

# КТО БУДЕТ СМОТРЕТЬ КИНО ЗАВТРА?

## РАСКАЖЕТ ПЕРЕПИСЬ!

**219,4 млн зрителей посетили кинотеатры нашей страны в 2019 году. Это на 9,5% больше, чем год назад. Сборы от просмотров составили 55,5 млрд рублей. На долю российского кино пришлось 12,3 млрд рублей — его посмотрело более 50 млн жителей России.**

**Каким станет кинозритель завтрашнего дня и чем он будет отличаться от посетителей кинотеатров сегодня? Как изменился отечественный кинорынок и почему важны данные статистики?**

По итогам 2019 года российский рынок кинопроката стал крупнейшим среди стран Европы по числу проданных билетов. Такие данные содержатся в Единой федеральной автоматизированной информационной системе сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС). Судя по этим данным, совокупные кассовые сборы составили 55,5 млрд рублей — это максимальное значение в истории кинопроката России.

Как менялись среднегодовые потребительские цены на билеты в кинотеатры, можно узнать из статистики Росстата. Так, в 2000 году посещение кинозала в России стоило в среднем 18 рублей, в 2010 году — уже 162 рубля, в 2016 и 2017 годах — 258 рублей, а в 2018 году — 261 рубль.

Кто же предпочитает тратить сегодня деньги на поход в кино? По данным ЕАИС, киноаудитория России преимущественно женская (доля женщин — 55%). Средний возраст кинозрителя — 28 лет, а самая многочисленная возрастная группа — 25–34 года (32,5%, то есть каждый третий посетитель кинотеатров). Для сравнения: доля аудитории в возрасте 12–17 лет составляет 16,1%; 18–24 лет — 26,8%; 35–44 лет — 16,9%; старше 45 лет — 7,8%.

Впрочем, если посмотреть на статистику Росстата, можно раскрыть секрет популярности кинотеатров у аудитории 25–34 лет. Просто это наиболее многочисленная часть населения страны. Для сравнения: в 2017 году в возрасте 19 лет в России было 666 тыс. мужчин и 646 тыс. женщин; в возрасте

29 лет — 1,3 млн мужчин и 1,2 млн женщин; в возрасте 49 лет — уже 824 тыс. мужчин и 921 тыс. женщин.

С годами очертания возрастной пирамиды меняются, демографические «ямы» и «выступы» движутся вверх, что также может влиять на портрет зрительской аудитории. Таким образом, можно предположить, что основной кинозритель, который сегодня относится к группе 25–34 лет, будет взрослеть, а на смену ему придет не столь многочисленная зрительская аудитория.

Увидеть и спрогнозировать тенденцию изменений мы можем по результатам предыдущих переписей. К примеру, перепись 1989 года выявила 25,4 млн жителей страны в возрасте 25–34 лет, перепись 2002 года — уже 20,4 млн, а в 2010 году эту возрастную категорию представляло 22,9 млн человек.

Более точные данные о половозрастном составе населения современной России и потенциальных посетителей кинотеатров разных возрастов мы сможем получить по результатам Всероссийской переписи населения, которая пройдет в апреле 2021 года.

Информация позволит сделать выводы и прогнозы, например, относительно изменений доли семейных зрителей кинотеатров.

Сегодня почти каждый третий (30,8%) посетитель кинотеатра приходит на сеанс в компании друзей. Чуть меньше зрителей (27,7%) предпочитают просмотр вдвоем, а 15,3% — в одиночестве. Доля семейной аудитории составляет 25%, а в праздничные выходные может достигать 48%. Преимущественно это зрители в возрасте 35–44 лет.

Примечательно, что аудитория российского кино в 2019 году была в среднем на 5 лет старше, чем аудитория зарубежных фильмов: 32 года и 27 лет соответственно. Также аудиторию российского кино отличает более высокая доля женщин: 59 против 54% зрительниц зарубежных фильмов.

«Нужно понимать, что в структуре кинопроизводства и продуктового предложения в сфере кино действуют классические законы маркетинга. Поэтому у нас имеется массовое кинопроизводство на широкую аудиторию и таргетированное — на определенные сегменты зрителей: кино для девочек, для взрослых, "не для всех" и т.д. Есть и концентрированное кинопроизводство, которое ориентируется на какие-то специфические узкие сегменты, например фестивальное кино, которое редко становится хитом кинопроката», — отмечает Николай Перепелкин, доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Статистические данные Росстата позволяют узнать и размеры финансовых вложений в кинематограф по сравнению с другими отраслями. Так, расходы консолидированного бюджета РФ на социально-культурные мероприятия в 2018 году составили 20,382 трлн рублей. Из них на культуру, кинематографию — 528,2 млрд рублей, или 2,6%. Для сравнения: на образование — 18%, на здравоохранение — 16,3%, на социальную политику — 60,8%, на физкультуру и спорт — 1,6%, на СМИ — 0,7%.

Отметим, что важность статистики подчеркивалась и в самом отечественном кинематографе. В сценарии фильма «Служебный роман» (по пьесе Эльдара Рязанова и Эмиля Брагинского «Сослуживцы») были такие слова: «Если бы не было статистики, мы бы даже не подозревали о том, как хорошо мы работаем». Директор Калугина отмечала: «Делом надо заниматься серьезно или не заниматься им вообще. Статистика — это наука, она не терпит приблизительности». Другой главный герой, Новосельцев, признавался: «Так я вообще люблю свою профессию. Я считаю, что без статистики вообще не жизнь».

*Всероссийская перепись населения пройдет с 1 по 30 апреля 2021 года с применением цифровых технологий. Главным нововведением предстоящей переписи станет возможность самостоятельного заполнения жителями России электронного переписного листа на портале Госуслуг (Gosuslugi.ru). При обходе жилых помещений переписчики будут использовать планшеты со специальным программным обеспечением. Также переписаться можно будет на переписных участках, в том числе в помещениях многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг «Мои документы».*

### **Медиаофис ВПН-2020**

[media@strana2020.ru](mailto:media@strana2020.ru)

[www.strana2020.ru](http://www.strana2020.ru)

+7 (495) 933-31-94

<https://www.facebook.com/strana2020>

<https://vk.com/strana2020>

<https://ok.ru/strana2020>

<https://www.instagram.com/strana2020>

[youtube.com](https://youtube.com)

