается спад, связанный с падением спроса на продукцию. В результате уже не первый год

сокращается число точек продаж и уходят крупные дистрибьюторы. Объем выпуска фильмов и сериалов на DVD и Blu-Ray также уменьшается: число релизов DVD за 2015 год упало с 1628 до 419, а Blu-Ray — с 343 до 142. В этих условиях относительно стабильно себя чувствуют только представители голливудских студий-мэйджоров, тогда как финансовые возможности остальных дистрибьюторов по покупке лицензий сокращаются.

Главная причина падения спроса на физические носители — рост платного телевидения, которое позволяет видеопродукцию дома не только смотреть, но и с удобством приобретать. Этот рынок растет более чем на 10% в год. По технологии передачи сигнала выделяют три группы: спутниковое ТВ, кабельное ТВ и IP TV, причем последняя показывает на сегодняшний момент лучшую динамику. В 2015 году сегмент IP TV вырос на 20,2%, в 2014 — на 23%.

Бурное развитие интернета в России привело к появлению новых технологий доставки пользователю теле- и видеоконтента, главная из которых — OTT (Over the Top). Сейчас рынок легальных онлайн-видеосервисов оценивается в 8,5 млрд руб., и он также будет расти.

По прогнозу «ТМТ Консалтинг», основными трендами развития рынка онлайн-видеосервисов в ближайшие годы станут:

- изменение состава участников рынка вследствие прихода глобальных игроков (Netflix и т.д.), сделок M&A, выхода на рынок OTT операторов связи и ИТ-компаний;
- преимущественное развитие платной модели, в том числе подписки;

- расширение игроками спектра предоставляемых сервисов (потокное ТВ, информационные ресурсы, контент собственного производства, выход на новые платформы);
- дальнейшее расширение географии предоставления услуг российскими видеосервисами;
- осуществление дальнейших шагов по регулированию рынка, партнерство государства и OTT-видеосервисов в продвижении российского контента.

Эфирное телевидение столкнулось с трудностями: крупнейшие федеральные телеканалы потеряли значительную часть аудитории. В то же время многие из них нашли выход, развивая вещание в интернете. Сейчас телеканалы занимают второе место по объему доходов в интернете среди легальных видеосервисов (1 млрд руб. в год), эксперты InterMedia полагают, что именно это направление позволит телеканалам частично компенсировать потери.

Развитие интернета все сильнее актуализирует проблему пиратства. По оценке специалистов, ущерб для киноотрасли от пиратов сейчас составляет порядка 15–20 млрд руб. в год. Из-за высокой доступности нелегального контента Россия попала в Priority Watch List — список стран, за ситуацией в которых пристально наблюдает Международный альянс интеллектуальной собственности (IIPA). Борьба за авторские права, проект Глобальных лицензий и блокировка RuTracker.org вызвали обширную дискуссию в среде экспертов и простых пользователей. Поправки в законодательстве, принятые правительством РФ в 2015 году, призваны изменить ситуацию.



ПРИЛОЖЕНИЕ

- 122 Вольга:** Зритель будет обращать меньше внимания на независимое кино
- 123 Московское кино:** Кризис подтолкнул к усилению работы с альтернативными форматами
- 124 Megogo:** Интерес к отечественному контенту у нашей аудитории всегда был высок
- 125 RuTracker:** Пользователи рады, что мы оказались «вне закона»
- 126 Мульт в кино:** Наши выпуски посмотрели более 850 тысяч детей и родителей
- 128 CoolConnections:** Кризис пошел кинофестивалям на пользу

ВОЛЬГА: ЗРИТЕЛЬ БУДЕТ ОБРАЩАТЬ МЕНЬШЕ ВНИМАНИЯ НА НЕЗАВИСИМОЕ КИНО

Генеральный директор кинокомпании «Вольга» Сергей Спиридонов рассказал корреспонденту InterMedia об итогах года и политике компании.

