

## ТЕМА НОМЕРА:

**Цифровой кинопоказ:  
перспективы развития  
отрасли (8)**

## СОДЕРЖАНИЕ

### МЕДИА факты в ЦИФРАХ (1)

#### Событие недели (2)

Фестиваль канадского кино в Париже

#### Новости Медиа Компаний (2)

«Интер» усиливает состав топ! менеджмента

#### Новости Продакшн (2)

В Польше работает система поддержки  
национального кинопроизводителя

Liberty Media обзавелась кинокомпанией

Европа намерена пересмотреть механизмы  
финансирования продакшна

Финансирование продакшна  
рекламодателями

#### Новости Дистрибуции (5)

Buena Vista International Television повысили  
в должности Татьяну Вучанович

Фох борется с пиратством в Китае

#### Вещание:

#### телевидение и альтернативные способы доставки контента (6)

Евросоюз разрешит product placement,  
но ограничит прямую рекламу

Кризис жанра сериалов

## МЕДИА факты в ЦИФРАХ

Треть домохозяйств, а именно 11,9 млн., которые, согласно прогнозам исследовательской компании Informa Telecoms&Media, в 2011 году будут подключены к IPTV, будут находиться в странах Западной Европы.

По оценкам аналитиков Informa Telecoms&Media, число домохозяйств, подключенных к IPTV, по итогам 2006 г. вырастет почти в 2 раза до 4,8 млн. по сравнению с 2,5 млн. в 2005 г.

При этом доля IPTV-домохозяйств в общем числе домохозяйств, получающих ТВ-сигнал, в 2011 г. составит всего 3,4%. Это объясняется конкуренцией со стороны операторов цифровых кабельных и спутниковых услуг и операторов цифрового наземного ТВ.

Ведущими телекоммуникационными компаниями, которые предоставляют услуги IPTV, являются France Telecom (Франция), Deutsche Telecom (Германия) и Telefonica (Испания).

В Западной Европе доход операторов IP-телевидения составит \$815 млн. в 2006 году и \$5,6 млрд. в 2011.

В отличие от Западной Европы, в восточной ее части распространение IPTV будет происходить намного медленнее, и к 2011 году количество подписчиков на данные услуги достигнет лишь 1,4 млн. Доходы от услуг IPTV в Восточной Европе составят \$489 млн.

| Страна         | Количество подписчиков IPTV услуг в 2011 году, тыс. | Доходы операторов IPTV услуг в 2011 году, млн.дол. | Процент распространения IPTV услуг в 2011 году, % |
|----------------|---|--|---|
| Австрия        | 210   | 61   | 6,2   |
| Бельгия        | 191   | 61   | 4,4   |
| Финляндия      | 178   | 81   | 7,3   |
| Франция        | 3390  | 1586   | 14,8  |
| Германия       | 2626  | 729  | 7,3   |
| Италия         | 1820  | 1085   | 8,5   |
| Португалия     | 148   | 58   | 4   |
| Испания        | 852   | 528  | 6,4   |
| Швеция         | 278   | 148  | 6,5   |
| Великобритания | 1430  | 810  | 5,4   |
| Чехия          | 46  | 14   | 1   |
| Венгрия        | 114   | 45   | 3   |
| Польша         | 486   | 112  | 4   |
| Румыния        | 11  | 1  | н/д   |
| Россия         | 240   | 80   | н/д   |

## Событие недели

### ФЕСТИВАЛЬ КАНАДСКОГО КИНО В ПАРИЖЕ

С 22 по 24 ноября в Париже пройдет 10-ый Фестиваль канадского кино **Cinema du Quebec**. В его рамках также будет организован уже второй по счету телекинорынок **When Quebec Talks Business**, в котором примут участие крупнейшие фирмы-производители и дистрибьюторы канадского кинопродукта. В целях продвижения своей культуры, канадское посольство во Франции решило пригласить посетить рынок ведущие европейские компании, занятые в медиа бизнесе (производство, лицензирование, дистрибуция, консалтинг и т.д.). Среди многих компаний, которых рассматривали как потенциальных гостей из Украины, была отобрана и рекомендована Канадским Посольством в Украине одна — «Медиа Ресурсы Менеджмент». «МРМ» в компании ведущих европейских и российских игроков кино и теле рынка, посетит мероприятие с целью налаживания взаимовыгодных украинско-канадских отношений в сфере медиа бизнеса.

