



ПОРТРЕТ КИНОАУДИТОРИИ

ИТОГИ I КВАРТАЛА 2019 ГОДА

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ФОНД СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ КИНЕМАТОГРАФИИ

О проекте

«КИНОЗРИТЕЛЬ» – первый российский трекер киноаудитории, призванный дать игрокам киноиндустрии доступ к оперативным данным о половозрастной структуре посетителей кинотеатров по итогам каждого уикенда, уровне удовлетворенности просмотренным фильмом, причинах его выбора. Сотрудники проекта еженедельно опрашивают зрителей в кинотеатрах страны, расположенных в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Краснодаре, крупнейших городах по кинотеатральной посещаемости. Участие в опросе принимает только реальная кинотеатральная аудитория – зрители, выходящие из кинозалов после просмотра фильмов. Объем выборки: 1200-1500 кинозрителей за уикенд.

Основатели проекта



Фонд кино – некоммерческая организация, учрежденная Правительством Российской Федерации; оператор единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах.



Wanta Group – агентство маркетинговых исследований полного цикла, комбинирующее инновационные технологии и классические опросные техники.

Партнеры проекта, предоставляющие площадки для опроса

ОБЪЕДИНЕННАЯ КИНОСЕТЬ



Объединенная киносеть
«Формула кино/Синема Парк»



Сеть кинотеатров «КАРО»

Основные факты о киноаудитории I квартала 2019 года:

1. Киноаудитория Российской Федерации преимущественно женская (доля женщин – 56%). Средний возраст кинозрителя составил 29 лет, чаще всего в кино ходят зрители в возрасте 18 лет.
2. Большинство кинозрителей (64%) ходят в кино 1-2 раза в месяц и чаще. Самая активная аудитория – зрители 18-24 лет – составляют ядро киноаудитории, т.е. ходят в кино чаще других, их доля в структуре киноаудитории составляет 25% – это каждый четвертый посетитель кинотеатра. При этом самая многочисленная группа кинозрителей – зрители в возрасте 25-34 лет (31% аудитории кинотеатров).
3. Кинозрители приходят в кино преимущественно с друзьями (33,1%). Это основной состав посещения у аудитории моложе 25-ти лет. Доля семейной аудитории составляет в среднем 30,1%, в зависимости от уикенда варьируется от 24 до 42% (в период школьных каникул). С детьми приходят преимущественно зрители в возрасте 35-44 лет. Средний возраст ребенка, пришедшего на сеанс с родителями, составил 10 лет.
4. Основная аудитория хорроров моложе 25 лет, причем доля зрителей младше 18 лет может достигать 40% в структуре аудитории фильмов данного жанра. Самый кассовый жанр – кинокомиксы – привлекает преимущественно мужскую аудиторию в возрасте 18-34 лет, аудитория большинства остальных жанров, в том числе и хорроров, преимущественно женская.
5. Структура киноаудитории новогодних праздников, самого ёмкого периода для кинопроката, характеризуется высокой долей аудитории старших возрастных групп. 37% кинозрителей, посетивших кинотеатры в первую неделю января 2019 года, старше 35 лет, из них: 21% – зрители в возрасте 35-44 лет и 15% – старше 45 лет (в среднем в остальные уикенды I квартала доля данных возрастных групп составляет 17 и 10% соответственно). Средний возраст посетителя кинотеатра в новогодние праздники составляет 31 год, тогда как в среднем в неновогодний уикенд – 29 лет. Доля женщин в новогодний период выше: 60 против 55% в неновогодний период.
6. Зрители российского кино в среднем старше зрителей зарубежного кино на 4 года: 32 года против 28 лет соответственно. В структуре аудитории российских фильмов доля зрителей старше 45 лет в 3 раза выше, чем в структуре аудитории зарубежных фильмов (18 против 6% соответственно).
7. Уровень удовлетворенности зрителей и готовности рекомендовать фильм своим друзьям и знакомым по российским фильмам выше, чем по зарубежным. Индекс «сарафанного радио» у российских фильмов составил 27 пунктов против 22 пунктов у зарубежного кино. Максимальное значение индекса «сарафанного радио» у военной драмы «Т-34» (65 пунктов), 75% зрителей фильма выразили готовность рекомендовать его своим друзьям и знакомым для просмотра в кино.

Введение

По данным ЕАИС за период с января по март 2019 года кинотеатры Российской Федерации посетило 63,9 млн человек, что соответствует уровню 2018 года за аналогичный период (63,5 млн зрителей). Средняя цена билета в кино составила 255,4 рубля. На сеанс фильма пришло в среднем 24 зрителя. Российское кино в кинотеатрах страны посмотрело 28,7 млн человек (45% от совокупного числа зрителей), зарубежные фильмы привлекли 35,2 млн зрителей.

Анимационные фильмы посмотрело 16,9 млн зрителей (27%), средняя цена билета на мультфильм составила 225 рублей. Крупнейшими мультфильмами, привлечшими наибольшее число зрителей, стали заключительная часть анимационной франшизы «Как приручить дракона 3» и мультфильмы новогоднего проката «Гринч» и «Три богатыря и наследница престола». На тройку крупнейших мультфильмов пришлось 68% проданных билетов на сеансы анимационного кино. Игровые фильмы, ориентированные на детскую и семейную аудиторию, привлекли в кинотеатры 3,4 млн зрителей (5,4%), крупнейшими стали фэнтези «Дамбо», семейные фильмы «Мэри Поппинс возвращается» и «Путь домой».

На тройку крупнейших фильмов по объему зрительской аудитории за I квартал 2019 было продано 19,8 млн билетов (31%). Рейтинг возглавила военная драма «Т-34», вышедшая в прокат на январских праздниках (8,8 млн зрителей), на втором месте мультфильм «Как приручить дракона 3» (7,1 млн зрителей), на третьем месте кинокомикс о новой героине киновселенной Marvel «Капитан Марвел» (4,0 млн зрителей).

С января 2019 года к еженедельным публикациям об основных показателях кинопроката Фонд кино добавил новый открытый отчет, посвященный анализу

киноаудитории российских городских кинотеатров по итогам каждого уикенда. Отчеты основаны на интегрированных данных ЕАИС о посещаемости кинотеатров и трекера «КИНОЗРИТЕЛЬ», нового проекта Фонда кино, призванного дать игрокам киноиндустрии доступ к оперативным данным об основных показателях киноаудитории каждого уикенда как в обобщенном виде, так и в разрезе основных фильмов периода.

Понимание аудитории лежит в основе успеха киноиндустрии и важно для всех игроков кинобизнеса и, прежде всего, для специалистов в области кинопроката, кинопоказа и кинопроизводства.

В I квартале 2019 года было опрошено более 14 тысяч кинозрителей в 5 крупнейших городах по кинотеатральной посещаемости, накоплена достаточная база для анализа 40 релизов 2019 года. Ошибка выборки не превышает 0,8%. Всего в рамках проекта уже опрошено 35 тысяч кинозрителей, накоплена база для анализа более 100 картин, вышедших в прокат с середины 2018 года.

Ниже представлен анализ киноаудитории, посетившей кинотеатры в январе-марте 2019 года, включающий в себя следующие разделы:

- I. Основные показатели киноаудитории (половозрастная структура, частота и состав посещения кинотеатра).
- II. Киноаудитория крупнейших фильмов I квартала 2019 года.
- III. Динамика киноаудитории.
- IV. Специфика аудитории новогоднего периода.
- V. Портрет аудитории российских и зарубежных фильмов.