— Как вы можете охарактеризовать изменения, произошедшие на рынке за 2015 год? Чувствуется ли экономический кризис, влияет ли он на ценообразование, поведение аудитории, репертуар, маркетинг?

— Экономический кризис, безусловно, довольно значительно повлиял на кинодистрибуцию в России и СНГ. Отчетливо ощущается, что отечественный зритель в усложнившихся экономических условиях готов тратить деньги главным образом на фильмы-события (как российского производства, так и зарубежные), однако все чаще обходит вниманием картины, «не обязательные к просмотру на большом экране», стараясь посмотреть их или на легальных VOD-сервисах, либо на пиратских торрент-трекерах. Это, безусловно, в первую очередь бьет по независимым дистрибуторским компаниям и заставляет их бороться за приобретение наиболее крупных проектов из числа предлагаемых сэйлз-компаниями на международных кинорынках.

— Как соотносятся сборы ваших российских и зарубежных картин?

— В 2015 году доля российских проектов составила 18% от общего объема кассовых сборов фильмов, выпущенных нашей компанией. Это в два раза больше, чем в 2014 году. Думаем, в будущем это соотношение будет только расти в пользу российского кино. Это с учетом современных реалий российского рынка кинопоказа и кинодистрибуции.

— Какие отечественные и зарубежные картины этого года вы считаете наиболее выдающимися?

— По итогам 2015 года «Вольге» есть чем гордиться. Во-первых, замечательный результат продемонстрировала семейная картина «Приключения Паддингтона», собравшая 397 млн руб. и ставшая

самым кассовым британским фильмом, созданным вне копродукции со студиями-мэйджорами. Выпущенный «Вольгой» мультфильм «Хранитель Луны» стал самой кассовой французской анимационной лентой. Триллер Тарсема Сингха «Вне себя» показал на нашей территории самый лучший результат в мире за пределами США. Наконец, российский фильм ужасов «Пиковая дама: Черный обряд», выпущенный нашей компанией в сентябре, стал самым кассовым отечественным хоррором, созданным вне копродукции с другими странами.

— Какие картины не оправдали ваших ожиданий? Почему?

— К числу картин, не в полной мере оправдавших наши надежды в 2015 году в плане кассовых сборов, наверное, можно отнести американскую ленту «128 ударов сердца в минуту». Отметим, впрочем, что данный фильм выступил не очень впечатляюще на всех территориях, включая США, где его выпускала в прокат студия Warner Bros. На этом фоне российские показатели ленты предстают совсем неплохими. Но, видимо, центральные для сюжета «128 ударов сердца в минуту» проблемы, с которыми сталкивается вступающая в большую жизнь калифорнийская молодежь, оказались недостаточно близкими отечественной публике, чтобы она проголосовала за это зрелище рублем, даже несмотря на отличный актерский состав и актуальный динамичный саундтрек.

— Каков ваш прогноз для рынка?

— Думаем, в ближайшее время тенденции 2015 года на рынке будут сохраняться и углубляться. А именно, все больше внимания зритель будет обращать на крупные резонансные оригинальные проекты, а также на сиквелы зарекомендовавших себя кинофраншиз, и все меньше — на независимое кино без событийной составляющей.

МОСКОВСКОЕ КИНО: КРИЗИС ПОДТОЛКНУЛ К УСИЛЕНИЮ РАБОТЫ С АЛЬТЕРНАТИВНЫМИ ФОРМАТАМИ

Руководитель пресс-службы сети кинотеатров «Московское кино» Ксения Шатрова рассказала корреспонденту InterMedia об особенностях работы однозальных кинотеатров.

— Как вам удается успешно конкурировать с многозальными кинотеатрами? С какими проблемами приходится сталкиваться?

— Главная проблема однозальных кинотеатров — нехватка залов, то есть экранного времени. Конечно, там, где это возможно, эту проблему мы решаем созданием DVD-залов.