## Новости Медиа Компаний

### «ИНТЕР» УСИЛИВАЕТ СОСТАВ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА

Как стало известно «МРМ», состав топ-менеджмента телеканала «Интер» пополнился за счет кадров «Студии 1+1». Сергей Демьянчук был официально назначен заместителем Генерального продюсера по вопросам маркетинга. Однако по последним данным, под его чутким руководством будут находиться и другие службы канала, а именно: отдел программирования, киноредакция и отдел закупок. До приглашения перейти на «Интер», Демьянчук занимал должность директора по маркетингу «Студии 1+1». Однако после прихода на эту должность россиянина Дмитрия Попова, Демьянчук до середины ноября текущего года возглавлял аналитический отдел «Студии 1+1».

## Новости Продакшн

### В ПОЛЬШЕ РАБОТАЕТ СИСТЕМА ПОДДЕРЖКИ НАЦИОНАЛЬНОГО КИНОПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Польский институт кинематографического искусства (ПИКИ) продолжает привлекать иностранных продюсеров и режиссеров к созданию совместных проектов с польскими кинематографистами.

Институт уже помог профинансировать производство фильмов «Ночной дозор» (Nightwatching) Питера Гринвея и «Удар» (Strike) режиссера Фолкера Шлендорффа. Теперь же Институт выделяет еще около \$4 млн. на финансирование ряда совместных проектов польских и зарубежных кинокомпаний, среди которых фильмы «Эти времена» (These Times) режиссера Кена Лоача, «Маленькая белая лошадь» (The Little White Horse) Оливера Паркера, «Горбун» (Hunchback) Джено Ходи, «Братья Карамазовы» Петра Зеленки (фильм является совместным проектом польской кинокомпании Warsaw Pact Film Production, чешской Prvni Verejnppranvi и словацкой Sisart).

По информации MBR, в конце октября представители упомянутого института приезжали в Киев. В Министерстве культуры состоялась встреча польских кинематографистов с их украинскими коллегами. Генеральный директор института, Агнешка Одорович, поделилась опытом развития польского кинематографа. Институт, созданный в 2005 году, объединил 200 ведущих специалистов страны, зарекомендовавших себя как профи в различных сферах продакшна. Согласно Закону, все производственные структуры, имеющие

какое-либо отношение к кино- и телепродакшну, отчисляют 1,5% от прибыли в фонд Института. Эти средства являются материальной базой для стимулирования развития польской киноиндустрии. Из всех проектов, предлагаемых на рассмотрение, Институт отбирает десять. Затем посредством лотереи определяются из двухсот специалистов десять человек, от которых и будет зависеть судьба проектов, принимающих участие в данном тендере. Сценарий-победитель получает «путевку в жизнь» в виде выделяемых 50% от общего бюджета будущего фильма. Причем данная выплата осуществляется на безвозвратной основе. В следующий раз обсуждать достоинства перспективных сценариев будут другие десять специалистов, которых также выбирает лотерея. Подобные методы не дают развиваться коррупции. Представитель Ассоциации Продюсеров Украины Сергей Корзаченко («Люксор-фильм», «SKB-Brothers») отметил, что положительный опыт неплохо бы перенять и Украине.



### LIBERTY MEDIA ОБЗАВЕЛАСЬ КИНОКОМПАНИЕЙ

Компания **Starz, LLC** объявила о формировании новой киностудии под названием **Overture Films**, которая будет производить, приобретать и дистрибутировать от 8 до 12 полнометражных фильмов в год.

Overture Films полностью входит в собственность компании Starz, LLC, которая в свою очередь является подразделением корпорации **Liberty Media**. В состав Starz, LLC входят компании **Starz Entertainment** (оператор 16 фильмовых каналов, работающих под брендами Starz и Encore, а также провайдер услуг Starz HDTV, Starz On Demand и Vongo (SM)) и **Starz Media** (компания занимается производством и дистрибуцией программного продукта, владеет подразделением по производству анимации Film Roman, киностудией Anchor Bay Entertainment и компанией Manga Entertainment, специализирующейся на дистрибуции японских мультфильмов).

Генеральным директором Overture Films станет Крис МакГурк, а должность исполнительного директора займет Дани Розетт. Оба работали раньше на ведущих позициях в компании **Metro Goldwyn Mayer Studios, Inc.** до ее продажи консорциуму инвесторов во главе с **Sony Corp.**

МакГурк заявил, что Overture Films будет самостоятельно заниматься дистрибуцией своего продукта, как на внутреннем, так и на международном рынке. Планируется, что около 60% фильмов будут производиться непосредственно самой киностудией, а 40% — закупаться. Первый релиз студии, располагающейся в Лос-Анджелесе, должен состояться в середине 2007 года.

Overture Films уже заключила соглашения с брендовыми премиум-каналами и с онлайн-сервисом Vongo, позволяющим загружать фильмы и телепередачи на портативное устройство, а также дистрибуционное соглашение со Starz Home Entertainment.