Топ 15 фильмов по объему кинотеатральной аудитории за 1 квартал 2019 года

№	Название	Дата релиза	Страна производства	Дистрибьютор	Зрители, млн	% зрителей	Сборы, млн рублей	% сборов
1	Т-34	01.01.2019	Россия	ЦПШ	8,8	13,7%	2 251,1	13,8%
2	Как приручить дракона 3	21.02.2019	США	UPI	7,1	11,1%	1 661,0	10,2%
3	Капитан Марвел	07.03.2019	США	WDSSPR	4,0	6,2%	1 118,5	6,9%
4	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	20.12.2018	Россия	КАРОПРОКАТ	3,6	5,7%	982,2	6,0%
5	Алита: Боевой ангел	14.02.2019	США, Канада, Аргентина	FOX	2,6	4,1%	756,1	4,6%
6	Стекло	17.01.2019	США	WDSSPR	2,4	3,7%	642,5	3,9%
7	Гринч	13.12.2018	США, КНР	UPI	2,3	3,6%	539,8	3,3%
8	Три богатыря и наследница престола	27.12.2018	Россия	НАШЕ КИНО	2,1	3,3%	479,6	2,9%
9	Громкая связь	14.02.2019	Россия	WDSSPR	1,9	3,1%	522,1	3,2%
10	Зелёная книга	24.01.2019	США	КАПЕЛЛА ФИЛЬМ	1,9	3,0%	552,6	3,4%
11	Бабушка лёгкого поведения 2	24.01.2019	Россия	ЦПШ	1,8	2,9%	440,0	2,7%
12	Ёлки последние	27.12.2018	Россия	BAZELEVS / FOX	1,8	2,8%	489,1	3,0%
13	Любовницы	28.02.2019	Россия	WDSSPR	1,1	1,8%	289,7	1,8%
14	Волшебный парк Джун	21.03.2019	США, Испания	ЦПШ	1,0	1,5%	200,2	1,2%
15	Балканский рубеж	21.03.2019	Россия, Сербия	FOX	1,0	1,5%	247,2	1,5%
Итого топ-15:					43,4	68,0%	11 171,5	68,5%

I. Основные показатели киноаудитории (половозрастная структура, частота и состав посещения кинотеатра).

Киноаудитория Российской Федерации преимущественно женская. Доля женщин в среднем составляет 56% и преобладает во всех возрастных группах. Соотношение несколько выравнивается в категории 18-24 лет (52% женщин, 48% мужчин). Среди аудитории старше 35 лет доля женщин превышает 60%, что обусловлено приоритетом семейного похода в кино среди зрителей старших возрастных групп.

Самый старший зритель, принявший участие в опросе – житель г. Краснодар 87 лет, пришедший в кино с внуком 7 лет на сеанс мультфильма «Как приручить дракона 3».

Средний возраст кинозрителя 29 лет, 1 квартиль – 20 лет (25% аудитории моложе 20 лет), 3 квартиль – 36 лет (25% аудитории старше 36 лет). Мода – 18 лет (зритель данного возраста чаще всего ходит в кино).

Доля подростковой аудитории 12-17 лет составляет 15%.

Каждый четвертый посетитель кинотеатра – зритель в возрасте 18-24 лет (25%). Зрители данной возрастной группы составляют ядро киноаудитории, т.е. ходят в кино чаще других (71% зрителей данной возрастной группы посещают кинотеатр один-два раза в месяц и чаще).

Самая многочисленная группа кинозрителей – зрители в возрасте 25-34 лет (31% аудитории кинотеатров).

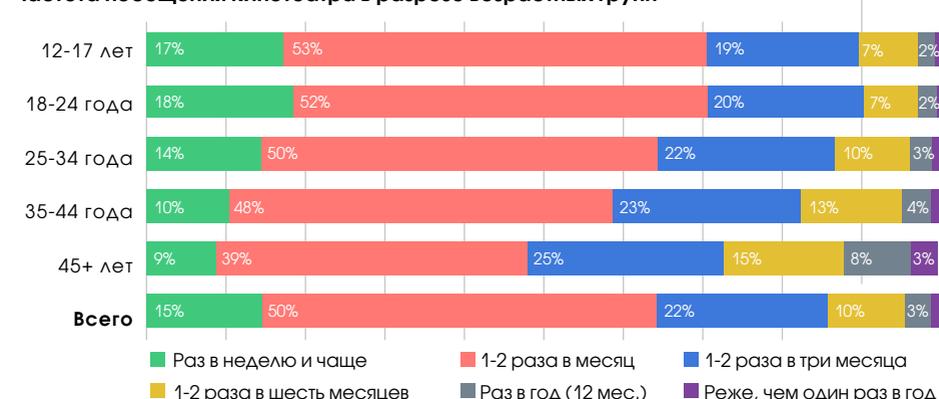
Доля зрителей 35-44 лет составила 18%, доля зрителей старше 45-ти лет – 10%.

Распределение аудитории кинотеатров по возрастным группам за I квартал 2019 года



Большинство кинозрителей (64%) ходят в кино 1-2 раза в месяц и чаще. Самая активная аудитория – зрители 18-24 лет: 71% зрителей данной возрастной группы ходят в кино 1-2 раза в неделю и чаще. Среди подростков 12-17 лет также высока доля активной киноаудитории (70%).

Частота посещения кинотеатра в разрезе возрастных групп



Кинозрители приходят в кино преимущественно с друзьями (33,1%). Это основной состав посещения у аудитории моложе 25-ти лет. Доля пар составляет 29,5%, с мужем/женой/парнем/девушкой приходят прежде всего зрители в возрасте 25-34 лет (42% аудитории данной возрастной группы), а также зрители в возрасте 18-24 лет (36%).

Доля семейной аудитории составила в среднем 30,1%, в зависимости от уикенда варьировалась от 24 до 42% (в период школьных каникул). С детьми приходят преимущественно зрители старше 35-ти лет (среди аудитории в возрасте 35-44 лет доля семейного просмотра достигает 49%). Средний возраст ребенка, пришедшего на сеанс с родителями, составил 10 лет. 5% кинозрителей пришли посмотреть фильм вообще без спутников.

Состав посещения по возрастным группам

	Всего	12-17 лет	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45+ лет
Пара	29,5%	11%	36%	42%	27%	33%
С друзьями	33,1%	58%	41%	23%	11%	13%
Родители-дети	30,1%	22%	9%	20%	49%	40%
Один	5%	7%	13%	14%	12%	13%
В ином составе	2%	1%	1%	2%	1%	1%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

II. Киноаудитория крупнейших фильмов I квартала 2019 года.

В число 15 крупнейших картин, привлечших наибольшее число зрителей в январе-марте 2019 года, вошли 8 российских картин, 5 из них вышли в прокат в 2019 году (две военные драмы «Т-34» и «Балканский рубеж» и три комедии «Громкая связь», «Бабушка лёгкого поведения 2», «Любовницы»), еще 3 фильма вышли в конце 2018 года и продолжили прокат в начале 2019 года (комедии «Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел», «Ёлки последние» и мультфильм «Три богатыря и наследница престола»).