Но по-настоящему конкурировать с многозальными кинотеатрами можем только одним способом: показывать то, что они не показывают. Если говорить о конкретных площадках сети «Московское кино», то, например, однозальный кинотеатр «Космос» на ВДНХ может конкурировать с многозальниками еще и за счет своего статуса: это премьерный кинотеатр, к тому же хорошо расположенный. Кинотеатр «Березка» в Новогиреево проводит творческие вечера. Кинотеатры «Звезда» и «Факел» берут интеллектуальное кино, эксклюзивными показами. Во всех наших кинотеатрах есть какая-то своя изюминка, те мероприятия, которые проводятся только на этих площадках.

— Подтолкнул ли кризис вас к каким-то новым решениям в борьбе за зрителя (например, к организации акций, проведению мастер-классов и т.д.)?

— В кинотеатрах сети «Московское кино» регулярно проводятся не только показы прокатных фильмов, но и творческие встречи, премьеры, фестивали и многое другое. Такого рода мероприятия традиционны для «МосКино». Кризис нас подтолкнул к усилению работы с подобными форматами. Например, в расписании кинотеатра «Факел» ретроспектив и кино клубов сейчас даже больше, чем основного репертуара.

— Как экономические реалии 2015 года сказались на вкусовых предпочтениях зрителей, частоте их походов в ваши кинотеатры?

— В сети кинотеатров «Московское кино» к концу 2015 года посещаемость выросла. Рост связан с тем, что у нас всегда были и есть достаточно бюджетные цены и эксклюзивный контент. Так что кризис на нас не повлиял, по крайней мере, пока.

MEGOGO: ИНТЕРЕС К ОТЕЧЕСТВЕННОМУ КОНТЕНТУ У НАШЕЙ АУДИТОРИИ ВСЕГДА БЫЛ ВЫСОК

Генеральный директор онлайн-кинотеатра Megogo в России Виктор Чеканов рассказал корреспонденту InterMedia об итогах года.

— Как изменился доход и объем аудитории онлайн-кинотеатра Megogo за 2015 год?

— В 2015 году выручка сервиса в России выросла на 86% по сравнению с предыдущим годом и составила 419,4 млн руб., из которых основная доля доходов по-прежнему приходится на рекламную модель. Она занимает порядка 89% от общего объема. При этом аудитория составила 17,2 млн уникальных пользователей со всех платформ (по данным CDN за декабрь 2015).

— Отмечаете ли вы изменения на рынке рекламы в вашем сегменте? Чувствуется ли экономический кризис? Влияет ли он на предпочтения зрителей, рост числа платных подписчиков, а также на ваши маркетинговые стратегии?

— Несмотря на негативные макроэкономические условия, нам совместно с нашим селлером (GPMD) удалось существенно улучшить свои показатели по продажам рекламы в сравнении с предыдущим годом, увеличив рекламную выручку на 66%.

В 2015 году мы стали свидетелями смещения баланса в сторону пользовательских платежей и увеличения их доли в общем объеме дохода онлайн-кинотеатра. В 2014 году доходы Megogo от платных продуктов составляли не более 2%, в 2015 — уже 11%. Мы прогнозируем существенный рост объема доходов в digital от пользовательских платежей.

— Какие платформы (ПК, мобильные устройства, Smart TV, ТВ-приставки) для просмотра фильмов наиболее популярны у вашей аудитории?

— Мы не ограничиваем возможности пользователей — существующий на Megogo контент доступен на любых устройствах, поэтому тут главным фактором является удобство для пользователя, где и что смотреть. По данным нашей статистики, более 57% потребления видеоконтента сейчас приходится на Smart TV и мобильные устройства. Изменение модели потребления с «десктопного веба» на Smart TV и мобильные устройства напрямую влияет на увеличение интереса пользователей к платным продуктам.

— Расскажите о достижениях проекта «Смотри как слышно» в 2015 году.