Напомним, что **Liberty Media** является одной из крупнейших медиа корпораций мира, работающей на рынках США и Европы. Основную часть бизнеса **Liberty** составляет кабельное и спутниковое ТВ, а также инвестиции и владение долями в крупнейших игроках медиа рынка, среди которых News Corp., Time Warner, Viacom, SBS и многие другие. Возглавляет компанию доктор Джон Мелоун.

## ЕВРОПА НАМЕРЕНА ПЕРЕСМОТРЕТЬ МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОДАКШНА

Европарламент должен пересмотреть механизм финансирования продакшна на территории Европейского союза с целью упростить для продюсеров процесс кредитования производства проектов.

Пересмотр законов о финансировании кинопроектов — это одно из мероприятий, предусмотренных Европарламентом в его последнем отчете по Медиа Программе, на которую выделен бюджет в \$859,5 млн., рассчитанный на 7 лет.

Программой предусмотрено, что 25 членов Еврокомиссии должны искать пути стимулирования финансирования продакшна. Особое влияние уделяется деятельности как государственных, так и частных кредитных организаций, которым настоятельно рекомендуется работать с негосударственными кинопроизводителями. В докладе указано, что лишь во Франции существуют специальные банки Coficine и Cofiloisirs, которые занимаются кредитованием продюсерских проектов. Их кредиты также подкрепляются французским национальным центром кинематографии Centre National de la Cinematographie.

Автор доклада и член Европарламента от Германии Руфь Хиероними считает, что в Европе существует дефицит капитала для производства аудиовизуальной продукции, поэтому, если национальная система кредитования будет адаптирована для кредитования негосударственных европейских кинопроектов, это будет маленьким, но значительным шагом, ведь продюсеры нуждаются в лучшем доступе к инвестиционным услугам.

Для справки сообщаем, что в 2005 году в кинотеатрах Европы процент фильмов европейского производства в среднем составлял от 10% до 23% (за редкими исключениями, например, в Германии этот показатель составил всего 6,7%, а в Лихтенштейне — почти 50%). В то же время доля фильмов национального производства в прокате отдельных европейских стран колебалась в пределах от 3,4% в Бельгии до 36% во Франции. По сравнению с Украиной, где доля фильмов местного производства в прокате не составляет даже 0,5%, результаты Европы не кажутся катастрофическими.

## ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОДАКШНА РЕКЛАМОДАТЕЛЯМИ



В виду все большего распространения тенденции снижения эффективности прямой рекламы, маркетологи нашли новый способ, как удержать зрителей от переключения своих телевизоров на другой канал во время рекламной паузы. Теперь рекламодатели будут сами или с помощью рекламных агентств создавать под своим брендом телешоу, фильмы и онлайн-программный продукт. Однако, следует заметить, что такая практика более характерна для американского рынка, поскольку в Европе действует более жесткое регулирование рекламы (см. ниже). Вот только несколько примеров такой активности.

Например, известная сеть фаст-фуда Burger King выпустит полнометражный фильм с персонажем «короля» из их рекламной кампании в главной роли. Сеть магазинов Office Max, торгующая канцелярскими товарами, выпускает шоу на канале ABC Family.

Крупнейшая американская пивоваренная компания Anheuser-Busch создала собственный развлекательный канал в Интернете. Производитель пива Bud в феврале 2006 г. запустит канал Bud.TV, ориентированный на молодых мужчин. Anheuser-Busch не будет загружать канал прямой рекламой, но, кроме названия канала, в программах будут регулярно мелькать марки пива, а некоторые передачи будут полностью посвящены этому напитку. Bud.TV будет в значительной степени комедийным, в стиле телерекламы Bud и Bud Light (знаменитые серии с пигвинами, лягушками и т.д.).

Нью-йоркский офис агентства BBDO, которое является частью рекламно-коммуникационного холдинга Omnicom Group и занимается рекламным обслуживанием производителя шоколадных батончиков Snickers, запустило в онлайн-серии, продвигающий этот бренд.

Несмотря на то, что брендированный контент приобретает все большую популярность, объем шоу подобного рода на телевидении пока невелик. Кроме кабельных сетей MTV, ABC Family и TNT, другие телесети пока не выпускали в свой эфир контент подобного плана.

Причиной того, что большинство программ, созданных рекламодателями, выходит именно на телеканалах кабельных сетей, объясняется тем, что они в основном нацелены на определенную нишевую аудиторию.