Данные 15 картин в анализируемый период посмотрело 43,4 млн зрителей (68% аудитории кинотеатров за I квартал 2019 года). В среднем на сеанс фильма пришел 31 зритель, что выше средней наработки на сеанс за анализируемый период (24 зрителя). Уровень удовлетворенности фильмом и готовности его рекомендовать также выше среднего: NPS топ 15 равен 35 пунктам, тогда как среднее значение NPS составило 24 пункта. Лидерами по уровню удовлетворенности фильмом, готовности зрителей рекомендовать его своим друзьям и знакомым (NPS>50 пунктов) стали следующие фильмы:

- драма «Зелёная книга» (реж. Питер Фаррелли), лауреат премии «Оскар» в номи-

нации «Лучший фильм», «Лучший сценарий» и «Лучшая мужская роль второго плана»: NPS=71 пункт (77% зрителей готовы рекомендовать фильм, 17% занимают нейтральную позицию, и только 6% зрителей не готовы рекомендовать фильм). Средняя оценка: 9,1 балла по 10-балльной шкале;

- российская военная драма «Т-34» (реж. Алексей Сидоров, ООО «Марс Медиа Энтертейнмент»): NPS=65 пунктов (75% зрителей готовы рекомендовать фильм, 15% занимают нейтральную позицию, 10% – не готовы). Средняя оценка: 9,1 балла.

- российская военная драма «Балканский рубеж» (реж. Андрей Волгин, ООО «Кинокомпания Блесс-Фильм»): NPS=58 пунктов (69% зрителей готовы рекомендовать фильм, 20% занимают нейтральную позицию, 11% зрителей не готовы рекомендовать фильм). Средняя оценка 9,2 балла.

- мультфильм «Как приручить дракона 3», заключительная часть анимационной франшизы студии DreamWorks Animation (США): NPS=54 пункта (66% зрителей готовы рекомендовать фильм, 22% занимают нейтральную позицию, 12% зрителей не готовы рекомендовать фильм). Средняя оценка: 9,1 балла.

Показатели киноаудитории топ-15 фильмов, I квартал 2019 года

№	Название	Дата релиза	Основной жанр	Зрители, млн	% зрителей	Зрители/сеанс			NPS ¹	Ср. оценка	Ср. возраст
1	Т-34	01.01.2019	военный	8,8	13,7%	52	53%	47%	65	9,1	37
2	Как приручить дракона 3	21.02.2019	анимация	7,1	11,1%	35	59%	41%	54	9,1	27
3	Капитан Марвел	07.03.2019	кинокомикс	4,0	6,2%	26	42%	58%	23	8,1	26
4	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	20.12.2018	комедия	3,6	5,7%	44	48%	52%	40	8,4	27
5	Алита: Боевой ангел	14.02.2019	фантастика	2,6	4,1%	21	39%	61%	24	8,1	29
6	Стекло	17.01.2019	триллер	2,4	3,7%	23	46%	54%	-17	7,0	25
7	Гринч	13.12.2018	анимация	2,3	3,6%	45	66%	34%	23	8,5	28
8	Три богатыря и наследница престола	27.12.2018	анимация	2,1	3,3%	34	66%	34%	19	8,4	31
9	Громкая связь	14.02.2019	комедия	1,9	3,1%	23	61%	39%	26	8,2	31
10	Зелёная книга	24.01.2019	комедия	1,9	3,0%	36	49%	51%	71	9,1	30
11	Бабушка лёгкого поведения 2	24.01.2019	комедия	1,8	2,9%	21	64%	36%	41	8,6	30
12	Ёлки последние	27.12.2018	комедия	1,8	2,8%	33	66%	34%	31	8,4	30
13	Любовницы	28.02.2019	комедия	1,1	1,8%	18	80%	20%	-13	7,5	31
14	Волшебный парк Джун	21.03.2019	анимация	1,0	1,5%	18	72%	28%	31	8,7	32
15	Балканский рубеж	21.03.2019	военный	1,0	1,5%	16	40%	60%	58	9,2	36
	Итого топ 15			43,4	68,0%	31	54%	46%	35	8,5	29
	Всего (1 квартал 2019)			63,9	100,0%	24	56%	44%	24	8,2	29

¹NPS – индекс оценки уровня удовлетворенности фильмом и готовности рекомендовать его своими друзьям, индекс «сарафанного радио». Диапазон изменения индекса от -100 до 100. Значение индекса высчитывается как разница между долей зрителей, готовых рекомендовать фильм друзьям (приверженцев), и долей зрителей, не готовых рекомендовать данный фильм.



Преимущественно женскую аудиторию привлекли российские комедии «Любовницы», «Ёлки последние», «Бабушка лёгкого поведения 2», «Громкая связь» (доля женщин в структуре аудитории 80, 66, 64, 61% соответственно), а также мультфильмы «Волшебный парк Джун», «Три богатыря и наследница престола», «Гринч», «Как приручить дракона 3». Примечательно, что в структуре аудитории военной драмы «Т-34» также выше доля женщин (53%). Среди фильмов, не вошедших в топ-15, доля женщин свыше 70% у фильмов «Мэри Поппинс возвращается» (76%), «Начни сначала» (75%), «Королевский корги» (74%), «Две королевы» (73%), а также у семейных фильмов «Рожденный стать королем» и «Путь домой» (73 и 70% соответственно).



Преимущественно мужскую аудиторию привлекли фильмы о супергероях: фантастический боевик по мотивам японского комикса «Алита: Боевой ангел», кинокомикс о новой героине киновселенной Marvel «Капитан Марвел» и триллер «Стекло». Доля мужчин в структуре аудитории данных фильмов составила 61, 58 и 54% соответственно. Кроме того, мужскую аудиторию привлекли военная драма «Балканский рубеж» (60%), комедия «Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел» (52%) и драма «Зеленая книга» (51%). Среди фильмов, не вошедших в топ-15, преимущественно мужскую аудиторию привлекли «Крид 2» (доля мужчин 78%), «Наркокурьер» (72%), «Завод» (70%), «BEEF: Русский хип-хоп» (64%), «Снегоуборщик» (62%), «Власть» (60%).