— К концу 2015 года мы увеличили объем представленного в проекте видео почти в 10 раз, сейчас у нас уже более 1000 единиц видео с субтитрами для взрослых и сурдопереводом для самых маленьких. Среди существующего контента есть и мировые хиты, и классика советского кино, а также любимые всеми диснеевские мультфильмы.

— Не секрет, что 2016 год в России объявлен Годом кино. Наблюдаете ли вы рост числа отечественных картин в вашем каталоге, повышается ли интерес к ним?

— Интерес к отечественному контенту у нашей аудитории всегда был высок, поэтому сегодня его доля от общего объема видео составляет уже более 50%. В сериальном сегменте львиную долю продолжают занимать российские продукты. Мы планируем сохранять такое соотношение.

RUTRACKER: ПОЛЬЗОВАТЕЛИ РАДЫ, ЧТО МЫ ОКАЗАЛИСЬ «ВНЕ ЗАКОНА»

Представители сайта RuTracker.org обсудили с корреспондентом InterMedia результаты действия антипиратского законодательства за 2015 год.

— Недавно вы заявляли, что сайт может просуществовать без выручки с рекламы. Можете ли вы сказать, о каких суммах в данном случае идет речь?

— Безусловно, мы сможем работать и без рекламы. Ежемесячные затраты на хостинг и аренду серверов — это несколько тысяч долларов, которые мы без труда найдем в виде пожертвований и помощи. Другое дело, что реклама позволяет нам оплачивать труд программистов и разработчиков, которые развивают сайт, дополняют его новыми функциями и возможностями.

— Считаете ли вы эффективными меры по блокировке сайтов? Как реально изменилась посещаемость в России после введения пожизненной блокировки?

— Посещаемость с российских адресов упала почти вдвое, однако она существенно выросла с адресов зарубежных, потому что пользователи стали идти в обход блокировок. В результате посещаемость снизилась примерно на 20%.

Вообще механизм «пожизненных блокировок», возможно, и имел бы положительный эффект, если бы он использовался точно, только в тех случаях, когда речь действительно идет о здоровье или безопасности граждан. А когда он начинает использоваться в целях глобального цензурирования интернета, то речь может даже идти об обратном эффекте — пользователи, возмущенные политикой властей, начинают настраивать обход блокировок из принципа, тем более, что сделать это проще простого.

Таким образом, идея блокировок дискредитировала сама себя, любой более-менее любознательный пользователь знает, что блокировку легко обойти. Кроме того, несмотря на то, что посещаемость сайта RuTracker упала, мы видим, что активность файлообмена между пользователями снизилась всего лишь на 3%.

Пользователи стали реже заходить на RuTracker, поскольку не на всех устройствах можно легко настроить обход блокировок (например, на планшетах или мобильных телефонах). Однако качать они меньше не стали, и если не могут зайти на заблокированный RuTracker, то идут на другие трекеры, где продолжают обмениваться информацией.

— Рассматриваете ли вы вероятность отмены блокировки ресурса в ближайшее время? Если да, то согласитесь ли вы вновь сотрудничать с правообладателями на прежних условиях?

— Вероятность отмены блокировок напрямую связана с политической жизнью в РФ. Поэтому этот вопрос лучше бы задать тем специалистам, которые хорошо разбираются в этой области.

Что же касается правообладателей, то здесь мы оказались в очень сложной ситуации. Блокировка доступа на RuTracker свела к нулю все наши усилия по выстраиванию взаимоотношений пользователь-правообладатель, которыми мы занимались в течение последних шести или семи лет. Очень большое количество пользователей откровенно рады тому, что RuTracker, будучи заблокированным, оказался «вне законов» Российской Федерации, потому что абсолютное большинство раздач закрывалось по запросам именно российских правообладателей.

В том случае, если блокировку снимут, придется начинать все сначала. Поскольку пользователи уже почувствовали вкус свободы, блокировками их не запугать, и возвращать правообладателей на RuTracker будет очень сложно.