Рекламодатели снимают также и фильмы. Например, Nike снял несколько кинолент, среди которых документальный фильм о знаменитом велосипедисте Луи Армстронге и его подготовке к Tour de France, который выходил на канале CBS.

## Новости Дистрибуции

### BUENA VISTA INTERNATIONAL TELEVISION ПОВЫСИЛИ В ДОЛЖНОСТИ ТАТЬЯНУ ВУЧАНОВИЧ

Татьяна Вучанович, хорошо знакомая представителям всех крупных украинских каналов, которые когда-либо сталкивались с закупкой (или с желанием закупить) продукт производства компании **Disney**, была повышена в должности. Теперь г-жа Вучанович занимает пост вице-президента по продажам компании **Buena Vista International Television** на территории Центральной и Восточной Европы и Африки. До этого Татьяна работала на должности исполнительного директора по продажам в Центральной и Восточной Европе, именно с ней общаются отделы закупок украинских и российских каналов на предмет лицензирования кинопродукции корпорации Disney. Одной из последних ее сделок на территории Украины стал пакет видеопроизводства, проданный каналу «Студия 1+1» (как мы уже сообщали в предыдущих выпусках), который включает такой хит, как «Пираты Карибского моря» (премьера которого состоялась на «1+1» в минувшее воскресенье и собрала рейтинг 13,64 % и долю 33,15%).

После повышения г-жа Вучанович будет подчиняться непосредственно Джиму Брему, старшему вице-президенту по продажам **Buena Vista International Television**.

### FOX БОРЕТСЯ С ПИРАТСТВОМ В КИТАЕ

Кинокомпания **20th Century Fox** станет вторым производителем фильмов, который будет продавать в Китае лицензионные DVD диски по специально



Татьяна Вучанович



заниженной цене с целью борьбы с пиратством (подобную практику когда-то применил и «Первый Канал» в России, выпуская DVD релиз фильма «72 метра»).

Из-за активности пиратов в Китае киностудии ежегодно теряют около \$244 млн. Первой киностудией, объявившей войну китайским пиратам, стала компания **Warner Bros.**, которая начала продажу своих лицензионных дисков по \$1,25, что практически равно цене пиратских копий в Китае. Стратегия кинокомпании Fox очень похожа на деятельность Warner Bros., однако она планирует продавать свои лицензионные диски за более высокую цену в \$3, которая в два раза больше цены за пиратскую копию, но Fox надеется, что китайские потребители будут готовы платить за качество.

Киностудии пришли к выводу, что им проще уменьшить цену на свой продукт и продавать несколько тысяч копий, чем не получать вообще никакого дохода от дистрибуции в этом регионе.

Помимо снижения цены на диски, Fox планирует наладить свой дистрибуционный и рекламный бизнес в Китае. В этом кинокомпания будет сотрудничать с китайским дистрибуционным партнером Zoke Culture Group.

Zoke Culture Group — компания, основанная в 1998 году, занимается дистрибуцией и розничной торговлей аудио и видео продукции, продажей авторских прав, а также продюсированием телешоу, электронной коммерцией и поиском новых талантов в сфере энтертэймента. Особое направление деятельности компании — борьба с пиратством и защита авторских прав.

В музыкальном бизнесе компания является партнером таких звукозаписывающих компаний, как Time Warner Music и Universal Music.

## Вещание:

### телевидение и альтернативные способы доставки контента

#### ЕВРОСОЮЗ РАЗРЕШИТ PRODUCT PLACEMENT, НО ОГРАНИЧИТ ПРЯМУЮ РЕКЛАМУ

Члены Европейского Союза достигли соглашения в вопросах регламентирования рекламы на телевидении. На данный момент допустимый лимит времени рекламных блоков на ТВ составляет 3 часа в сутки, причем длительность рекламных пауз не должна превышать 12 минут в час, однако количество рекламных блоков увеличится. Во время трансляции фильмов и новостных программ рекламные вставки должны повторяться не чаще, чем через 30 минут. То же самое касается и программ для детей.

Инициаторы соглашения надеются, что в следующем месяце оно найдет одобрение среди членов Европарламента. Странам-участницам ЕС необходимо будет ратифицировать это соглашение, чтобы оно стало законом.

Медиа компании опротестовали предложенные ограничения, аргументируя это тем, что они будут сдерживать рост медиа рынка, включая широкополосные услуги и мобильное ТВ.

Доля product placement в программах также будет ограничена. Так, product placement будет разрешен в фильмах, спортивных программах, художествен-

ных сериалах и развлекательных программах и запрещен в детских программах, новостях и документальных фильмах.