80%



76%



75%



74%



78%



72%



70%



64%



73%



73%



72%



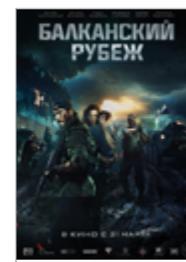
72%



62%



61%



60%



60%



70%



69%



65%



64%



58%



54%



54%



51%

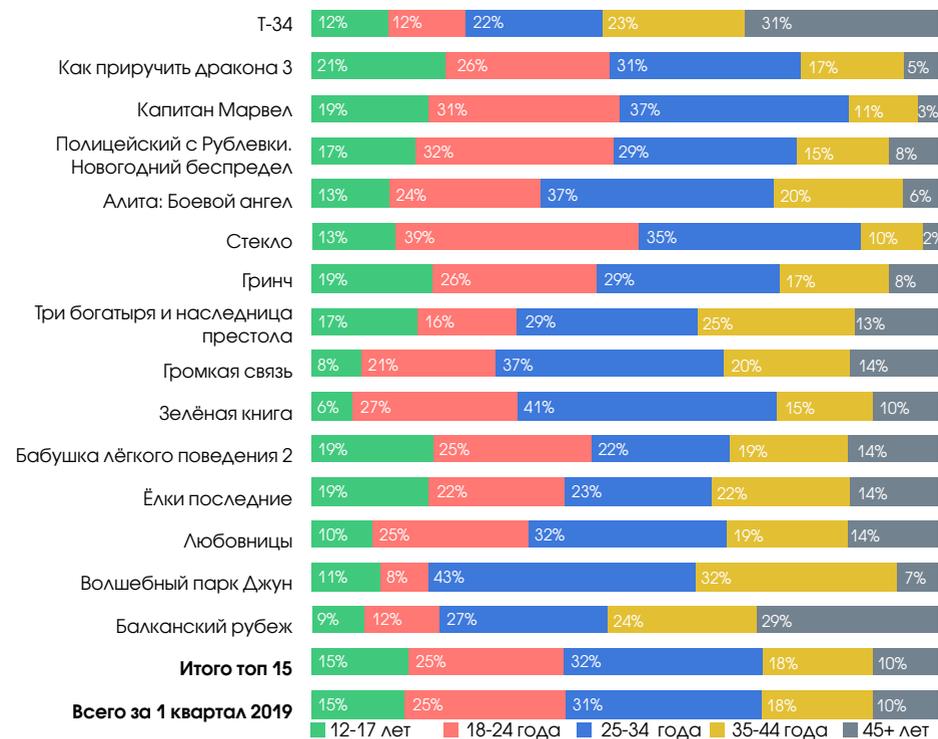
Распределение аудитории топ-15 фильмов по возрастным группам соответствует распределению киноаудитории I квартала в целом. При этом для каждой возрастной категории можно выделить наиболее востребованные картины. Подростковую аудиторию привлекли анимационные фильмы и, прежде всего, мультфильм «Как приручить дракона 3» (доля зрителей 12-17 лет в структуре аудитории фильма составила 21%), новогодние комедии «Ёлки последние» и «Полицейский с Рублёвки. Новогодний беспредел» (19 и 17% соответственно), а также комедия «Бабушка лёгкого поведения 2» (19%) и кинокомикс «Капитан Марвел» (19%). Кроме того, подростковая аудитория неравнодушна к ужасам и триллерам.

Доля зрителей 18-24 лет выше среднего в структуре аудитории фильмов «Стекло» (39%), «Полицейский с Рублёвки. Новогодний беспредел» (32%), «Капитан Марвел» (31%) и «Зелёная книга» (27%).

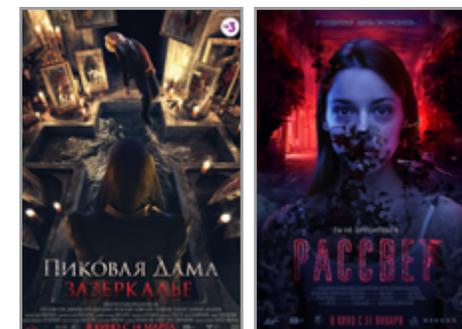
Доля зрителей 25-34 лет выше среднего в структуре аудитории фильмов «Зелёная книга» (41%), «Алита: Боевой ангел» (37%), «Капитан Марвел» (37%) и «Громкая связь» (37%).

Доля зрителей 35-44 лет выше среднего в структуре аудитории военных драм «Балканский рубеж» и «Т-34» (24 и 23% соответственно). Аналогичная ситуация и среди самой старшей возрастной категории зрителей: 31% зрителей фильма «Т-34» старше 45 лет, среди аудитории фильма «Балканский рубеж» доля самой старшей аудитории также высока (29%).

Распределение аудитории топ-15 фильмов по возрастным группам



Анализ распределения аудитории по возрастным группам в разрезе фильмов I квартала позволил выявить предпочтения к жанрам. **Рейтинг фильмов по доле зрителей 12-17 лет** в структуре аудитории фильма наглядно показывает, что подростковая аудитория неравнодушна к ужасам и триллерам. В среднем доля зрителей 12-17 лет составляет 15% в структуре аудитории фильмов. При этом есть фильмы, в структуре аудитории которых доля зрителей данной возрастной категории значительно превышает среднее значение. Максимальная доля зрителей 12-17 лет (41%) зафиксирована в структуре аудитории российского хоррора «Пиковая дама. Зазеркалье», каждый третий зритель хоррора «Рассвет» (32%) относится к данной возрастной категории. У триллеров «Клаустрофобы» и «Мы» доля зрителей 12-17 лет составила 28 и 22% соответственно. У анимации «Как приручить дракона 3» и «Королевский корги» доля подростков составила 21%.



41% 32%



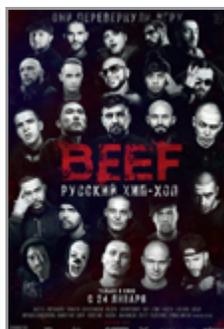
28% 21% 21% 20%



19% 19% 18% 18%

В среднем доля зрителей в возрасте 18-24 лет составляет 25%. Среди картин, в структуре аудитории которых доля зрителей 18-24 лет значимо выше среднего, можно выделить документальный фильм «BEEF: Русский хип-хоп», аудитория которого почти на 60% состоит из зрителей 18-24 лет. Аудитория хоррора «Счастливого нового дня смерти» и спортивной драмы «Крид 2» наполовину состоит из зрителей данной возрастной группы (54 и 51% соответственно). Также среди фильмов, привлечших преимущественно ядро киноаудитории можно выделить триллер Клинта Иствуда «Наркокурьер» (доля зрителей 18-24 лет – 40%), завершение трилогии М. Найта Шьямалана «Стекло» (39%), драму Юрия Быкова «Завод» (38%).

Средняя доля зрителей 18-24 лет
25%



59%



54%



51%



40%



39%



38%



38%



38%



38%



37%

Доля зрителей в возрасте 25-34 лет составляет в среднем 32%. Большинство зрителей данной возрастной группы приходят на сеанс парами или с друзьями. Значимо выше доля зрителей 25-34 лет в структуре аудитории фильмов «Море соблазна», «Зелёная книга», «Фаворитка», «Две королевы» (41%), «Начни сначала» (40%), «Завод» (38%), «Алита: Боевой ангел», «Наркокурьер» (37%). Часть данной аудитории (20%) приходят на сеансы с маленькими детьми, что объясняет высокую долю зрителей данной возрастной группы в структуре аудитории мультфильмов «Волшебный парк Джун» (43%) и «Волки и овцы: Ход свиньей» (39%).

Средняя доля зрителей 25-34 лет
32%



45%



43%



41%



41%



41%



40%



39%



38%

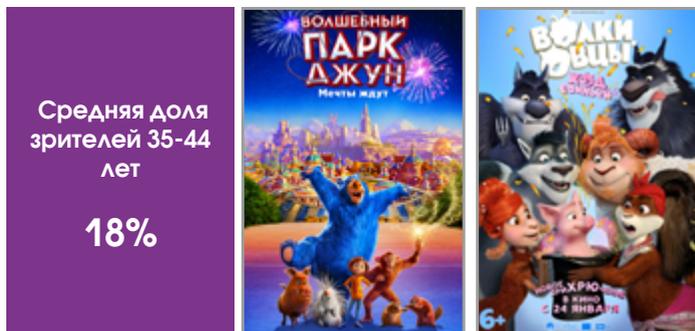


37%



37%

Доля зрителей в возрасте 35-44 лет составляет в среднем 18%. Приоритетным жанром для данной аудитории является семейное кино и анимация, ведь почти каждый второй зритель данного возраста приходит в кино с ребенком (49%). В этой связи доля зрителей 35-44 лет значимо выше в структуре аудитории как анимационных («Волшебный парк Джун», 32%; «Волки и овцы: Ход свиньей», 31%; «ЛЕГО Фильм 2», 27%), так и художественных фильмов, ориентированных на детский и семейный просмотр («Путь домой», 27%; «Мэри Поппинс возвращается», 25%; «Дамбо», 24%). Зрителей данной возрастной категории также привлекли российские военные и исторические картины «Тобол», «Балканский рубеж», «Т-34» (доля зрителей 35-44 лет составила 25, 24 и 23% соответственно).