Кроме того, сам факт закрытия раздач на RuTracker реального эффекта борьбы с пиратством практически не имел, поскольку все, что закрывалось у нас, легко было найти и у других. Единственная практическая польза была в том, что это позволяло нам оставаться в правовом поле Российской Федерации.

МУЛЬТ В КИНО: НАШИ ВЫПУСКИ ПОСМОТРЕЛИ БОЛЕЕ 850 ТЫСЯЧ ДЕТЕЙ И РОДИТЕЛЕЙ

Генеральный продюсер проекта «Мульт в кино» Иван Кудрявцев рассказал корреспонденту InterMedia о результатах работы и дальнейших планах компании.

— Проект «Мульт в кино» существует уже больше года. Расскажите об итогах первого года работы. Трудно ли было выйти на большой экран?

— В настоящий момент «Мульт в кино» представлен в афише более чем 350 кинотеатров в 155 городах России: мы работаем во всех часовых поясах страны — от Калининграда до Петропавловска-Камчатского, от Мурманска до Сочи. Выпуски киножурнала можно увидеть во всех восьми главных федеральных киносетях России и в сотнях независимых кинотеатров. С момента старта по май 2016 г. формат «Мульт в кино» собрал в прокате 100 млн руб., а выпуски киножурнала посмотрели более 850 000 детей и родителей. Хочу отметить, что «Мульт в кино» завоевал постоянное место в топе лидеров проката по такому важному показателю, как средняя заполняемость зала на сеанс. Отмечу, что лидеры — полнометражные российские и голливудские блокбастеры — в данном топе регулярно сменяют друг друга, а «Мульт в кино» держится в нём месяц за месяцем, и это единственный такой формат. Уникальность проекта еще и в том, что это единственный и первый в современной истории российского проката регулярный премьерный киножурнал для самых маленьких, в который свежие мультики попадают дважды в месяц — прямо с монтажных столов главных анимационных студий России. В этом проект «Мульт в кино» просто не имеет аналогов. Весной Институт современных медиа (MOMRI — Modern Media Research Institute) провёл масштабное исследование нашей аудитории. Результаты очень воодушевляют: 97% опрошенных детей и родителей заявляют, что им нравится «Мульт в кино», 95% — что пойдут на сеансы киножурнала снова, 84% наших зрителей заранее планируют поход на «Мульт в кино» с детьми, и почти 60% водят детей на «Мульт в кино» регулярно. Больше половины (54%) таких семей посещают 2–3 наших выпуска, почти четверть (24%) успели сходить на «Мульт в кино» 4–5 раз. Большинство респондентов дают формату следующие характеристики: «красочный», «добрый и весёлый», «поучительный и познавательный», «нравится детям», «дарит радость первого похода

в кино». 55% отмечают, что поход в кино для них — праздник.

— По какому принципу отбираются серии для кинопоказа?

— График выпусков «Мульт в кино» разработан с учётом потребностей нашей основной аудитории (дошкольники и учащиеся младших классов): с осени по весну свежий выпуск — два раза в месяц, в летние каникулы — один выпуск в месяц. Этот график будет соблюдаться неукоснительно. Мы работаем непрерывно благодаря тому, что анимационные студии-партнёры выпускают даже больше контента, чем мы можем показать в одном выпуске, поэтому мы позволяем себе придирчиво выбирать, что попадёт в свежий выпуск «Мульт в кино», а что нет.

— Какова география проекта сейчас? Где мультфильмы смотрят больше — в Москве или регионах?

— «Мульт в кино» смотрят по всей России. Но особенно проект популярен в Сибири и на Дальнем Востоке. В утренние часы в этих регионах на один сеанс собираются 50–60 зрителей — такого результата не всегда достигают в прокате даже кассовые блокбастеры. География постоянно расширяется, первое значительное увеличение произошло в августе 2015 года — тогда к показам присоединились региональные киносети и независимые кинотеатры. Теперь выпуски «Мульт в кино» демонстрируют во всех крупнейших федеральных киносетях («КАРО фильм», «Киномакс», «Синема стар», «Люксор», «Формула кино», «Синема парк», «Монитор», «Пять звёзд»), а также во множестве независимых кинотеатров по всей стране.