Product placement, который уже давно стал привычной практикой в США, в Европе разрешался с учетом большого количества ограничений. Однако, на собрании комитета Европарламента по вопросам культуры и образования 14 ноября было достигнуто компромиссное решение о том, что каждые 20 минут вещатели должны будут объявлять зрителю о тех брендированных продуктах, которые имели место в просматриваемой телепередаче. Большинство вещателей одобрительно восприняли подобное решение комитета о смягчении закона о product placement, так как это поможет им увеличить поступления от рекламы, ведь тридцатисекундные рекламные ролики становятся все менее популярными среди рекламодателей.

Вивьен Реддинг, глава Еврокомиссии по вопросам информационного общества и СМИ, также заявила, что Европе следует избегать американского стиля вещания, когда реклама на ТВ присутствует постоянно, и рекламодатели производят контент.

Первое официальное голосование по данному соглашению произойдет в Страсбурге 11-12 декабря 2006 года.

#### КРИЗИС ЖАНРА СЕРИАЛОВ

Канал NBC заказал у компании **Warner Bros. Television** производство полного сезона сериала «*Студия 60 на Кансет-Стрип*» (*Studio 60 on the Sunset Strip*), несмотря на сделанные ранее заявления о снятии его с эфира в следствие резкого падения рейтингов.

Еще до выхода в эфир премьерной серии, сериал стал предметом широкого обсуждения. Первая серия «*Студии 60*» собрала у экранов телевизоров 13,4 млн. телезрителей, однако аудитория уменьшилась на 12% во время трансляции второго эпизода и на 43% к выходу пятой серии. Тем не менее, 27 октября 2006 года NBC заказал 3 дополнительные серии «*Студии 60*» (изначально сериал должен был быть тринадцатисерийным). Однако, рейтинги продолжали снижаться, что повлекло слухи если не о снятии сериала с эфира, то по крайней мере о смещении его в другой тайм-слот.

Результатом всех перипетий все же стал заказ полного сезона «*Студии 60*».

Однако, по нашему мнению, несмотря на то, что американский сериальный продукт продолжает оставаться одним из лучших в мире, в последнее время каналам все труднее находить действительно «хитовые» сериалы. Например, несколько недель назад мы сообщали об изменении программной стратегии этого же NBC, в результате которого в вечернем прайм-тайме с 20:00 до 21:00 дорогие драматические сериалы будут заменены более дешевыми реалити шоу и игровыми форматами. И одной из причин таких кардинальных изменений аналитики называют именно отсутствие высококлассного контента. Поэтому, «*Студия 60*» (выходит в эфир по понедельникам в 22:00) вряд ли действительно является шедевром, который сперва недооценили, а ее возвращение в эфир, скорее всего, объясняется отсутствием альтернативы.



**ТЕМА НОМЕРА:**

**Цифровой кинопоказ: перспективы развития отрасли**

Новые цифровые технологии все увереннее завоевывают себе место на рынке. И в то время как появляется все больше новых цифровых медиа, традиционные схемы и процессы все чаще ощущают влияние «цифрового» времени. Так, сегодня цифровой кинопоказ, использующий цифровой носитель вместо пленки, все более уверенно входит на рынок и определяет будущее индустрии.

**МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

Цифровой кинопоказ — это отрасль цифровой кинематографии, в которую входит производство фильмов в цифровом формате, применение цифровых технологий, затем распространение фильмов в цифровом формате и их демонстрация.

Существует несколько объективных причин, объясняющих выгоды и целесообразность перехода на цифровые технологии. Вот только некоторые из них: сохранение качества не ниже, чем пленки 35 мм, защита фильма от кражи, контроль за показом, управление правами, сокращение затрат на печать копий, сокращение затрат и времени на дистрибуцию в удаленные города (возможность передачи материалов через спутник), и, наконец, внесение новых бизнес-моделей в кинотеатральный бизнес.

Цели перехода на цифровые технологии:

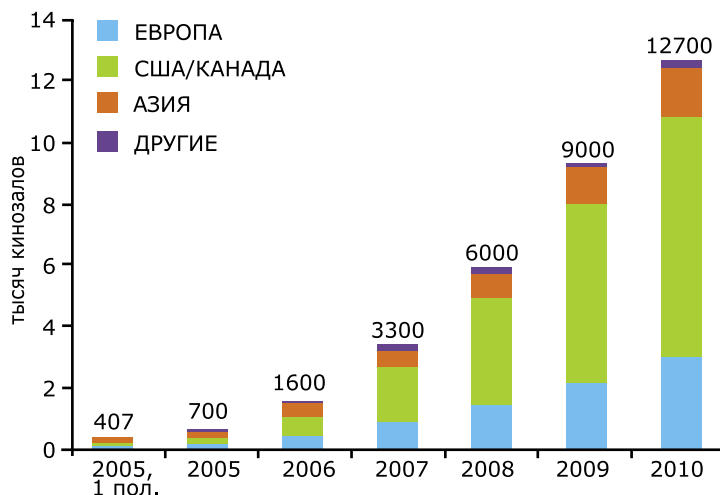
|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Качество</b>            | Не ниже существующего (35 мм кинокопия)<br>Постоянство качества<br>Достоверность воспроизведения  |
| <b>Защита</b>              | От кражи на всех этапах дистрибуции<br>От копирования во время демонстрации<br>От изменений в содержании  |
| <b>Контроль</b>            | Управление правами на кинопоказ<br>Планирование кинопоказов<br>Создание отчетов для владельцев прав   |
| <b>Распространение</b>     | Сокращение затрат на печать кинокопий<br>Единый «цифровой мастер» DCDM (в т.ч. для ТВ/DVD)<br>Доставка в удаленные кинотеатры (возможность передачи материалов через спутник),  |
| <b>Новые бизнес-модели</b> | Гибкость репертуарного планирования<br>Повышение зрелищности кинодемонстрации (3D, фильмы с изменяемым сценарием)<br>Демонстрация фильмов из архивов, библиотек (кино по запросу)<br>Новые мультимедийные услуги кинотеатра для зрителя |

Цифровое кино находится на ранней стадии своего развития: лишь последние 5 лет эта технология считается сравнимой по качеству с 35мм пленочной

технологией. В течение многих лет для транспортировки и проецирования фильмов использовались аналоговые и цифровые системы, хотя эти системы и не удовлетворяли строгие требования ведущих киностудий Голливуда. Совершенствование технологий означает исчезновение разрыва между 35мм фильмокопией и цифровой проекцией, и пришло время пользоваться преимуществами, которые предлагает цифровая технология с точки зрения качества изображения, его постоянства и потенциального сокращения расходов на дистрибуцию.

По всему миру развиваются проекты, связанные с развитием цифровой технологии кинопроекции и электронной технологии. Часть проектов, как, например, в США, — это частные проекты. В Великобритании — это инициатива Британского Совета Кино, которая направлена на то, чтобы повысить посещаемость местных фильмов (доля которых и так очень высока в кассовых сборах — около 30%) до 35–40%. В Ирландии правительство страны выступило инициатором перевода всех кинотеатров, которые есть в стране, полностью в цифровой формат. В Китае государственная структура China Film Group планирует перевод 100 премьерных кинотеатров в цифровую форму. То же самое происходит в Европе. В Италии есть большой проект, инициатором которого выступает правительство и ассоциация дистрибьюторов. Большой проект в Европе развивает компания XDCinema — перевод в цифровой формат 500 кинотеатров. Интересна их бизнес-модель — оборудование передается в лизинг. В Сингапуре другая мотивация — страна стремится стать азиатским центром цифровых технологий. В процессе перевода в цифровой формат кинотеатров активно участвует правительство.

#### Прогноз количества цифровых кинотеатров до 2010 года



Также, развиваются большие сети электронных кинотеатров, которые имеют более низкое качество, ниже уровень защиты, но развиваются такие сети в основном в странах с низким доходом населения и большой географией — Бразилия, Индия, Китай. В Европе есть проект пропаганды документального кино, где также используются системы электронного кинематографа.

Цифровые технологии открывают также новые перспективы для рекламодателей, позволяя представлять на большом экране рекламные ролики максимального качества изображения и звука.

## ПЕРСПЕКТИВЫ ПЕРЕХОДА НА СИСТЕМУ ЦИФРОВОГО КИНОПОКАЗА



По данным издания Screen Digest, к концу 2010 года в мире будет от 13 до 15 тыс. цифровых кинотеатров.

**Dodona Research**, компания, специализирующаяся на маркетинговых исследованиях в области международного кинопроката, опубликовала новый отчет под названием Digital Cinema, в котором подсчитано, что к 2011 году 50% американских кинозалов будут оснащены оборудованием, отвечающим стандартам, установленным DCI.

Консорциум **DCI** (Digital Cinema Initiative) основан в марте 2002 года голливудскими кинокомпаниями Walt Disney, XX Century Fox, MGM, Paramount, Sony Pictures Entertainment, Universal и Warner Brothers. Целью деятельности консорциума является разработка и внедрение спецификаций компонентов цифрового кино, гарантирующих единые высокие стандарты техники, надежность, безопасность и контроль качества при создании, дистрибуции и демонстрации кинофильма в цифровом формате.