32%

27%



27%



25%



25%



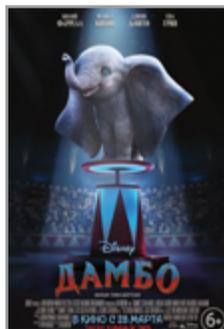
24%



24%



24%

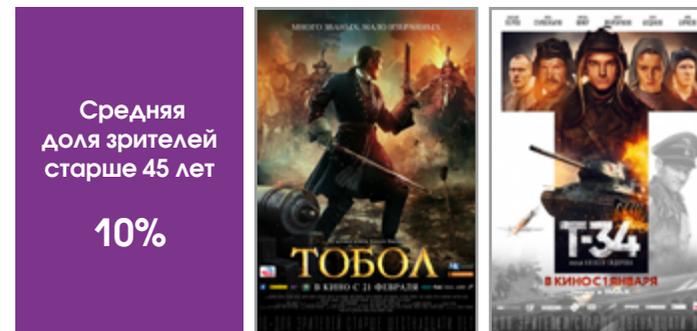


23%



22%

Доля зрителей старше 45-ти лет в среднем составляет 10%, тогда как в структуре аудитории российских картин значимо выше и может достигать 40%. Зрители данной возрастной группы стараются посещать новинки российского кинематографа и, прежде всего, военные и исторические драмы. Максимальная доля зрителей старше 45 лет зафиксирована в структуре аудитории исторической драмы «Тобол» (38%).



38%

31%



29%



22%



18%



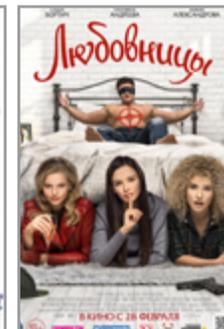
16%



14%



14%



14%



13%

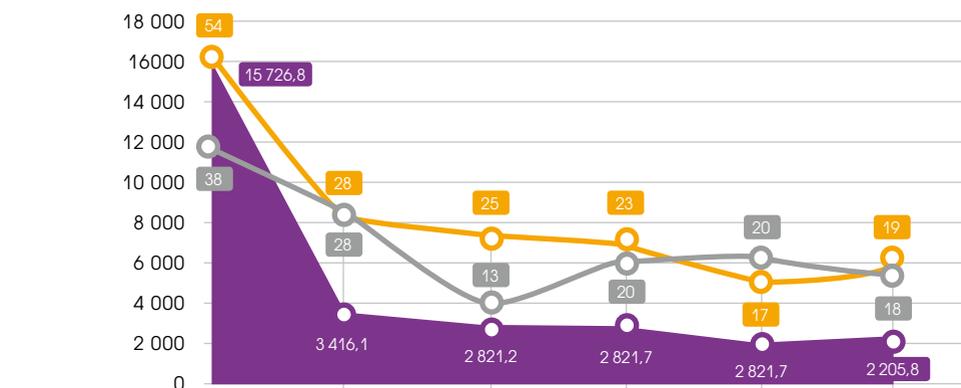
III. Динамика киноаудитории.

В новогодние праздники с 1 по 8 января кинотеатры посетило 15,7 млн зрителей, средняя посещаемость составила 1,9 млн зрителей в день, 54 зрителя на сеанс. Пик пришёлся на 2 января, когда кинотеатры посетило 2,5 млн зрителей. Новогодний период характеризуется максимальными показателями не только кинопроката, но и удовлетворенности зрителей от просмотра фильма: индекс NPS составил 38 пунктов в среднем за новогодний уикенд.

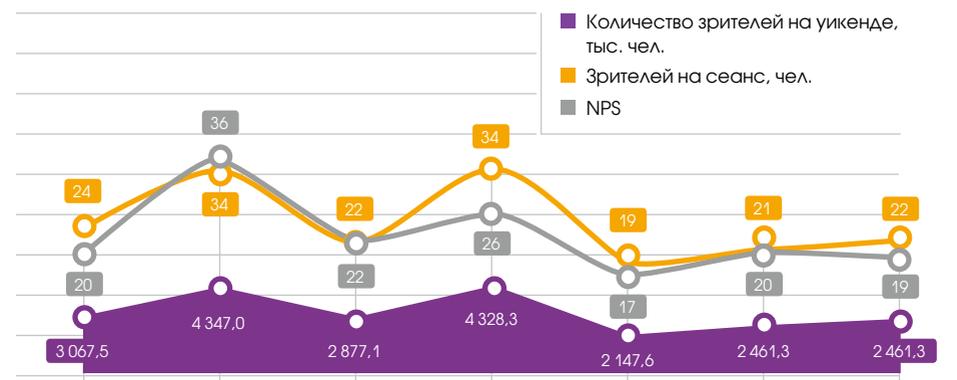
Средняя посещаемость кинотеатров за I квартал 2019 года, за исключением новогоднего периода, составила 2,9 млн зрителей за уикенд. Среднее значение индекса удовлетворенности от просмотра фильма (NPS) составило 22 пункта. Минимальная посещаемость за период зафиксирована в конце января – начале февраля: в уикенд 31 января – 3 февраля кинотеатры посетило 2,1 млн зрителей, на сеанс пришло в среднем 17 зрителей; на тот момент второй уикенд подряд прокат возглавляла российская

комедия «Бабушка лёгкого поведения 2», индекс NPS уикенда составил 20 пунктов, что соответствует среднему значению в ненОВОГОДНИЙ период. В праздничные уикенды 21-24 февраля и 07-10 марта посещаемость кинотеатров превысила 4,3 млн зрителей, на сеанс фильма пришло в среднем 34 зрителя. При этом средний уровень удовлетворенности от просмотра фильма на уикенде, пришедшемся на День защитника Отечества, существенно выше, чем на праздничном уикенде, включающем Международный женский день: 36 пунктов против 26 пунктов соответственно, что обусловлено прежде всего высоким уровнем удовлетворенности от просмотра мультфильма «Как приручить дракона 3», вышедшего в прокат 21 февраля и получившего в стартовый уикенд одно из самых высоких значений индекса NPS в 54 пункта, тогда как кинокомикс «Капитан Марвел», возглавивший прокат в мартовский праздничный уикенд, получил более сдержанный отклик у зрителей (NPS в стартовый уикенд равен 27 пунктам).