— Трудно ли было собрать для кинопоказа мультфильмы, созданные разными киностудиями и имеющие разных правообладателей?

— «Мульт в кино» — совместный проект компании «Цифровое телевидение» и телеканала «Мульт», и команда генерального продюсера канала Татьяны Цываревой проделала колоссальную работу по агрегации прав на контент. Выпуск многосерийного

анимационного киножурнала — задача непростая и чисто технически, особенно учитывая, что студии нам отдают мультфильмы непосредственно с монтажного стола.

Мы показываем мультики первыми, до того, как они попадут на ТВ и в интернет, — да еще и на большом экране, с объёмным звуком, что, конечно, накладывает и на нас, и на студии определённую ответственность, усложняет производственный процесс. Но руководители студий — сами родители, которые хотят продемонстрировать детям магию кино, и поэтому к моменту старта проекта высокую планку качества взяли все студии-партнёры. Остальные подтягиваются, и двери формата открыты для новых участников. В середине мая, к примеру, именно в рамках «Мульт в кино» состоялась премьера мультсериала «Сказочный патруль», а в 31-м выпуске мы впервые на большом экране показали мультфильм «Йоко». Лучшие новые мультсериалы и дальше будут начинать свой путь к зрителю именно с премьер в рамках «Мульт в кино».

— С коммерческой точки зрения «Мульт в кино» — успешный проект? Или он существует в первую очередь для повышения интереса к телеканалу «Мульт»?

— «Мульт в кино» блестяще выполняет обе эти задачи, и даже больше. Судите сами. Касса в 100 млн руб. Это лучше многих полнометражных мультфильмов прокатчиков-мэйджоров. Зрителей уже под миллион, около 60% — регулярная аудитория, и мы её постоянно наращиваем. Родители приводят к нам самых маленьких детей, которые уже через 10 лет станут основной аудиторией кинотеатров, и они уже сейчас растут на своих, родных мультиках, и, что еще важнее, — привыкают знакомиться с ними в кино. Это высокая социальная миссия. Умножьте это всё на хороший «сарафан», на наши 97% позитивных откликов, и вы получите еще и превосходный маркетинговый результат — мощную платформу для продвижения контента лучших отечественных анимационных студий и самого телеканала «Мульт», который благодаря проекту «Мульт в кино» воспринимается как канал, показывающий только самую лучшую анимацию. Аудитория очень чутко улавливает грань между мультиками, сделанными «для телевизора», и мультиками, которые сначала показывают в кино.

— Сейчас все выпуски «Мульт в кино» маркированы возрастным рейтингом «0+». Есть ли в планах также распространение мультфильмов с рейтингами «6+» и «12+»?

— В краткосрочной перспективе мы намерены продолжить наращивать аудиторию «Мульт в кино» — в первую очередь, чтобы прощупать максимальную ёмкость этого сегмента рынка, мало освоенного его основными игроками. Потолка роста здесь мы пока не видим. Команда канала «Мульт», компании «Цифровое телевидение» и нашей дистрибуционной организации MVK прорабатывает сразу несколько интересных сценариев развития формата, о новых сюрпризах для аудитории мы обязательно объявим заранее.

— Дистрибьютор MVK, как мы знаем, занимается не только продукцией телеканала «Мульт в кино». Например, в 2015 году вы совместно с 24_DOC также выпустили документальные фильмы «Citizenfour. Правда Сноудена» и «Наваждение», в 2016 году — голливудский мультфильм «Норм и Несокрушимые». С чем связано такое расширение рамок? Эти проекты оказались успешными?