По данным исследования, в Европе к 2011 году лишь 20% кинотеатров перейдут на цифровой формат кинопоказа. Однако этот общеевропейский прогноз различен в отношении разных стран: в Бельгии, Ирландии и Люксембурге в течение следующих 5 лет половина кинотеатров станут цифровыми, тогда как в некоторых других странах процесс оснащения кинотеатров цифровым оборудованием может к тому времени только начаться. То же самое касается Азии, где средний процент количества цифровых кинотеатров по региону составит к 2011 году 10%, в то время как в Южной Корее и Сингапуре к 2011 уже около 50% кинотеатров будут работать по системе спецификаций DCI.

## ЛИДЕРЫ ОТРАСЛИ

Публикация стандартов *DCI Digital Cinema System*, в котором обозначены спецификации цифрового кинематографа, стала толчком для перехода американских кинотеатров на цифровой формат показа. Сразу после опубликования DCI спецификации *DCSS* (DCI Digital Cinema System Spec) ведущие киностудии Голливуда объявили о намерениях выпускать с 2007 года все свои фильмы также в цифровом формате и переводить на него ранее выпущенные 35-мм кинофильмы. В конце 2005 года в Штатах насчитывалось 112 киноэкранов с разложением изображения 2К и выше, а уже в июне 2006 года их количество выросло до 841. Постепенно цена на новое оборудование снижается, к тому же голливудские киностудии переходят на цифровой способ записи видеоряда. К сентябрю 2006 года студиями Голливуда было уже выпущено 49 цифровых фильмов, в то время как за весь 2005 год лишь 23 фильма были созданы в аналоговом формате.

Компания **Carmike Cinemas** пока остается ведущей сетью кинотеатров как в США, так и за их пределами по количеству оборудования систем цифровой проекции 2К, так как уже «оцифровала» 350 киноэкранов. Компании Rave Motion Pictures и UltraStarCinemas также конвертировали по 100 экранов каждая.

## ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК ОЦИФРОВКИ



Очевидно, что в США процесс «оцифрования» кинотеатров происходит быстрее. Это обусловлено рядом факторов. Например, это — языковое разнообразие в европейском регионе и большое количество дистрибуторов на рынке. Кроме этого, развитие цифрового кинопоказа искусственно сдерживается европейскими киностудиями, которые перед вложением денег в дорогостоящее цифровое оборудование хотят увидеть результаты его внедрения на примере США.

Такие же проблемы характерны и для азиатского региона.

В этом отношении ситуация в Европе мало изменилась за прошедший год. В Ирландии 500 кинотеатров должны были стать цифровыми, однако пока что эту задачу реализовали лишь 23 кинотеатра. В этой стране «оцифровани-ем» кинотеатров занимается консорциум Digital Cinema Limited, которому американская компания Avica передала обязанности по исполнению этого проекта. Однако Digital Cinema Limited пока далек от полного выполнения своей задачи.

Еще одной компанией, которая активно участвует в развитии европейского цифрового кино, является Eclair Digital Cinema. Eclair рассчитывает оборудовать от 2 500 до 4 000 экранов в течение пяти лет. Утвержденными приоритетными территориями являются Франция, Германия, Италия, Испания и Скандинавские страны.

Около 50% бельгийских мультиплексов будут переоборудованы компанией Kinerpolis к началу 2007 года. Перевод остальных экранов сети в стране планируется завершить к концу 2007 г.

Британский совет по кинематографии избрал компанию Artas Alliance, европейского поставщика цифровых кинопрокатных услуг, для создания кино-сети из 250 цифровых кинотеатров, выделив под проект 20 млн. евро. Теперь компания изучает возможности норвежского рынка, где 450 кинотеатров должны перейти на цифровой формат проката. Другой компанией, которая также работает на норвежском рынке, является British Unique Digital, которая специализируется на прокате рекламных роликов в кинотеатрах. На июнь 2006 года созданная Британским Советом по кинематографии кино-сеть Digital Screen Network включала в себя 71 цифровой кинотеатр.

На сегодняшний день в мире насчитывается уже более полутора тысяч цифровых кинозалов формата DLP Cinema™. Из них около тысячи киноэкранов приходится на Северную Америку (в основном, США), около трехсот — на Европу и еще столько же — на страны Азиатско- Тихоокеанского региона.

## РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

В Россию цифровой кинопоказ пришел еще в 2003 году, когда компания «Невафильм» организовала первую в России цифровую демонстрацию в московском мультиплексе «Каро фильм» в комплексе «Атриум», спонсорами которой выступили компании Dolby Labs, EVS, Kinoton.