Динамика уикендов, I квартал 2019 года



	01.01-08.01	10.01-13.01	17.01-20.01	24.01-27.01	31.01-03.02	07.02-10.02
Средний возраст	31	30	30	29	30	29
NPS	38	28	13	20	20	18
Средняя оценка	8,6	8,3	7,9	8,0	8,0	8,2
Кол-во зрителей на уикенде	15 726,8	3 416,1	2 821,2	2 821,7	2 058,6	2 205,8
Зрителей на сеанс	54,2	27,9	24,8	23,3	17,1	18,6
Фильм-лидер уикенда	T-34	T-34	Стекло	Бабушка лёгкого поведения 2	Бабушка лёгкого поведения 2	ЛЕГО Фильм-2



	14.02-17.02	21.02-24.02	28.02-03.03	07.03-10.03	14.03-17.03	21.03-24.03	28.03-31.03
Средний возраст	30	28	28	27	28	30	28
NPS	20	36	22	26	17	20	19
Средняя оценка	8,1	8,6	8,3	8,2	8,0	8,2	8,1
Кол-во зрителей на уикенде	3 067,5	4 347,0	2 877,1	4 328,3	2 147,6	2 461,3	2 770,0
Зрителей на сеанс	24,4	34,0	23,1	34,3	18,5	20,5	22,2
Фильм-лидер уикенда	Алита: Боевой ангел	Как приручить дракона 3	Как приручить дракона 3	Капитан Марвел	Капитан Марвел	Балканский рубеж	Дамбо

Динамика киноаудитории в разрезе возрастных групп.

В новогодний период кинотеатральная аудитория традиционно характеризуется высокой долей аудитории старших возрастных групп. 37% кинозрителей, посетивших кинотеатры в первую неделю января 2019 года, старше 35 лет, из них: 21% – зрители в возрасте 35-44 лет и 15% – старше 45 лет (в среднем в остальные уикенды января-марта 2019 года доля данных возрастных групп составляет 17 и 10% соответственно). Доля зрителей в возрасте 18-24 лет составила только 18%, минимальное значение доли «ядра киноаудитории» обусловлено кратным приростом аудитории старших возрастных групп в общей структуре новогодней аудитории. В среднем доля зрителей 18-24 лет в неновогодний период составляет 26%, а в самые обычные уикенды (не подкрепленные праздничным днем или релизом с широкой поддержкой федеральных телеканалов) может достигать 28-29%. Максимальная доля зрителей данной возрастной группы зафиксирована в уикенд 28 февраля – 3 марта, когда в прокат вышел хоррор «Счастливого нового дня смерти» (56% аудитории фильма в стартовый уикенд – зрители 18-24 лет).

Доля подростковой аудитории в среднем в неновогодний период составила 15%, в зависимости от уикенда может варьироваться от 11 до 19%. Максимальное значение доли зрителей 12-17 лет в 18-19% зафиксировано в праздничные уикенды 21-24 февраля и 7-10 марта, а также в последний уикенд марта, совпадающий с окончанием весенних школьных каникул.

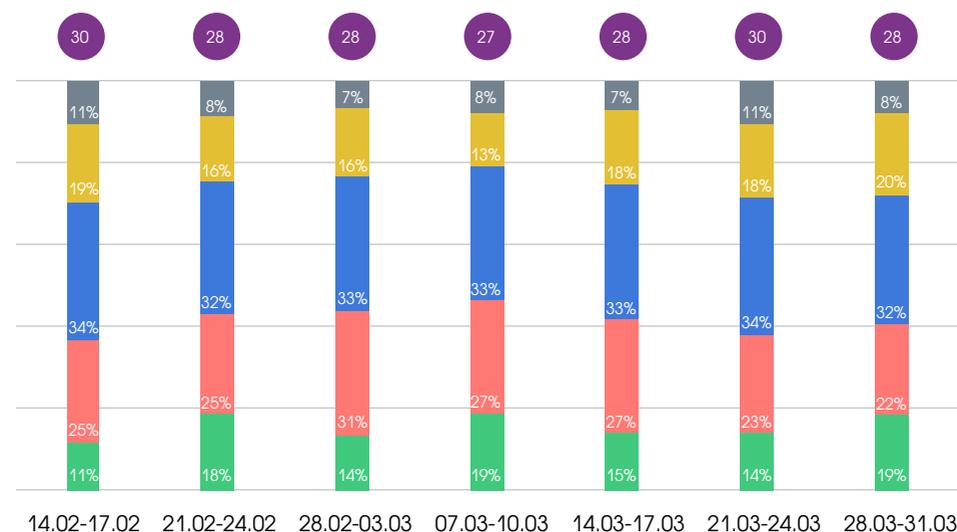
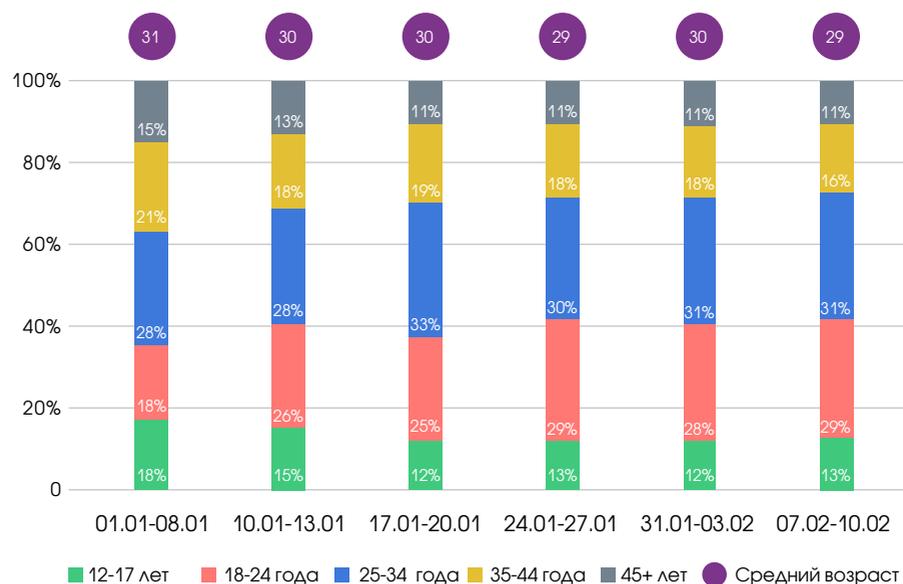
Доля зрителей 25-34 лет в новогодний период составила 28%, тогда как в среднем в неновогодний период – 32%. В зависимости от уикенда доля зрителей данной возрастной группы в структуре киноаудитории варьировалась от 28 до 34%. Так, максимальное

значение доли в 34% наблюдалось в уикенд 14-17 февраля (основным выбором зрителей в данной возрастной категории стали сеансы фантастического боевика «Алита: Боевой ангел» и российской комедии «Громкая связь»), а также в уикенд 21-24 марта, в который основным выбором стали сеансы мультфильмов для просмотра с ребенком («Волшебный парк Джун» и «Как приручить дракона 3»), а также сеансы фильмов «Балканский рубеж» и «Капитан Марвел».

Доля зрителей 35-44 лет была максимальна в новогодний уикенд (21%), в остальной период средняя доля зрителей данной возрастной группы составляла 17% (варьировалась в зависимости от уикенда от 13 до 20%). Почти половина зрителей в данной возрастной категории приходят в кино с детьми, в связи с чем доля данной возрастной группы в структуре аудитории возрастает в случае выхода новинки для семейного просмотра (например, выход фильмов «Дамбо» и «Волшебный парк Джун» в период весенних школьных каникул, а в январе – релизов «Мэри Поппинс возвращается», «Путь домой»), но были и релизы, привлечшие в кинотеатры пары и одиночных зрителей данной возрастной группы, среди которых можно выделить фильмы «Алита: Боевой ангел», «Зелёная книга», «Громкая связь», «Балканский рубеж».