— Мы постоянно исследуем и развиваем потенциал разных ниш национального проката, используя наши маркетинговые наработки и стремясь удовлетворить растущий спрос на первоклассное кино. «Citizenfour. Правда Сноудена» вошёл в Топ-10 самых кассовых документальных картин в российском прокате за всю историю и стал абсолютным рекордсменом по сборам в категории документальной публицистики. «Норм и Несокрушимые» стал лучшей анимационной новинкой весенних каникул 2016 года, а сенсационная картина «Наваждение» Алекса Гибни, хотя и выходила ограниченным прокатом, вызвала большой резонанс в СМИ. Наш опыт работы с такими проектами оказался успешным, а потому мы и впредь будем расширять нашу линейку форматов.

COOLCONNECTIONS: КРИЗИС ПОШЕЛ КИНОФЕСТИВАЛЯМ НА ПОЛЬЗУ

Менеджер проектов CoolConnections Кристина Митина рассказала корреспонденту InterMedia об итогах года и особенностях организации фестивалей национального кино разных стран в России.

— Вы проводите много фестивалей с фильмами разных стран. Скажите, какое кино наиболее интересно российскому зрителю?

— Каждый из наших фестивалей ориентирован на отдельную целевую аудиторию: кто-то любит комедии, кто-то предпочитает артхаусные драмы, кто-то интересуется культурой конкретной страны, кто-то идет на ретроспективу определенного режиссера. Ситуаций может быть много, но главное — наши фильмы всегда находят своего зрителя.

Так что я бы говорила скорее не про зрительский интерес, а про масштабность мероприятий. Самые крупные наши фестивали — это «Амфест» [Фестиваль американского кино. — Прим. ред.] и фестиваль «Новое британское кино», что неудивительно, ведь интерес к кинематографу США и Великобритании всегда был достаточно высоким. Следом идут, пожалуй, итальянские фестивали и Фестиваль немецкого кино. Также стоит отметить фестиваль Danish Wave и Фестиваль норвежского кино — интерес к культуре скандинавских стран постоянно растет, очень многие изучают датский и норвежский языки, для них фестивали — уникальная возможность посмотреть фильмы этих стран на оригинальном языке с русскими субтитрами.

— Отразился ли экономический кризис и политическая ситуация на международном сотрудничестве? А на предпочтениях зрителей?

— Да, кризис отразился, и, как ни странно, в позитивном смысле. С одной стороны, культурные центры и посольства активизировались и направили свою энергию в культурное русло. С другой стороны, зрители стали больше интересоваться культурными аспектами и нестандартным (выходящим за пределы голливудских шаблонов) кинематографом, соответственно, и посещаемость фестивалей национального кино выросла.

— Насколько, по вашему мнению, выгодно в нынешних экономических реалиях заниматься фестивалями?

— Без входящего бюджета фестивалями заниматься практически невозможно: слишком большие траты идут на покрытие прав, техническое обеспечение, организационные моменты. Проведение подобного рода мероприятий возможно только благодаря поддержке со стороны партнеров фестиваля. Вот и получается, что, хотя с точки зрения посещаемости и освещения в прессе события получаются яркими, красивыми и масштабными, выгодным делом их вряд ли можно назвать.

— Как идут фестивали и театральные киносезоны в регионах? Можете ли выделить какие-то города, где фильмы и спектакли TheatreHD пользуются большим зрительским спросом?

— Думаю, Санкт-Петербург в этой связи упоминать не стоит: две столицы идут примерно вровень друг с другом. А вообще приятно видеть, что не только в Москве зрители с удовольствием идут на театральные трансляции или фестивальные фильмы. Среди лидеров можно отметить Новосибирск, Екатеринбург, Воронеж, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Самару. К тому же мы всегда стараемся заполнить в программу наиболее значимые и интересные фильмы/спектакли — а такой контент найдет своего зрителя в любой точке нашей страны, где есть кинотеатр. Например, в 2015 году впервые фестиваль «Новое британское кино» прошел в 24 городах России, и мы были очень рады, что везде получили очень хороший отклик.