В октябре 2006 года российское Федеральное агентство по культуре и кинематографии разработало ведомственную целевую программу «Цифровой кинопоказ», целью которой является создание сети цифровых кинозалов, прежде всего в малых городах и отдаленных регионах России. Программа рассчитана на 2007–2009 годы и предлагает создание 131 цифрового кинотеатра. Теперь Роскультура намерена представить ее на рассмотрение правительства.

Доставка цифровых кинокопий в отдаленные регионы будет осуществляться через спутник из единого центра.

Проект предусматривает использование самых современных информационных технологий, включая систему «объемного» кино (формат 3D). Всего на реализацию программы на три года потребуется 2,88 млрд. руб.



Глава Роскультуры Михаил Швыдкой считает, что дабы не оказаться за пределами мирового кинематографического процесса, Россия должна заняться переводом кино в цифровой формат, так как к 2015 году подавляющее большинство кинофильмов будут создаваться и демонстрироваться в цифровом формате.

В России процесс создания цифровых кинотеатров уже идет довольно активно.

26 октября 2006 года специалисты компании «Невафильм» завершили установку оборудования для цифровой кинопроекции в большом зале кинотеатра «Заневский Каскад» сети «Кронверк Синема» в Санкт-Петербурге, который стал первым постоянно действующим коммерческим цифровым кинозалом в России.

А в ноябре 2006 года в Москве откроет цифровой кинозал компания «Синема Парк», учредителями которой являются холдинг «Проф-Медиа», входящий в структуру компании «Интеррос» Владимира Потанина, и компания «ТРИТЭ» Никиты Михалкова. Восемьэкранный кинотеатр, один зал которого и будет оснащен цифровой проекционной техникой, станет пятым кинокомплексом, входящим в сеть «Синема парк».

До конца ноября сеть кинотеатров «Киномакс» планирует подписать договор о покупке и установке цифрового оборудования с холдингом «Невафильм» и компанией СТС-Capital, которая является официальным дистрибьютором японской Sanyo. Сумма сделки превысит \$8 млн. долл.

Оснащение мультиплексов «Киномакса» цифровым оборудованием будет проходить в несколько этапов. В течение первого периода действия договора, до конца 2006 года, в каждом премьерном зале двенадцати кинотеатров сети будет установлен цифровой проектор для показа рекламы и альтернативного контента — концертов, спортивных мероприятий, презентаций. Сумма вложений в оснащение такими установками «Киномакса» в целом составит \$1,3 млн. Поставщиком цифровой техники для демонстрации рекламы станет СТС-Capital.

В 2007 году «Киномакс» начнет устанавливать цифровые кинопроекторы для демонстрации фильмов. Их будет также поставлять компания «Невафильм». Затраты на переоборудование кинопроекторных установок оцениваются в \$7 млн.

Сегодня сеть «Киномакс» насчитывает 18 кинотеатров с 56 залами в Москве и регионах. Компания планирует до середины 2007 года реконструировать три оставшихся у нее региональных «однозальника» в мультиплексы. Участники рынка признают, что однозальные кинотеатры перестали быть рентабельными и будут существовать только в качестве нишевых кинотеатров. Параллельно с реструктуризацией одно- и двухзальных кинотеатров компания планирует в течение полутора-двух лет открыть пять региональных кинотеатров — в Воронеже (шесть залов), Екатеринбурге (девять), Ярославле (шесть), Ижевске (девять) и Калининграде (девять). Общие инвестиции составят около \$20 млн.

По данным генерального директора компании «Каро фильм» Игоря Ильчука, оснащение одного зала стоит около 150 тыс. евро. Он добавил, что сейчас компания «Каро фильм» ведет переговоры о покупке цифровых проекторов и установке их в начале следующего года.

Однако, не все специалисты считают цифровой кинопоказ технологией будущего. Например, по мнению совладельца компании «ЕА Синема» Евгения Миропольского, кинопоказ должен осуществляться на традиционных проекторах, на пленке 35 мм. Цифровой показ подходит для домашнего просмотра, а не для больших кинотеатров, утверждает он. В связи с этим г-н Миропольский не планирует устанавливать цифровое оборудование в своих кинотеатрах.

---

## Media Business Reports

Обзор новостей украинского и международного медиа бизнеса  
Все права на данный информационный продукт принадлежат ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». Запрещается полное или частичное копирование и распространение данного издания без согласия издателя.

Ответственные за выпуск: **Виктория Кот, Ирина Костюк.**

По любым вопросам, связанным с *MBR*, обращайтесь, пожалуйста,  
по телефону/телефаксу: (044) 459-46-10  
или по электронной почте: [info@mrm.com.ua](mailto:info@mrm.com.ua)