Доля зрителей старше 45 лет в новогодний период составила 15%, в неновогодний период варьировалась от 7 до 13% (в среднем 10%). Зрителей самой старшей возрастной группы наряду с семейным просмотром привлекали в кино военные и исторические релизы: «Т-34», «Балканский рубеж», «Спасти Ленинград», «Тобол», а также такие картины как «Ван Гог», «Две королевы», «Бабушка лёгкого поведения 2».

Динамика киноаудитории в разрезе возрастных групп



IV. Специфика аудитории новогоднего периода.

В новогодние праздники с 1 по 8 января 2019 года кинотеатры посетило 15,7 млн зрителей (25% от общего числа зрителей за I квартал 2019 года). В праздничный день кинотеатры посетило в среднем 1,97 млн зрителей в день, тогда как в другие дни уикендов средняя посещаемость составила 735,9 тысяч зрителей в день. Таким образом, объем ежедневной аудитории кинотеатров в период новогодних праздников в 2,7 раз больше, чем в среднем в любой другой день уикенда.

Структура киноаудитории новогоднего периода имеет существенные отличия.

- Средний возраст посетителя кинотеатра в новогодние праздники составляет 31 год, тогда как в среднем в неновогодний уикенд – 29 лет.
- Доля женщин в новогодний период еще выше: 60% женщин и 40% мужчин против 55 и 45% в неновогодний период соответственно.
- Кинотеатральная аудитория в новогодний период традиционно характеризуется высокой долей аудитории старших возрастных групп. 37% кинозрителей, посетивших кинотеатры в первую неделю января 2019 года, старше 35 лет, из них: 21% – зрители в возрасте 35-44 лет и 15% – старше 45 лет (в среднем в остальные уикенды января-марта 2019 года доля данных возрастных групп составляет 17 и 10% соответственно).

Приток аудитории старших возрастных групп в новогодний уикенд обусловлен рядом причин, среди которых:

- сложившаяся практика киносмотра, при которой зритель посещает кинотеатр несколько раз в год и реже, при этом период посещения кинотеатра как раз приходится

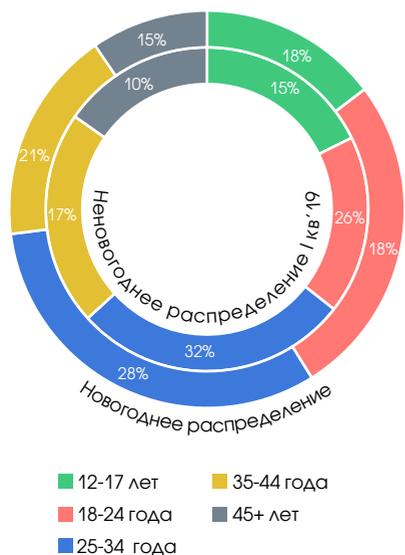
на новогодние праздники. Доля аудитории, посещающей кинотеатр несколько раз в год и реже, в новогодние праздники составляет 8,4%, тогда как в неновогодний период она не превышает 4%;

- репертуар кинотеатров, ориентированный на самую широкую, семейную аудиторию, захватывающую старшие возрастные группы («Т-34», «Ёлки последние», «Три богатыря и наследница престола»), и используемые для их продвижения каналы, обладающие наибольшим охватом аудитории (федеральные телеканалы).

В новогодние праздники возрастает и доля подростковой аудитории: с 15 до 18%, а доля зрителей в возрасте 18-24 лет, наоборот, составляет лишь 18%, тогда как в среднем в неновогодний период 26%. Аналогичное сокращение зафиксировано и в возрастной категории 25-34 лет. Если в неновогодний период доля данной возрастной категории в структуре аудитории составила 32% (каждый третий посетитель кинотеатра), то в новогодние праздники доля зрителей 25-34 лет составило 28%.

Удовлетворенность кинозрителей новогодним репертуаром находится на высоком уровне: NPS=38 пунктов, тогда как в среднем в неновогодний уикенд I квартала NPS=22 пункта. Максимальное значение NPS и средней оценки у российского военного экшена «Т-34»: NPS=68 пунктов, средняя оценка – 9,2 из 10. Минимальное значение NPS в новогодний период зафиксировано у семейного музыкального фильма «Мэри Поппинс возвращается» студии Walt Disney Pictures (NPS=10 пунктов, средняя оценка 8,1 по 10-балльной шкале).

Распределение аудитории кинотеатров в новогодний и неновогодний период



ПОКАЗАТЕЛИ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ РЕПЕРТУАРОМ



¹ NPS – индекс оценки уровня удовлетворенности фильмом и готовности рекомендовать его своими друзьями, индекс «сарафанного радио». Диапазон изменения индекса от -100 до 100. Значение индекса высчитывается как разница между долей зрителей, готовых рекомендовать фильм друзьям (приверженцев), и долей зрителей, не готовых рекомендовать данный фильм.

V. Портрет аудитории российских и зарубежных фильмов.

Аудитория российских фильмов I квартала 2019 года существенно отличается от структуры аудитории зарубежных фильмов за аналогичный период. Зритель российского кино в среднем старше зрителя зарубежного кино на 4 года: средний возраст зрителя российского кино составил 32 года, средний возраст зрителя зарубежного кино – 28 лет.

В структуре аудитории российских фильмов доля зрителей старше 45 лет в 3 раза выше, чем в структуре аудитории зарубежных фильмов: 18% против 6% соответственно. Во многом такое соотношение обусловлено высокой долей зрителей старшей возрастной категории в аудитории фильмов «Т-34» и «Балканский рубеж».

Доля зрителей 18-24 лет у российских фильмов составляет 21% против 28% у зарубежных фильмов. Доля зрителей 25-34 лет также ниже: 27% против 34%.

Доля женщин в структуре аудитории российских фильмов выше на 5% и составляет 59% против 54% в аудитории зарубежных фильмов.

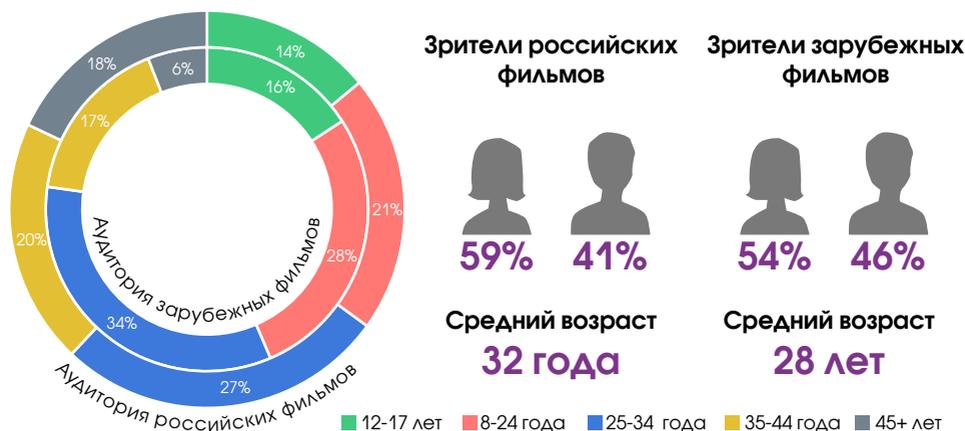
Уровень удовлетворенности зрителей и готовности рекомендовать фильм своим друзьям и знакомым по российским фильмам в среднем выше, чем по зарубежным. Индекс «сарфанного радио» у российских фильмов составил 27 пунктов против 22 пунктов у зарубежного кино.