— Какие фильмы и спектакли TheatreHD прошлого года были у зрителей самыми популярными? Есть ли неожиданные успехи? А громкие проекты, которые не оправдали ваших ожиданий?

— Огромный интерес вызвал фильм «Лобстер» Йоргоса Лантимоса, входивший в программу фестиваля «Новое британское кино», а также «Леди в фургоне» и «Бруклин». Из программы «Амфеста» рекордное количество зрителей посетило фильмы «Я, Эрл и умирающая девушка» (фильм — победитель прошлогоднего фестиваля «Сандэнс») и «Мисс Америка» (последний фильм Ноа Баумбака с Гретой Герwig в главной роли). На Фестивале немецкого кино нельзя не отметить успех новой комедии с Тилем Швайгером в главной роли («Мед в голове»), на которую пришлось открывать несколько дополнительных залов.

В целом я бы сказала, что в проведении фестиваля всегда присутствует некий элемент непредсказуемости, добавляющий в процесс его подготовки необходимую остроту.

Если говорить о театральных показах, однозначно главным событием сезона стала прямая трансляция спектакля «Гамлет» с Бенедиктом Камбербэтчем, у которого в России целая армия почитателей. Постановкой заинтересовались зрители более чем 30 городов, и билеты на сеансы закончились задолго до самой даты. Мы и сейчас показываем спектакль уже в записи, и он до сих пор очень популярен у зрителей. Также можно отметить и другие постановки, полюбившиеся зрителям, — «Зимняя сказка» с Джуди Денч в главной роли, «Как важно быть серьезным» с потрясающим Дэвидом Суше, «Кориолан» с Томом Хиддлстоном. Безусловно, популярностью пользуются и балеты Большого театра с участием несравненной Светланы Захаровой. Еще залы битком набиты на спектаклях Метрополитен Опера, в которых главные партии исполняют наши соотечественники Анна Нетребко и Дмитрий Хворостовский, любимые во всем мире.

У нас также есть два других развивающихся направления — фильмы-выставки британского режиссера и продюсера Фила Габски и музыкальные ленты, среди которых документалка «Курт Кобейн: Чертов Монтэж» (выпускали её мы в кратчайшие сроки и были очень рады позитивному результату) и концерт очень любимой в России группы Imagine Dragons. Коллектив не так давно выступил в Москве, поэтому показ на экранах кинотеатров записи их шоу в Торонто стал отличной возможностью для зрителей многих городов России тоже увидеть выступление любимой группы.

— Как идет отбор фильмов для фестивальной программы?

— Для программы любого фестиваля мы стараемся отобрать все самое лучшее и интересное — самые сливки современного кинематографа. У любого фильма обязательно должна быть некая зацепка — либо это награда на престижном фестивале, либо это именитый режиссер, либо это прекрасный актерский состав, либо это экранизация какого-то бестселлера. Ну и, конечно, личные предпочтения тоже иногда играют свою роль. Но именно благодаря этой личной заинтересованности в программу иногда удается вытаскивать настоящие шедевры, которые в конечном счете становятся главной точкой опоры того или иного фестиваля.

КИНОИНДУСТРИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2000–2015 ГГ.

Аналитический обзор

InterMedia
ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО

ИНФОРМАЦИОННОЕ АГЕНТСТВО INTERMEDIA

Автор-составитель: **Павел Соломатин**

Руководитель проекта: **Наталья Галиулова**

Главный эксперт: **Александр Тихонов**

Главный редактор: **Евгений Сафронов**

Редакторы: **Мария Сысоева, Андрей Астафьев**

Дизайн и вёрстка: **студия «Дизайн дела»**

Юридический консультант: **«Катков и партнеры»**

www.intermedia.ru

office@intermedia.ru

Москва, 2016