Больше всего зрителям российского кино понравились:

- военные драмы «Т-34» (NPS=65) и «Балканский рубеж» (NPS=58)
- комедии «Бабушка лёгкого поведения 2» (NPS=41) и «Громкая связь» (NPS=26)
- новогодние фильмы «Полицейский с Рублёвки. Новогодний беспредел» (NPS=41), «Ёлки последние» (NPS=34), «Снежная королева: Зазеркалье» (NPS=32), «Три богатыря и наследница престола» (NPS=28).

Самый молодой зритель у российских хорроров (средний возраст зрителя хорроров «Пиковая дама. Зазеркалье» и «Рассвет» составил 22 и 24 года соответственно; самый старший – у исторических и военных картин (средний возраст зрителя исторической драмы «Тобол» составил 40 лет, зрителю фильмов «Т-34» и «Балканский рубеж» в среднем 37 и 36 лет соответственно), а также драмы «Ван Гоги (41 год). Среди российских фильмов комедийного жанра диапазон среднего возраста от 28 до 31 года. Самую молодую аудиторию привлекли «Трезвый водитель» и «Полицейский с Рублёвки. Новогодний беспредел» (28 лет), средний возраст зрителя комедии «Бабушка лёгкого поведения 2» составил 30 лет, комедии «Громкая связь», «Как я стал русским», «Любовницы» – 31 год, фильма «Семь ужинов» – 32 года.

Портрет аудитории российских и зарубежных фильмов



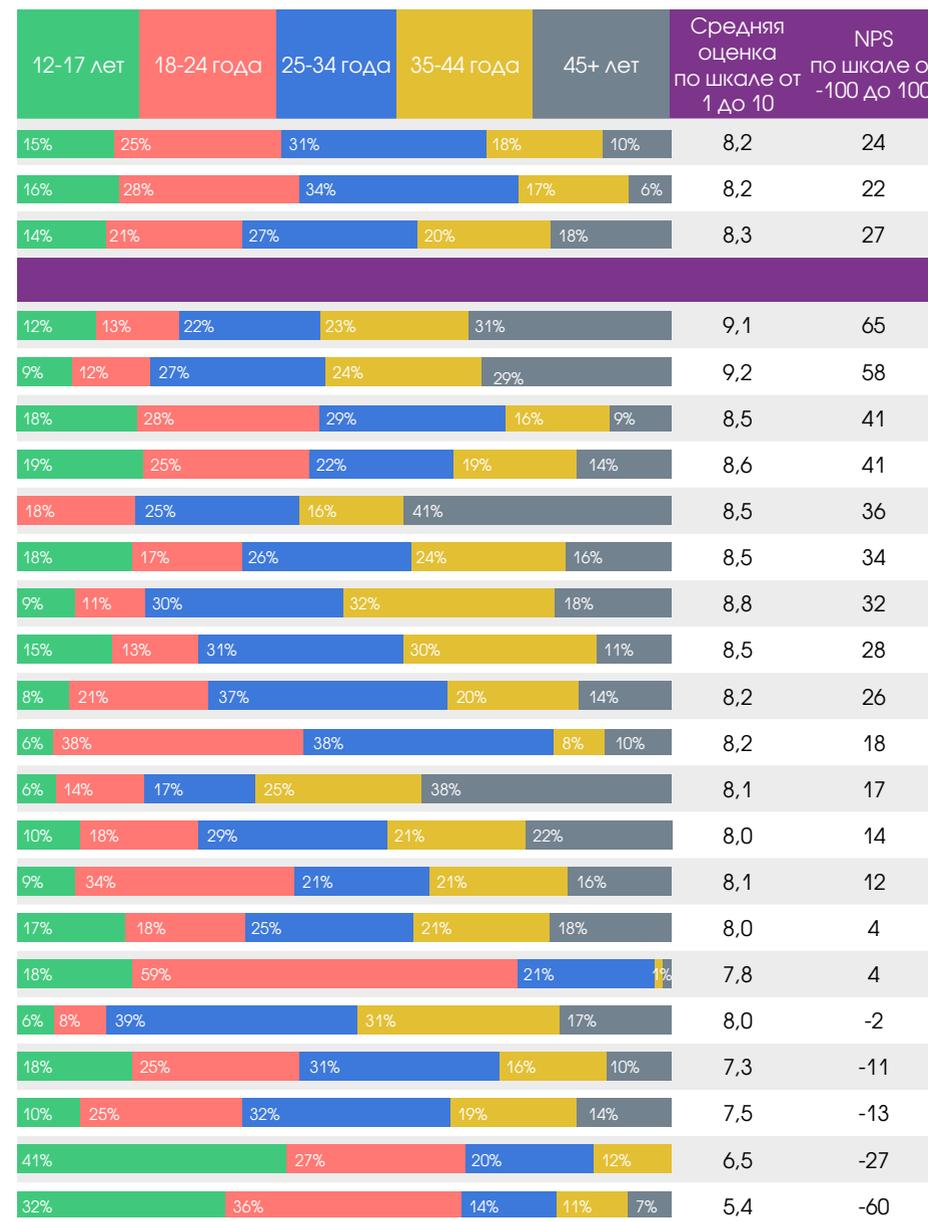
Частота посещения

	1-2 раза в месяц и чаще	1-2 раза в три месяца	1-2 раза в шесть месяцев	Раз в год и реже
Зарубежные фильмы	66%	21%	9%	4%
Российские фильмы	61% ↓	22% ↑	11% ↑	6% ↑

Сравнительные показатели аудитории российских и зарубежных фильмов с детализацией по основным российским фильмам.

Список российских фильмов ранжирован по убыванию значения индекса NPS.

	Средний возраст		
Все фильмы	29	56%	44%
Иностранные фильмы	28	54%	46%
Российские фильмы	32	59%	41%
В том числе в разрезе фильмов:			
T-34	37	53%	47%
Балканский рубеж	36	40%	60%
Полицейский с рублевки. Новогодний беспредел	28	55%	45%
Бабушка лёгкого поведения 2	30	64%	36%
Ван Гоги	41	66%	34%
Ёлки последние	32	65%	35%
Снежная королева: Зазеркалье	35	68%	32%
Три богатыря и наследница престола	32	69%	31%
Громкая связь	31	61%	39%
Завод	29	30%	70%
Тобол	40	64%	36%
Спасти Ленинград	34	54%	46%
Как я стал русским	31	58%	42%
Семь ужинов	32	64%	36%
ВЕЕФ: Русский хип-хоп	22	36%	64%
Волки и овцы: Ход свиньей	35	72%	28%
Трезвый водитель	28	56%	44%
Любовницы	31	80%	20%
Пиковая дама. Зазеркалье	22	59%	41%
Рассвет	24	60%	40%



www.ekinobilet.fond-kino.ru

www.fond-kino.ru