



# theskyisrising

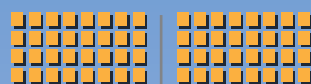
РЕГИОНАЛЬНОЕ  
ИССЛЕДОВАНИЕ

Майкл Мэсник (Michael Masnick)  
Майкл Хоу (Michael Ho)



## КНИГИ

КНИГОИЗДАНИЕ  
ДОСТИГЛО  
НЕБЫВАЛЫХ  
МАСШТАБОВ



1995 г.  
327 264

■ = 10 000  
книг

2011 г.\*  
562 633

Данные за 2010  
год по Германии  
и Италии

Выпуск книг по годам  
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ, ИСПАНИЯ,  
ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ

## РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ НА ПОДЪЕМЕ



Общий европейский  
рынок электронных книг

Данные по странам

ГЕРМАНИЯ	▲ 77% (2010-11)
ФРАНЦИЯ	▲ 315% (2010-11)
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	▲ 54% (2010-11)
ИТАЛИЯ	▲ 740% (2010-11)
РОССИЯ	▲ 30% (2009-10)
ИСПАНИЯ	▲ 37% (2010-11)

## ИГРЫ

ЕВРОПЕЙЦЫ ВСЕ  
БОЛЬШЕ  
УВЛЕКАЮТСЯ  
ВИДЕОИГРАМИ



2008 г.  
40 млн евро

▲ = 1 млн  
любителей  
видеоигр

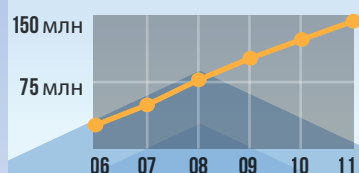
2010 г.  
95 млн евро

Общее число любителей  
видеоигр в Европе

1/4 взрослого населения  
играла в видеоигры  
за последние полгода  
(2010 г.).

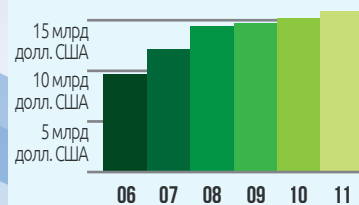
Видеоигры нравятся не только  
молодежи. В них играет почти  
30% людей в возрасте от 30 до  
49 лет.

Количество игровых  
приставок в Европе,  
2006–2011 гг.



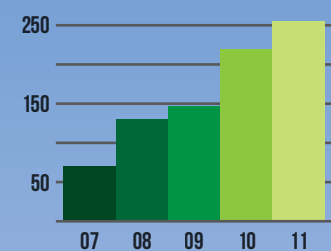
РОСТ ДОХОДОВ  
НАБЛЮДАЕТСЯ ВО  
ВСЕХ СТРАНАХ

Общие доходы  
индустрии видеоигр  
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ,  
ИСПАНИЯ, ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ



## МУЗЫКА

КАЖДЫЙ ГОД  
ПОЯВЛЯЕТСЯ ВСЕ  
БОЛЬШЕ  
АВТОРИЗОВАННЫХ  
СЕРВИСОВ



Количество  
авторизованных  
музыкальных сервисов  
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ, ИСПАНИЯ,  
ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ

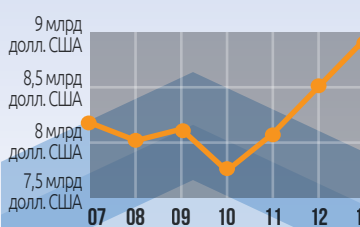
РОСТ ДОХОДОВ ОТ  
МУЗЫКАЛЬНЫХ  
ВЫСТУПЛЕНИЙ

Данные по странам  
ПРОГНОЗ НА 2013 Г. И ИЗМЕНЕНИЯ С 2007 Г.

ГЕРМАНИЯ	– 2,16 млрд долл. США	▼ 20%
ФРАНЦИЯ	– 1,2 млрд долл. США	▲ 15%
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	– 2,69 млрд долл. США	▲ 10%
ИТАЛИЯ	– 800 млн долл. США	▲ 15%
РОССИЯ	– 1,47 млрд долл. США	▲ 105%
ИСПАНИЯ	– 654 млн долл. США	▲ 11%

Доходы от  
выступлений  
Прогноз на 2013 г.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ, ИСПАНИЯ,  
ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ



## ВИДЕО

РЕКОРДНЫЙ ГОД  
ДЛЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ  
КИНОИНДУСТРИИ

6,4 млрд евро

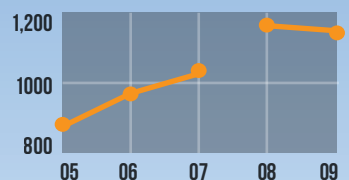
Общие кассовые сборы в Европе, 2011 г.

▲ 0,7% с 2010 г.

1285 Количество европейских  
художественных фильмов,  
выпущенных в 2011 году

Данные по странам

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ, ИСПАНИЯ,  
ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ



Данные по странам

ОБЩЕЕ ЧИСЛО ЗА 2009 Г. И ИЗМЕНЕНИЯ С 2005 Г.

ГЕРМАНИЯ	– 216	▲ 48%
ФРАНЦИЯ	– 230	▼ 4%
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	– 126	▲ 19%
ИТАЛИЯ	– 131	▲ 34%
РОССИЯ	– 253	▲ 57%
ИСПАНИЯ	– 186	▲ 31%

ТЕЛЕИНДУСТРИЯ  
НА ПОДЪЕМЕ

Доходы телеиндустрии  
на всех исследуемых  
рынках

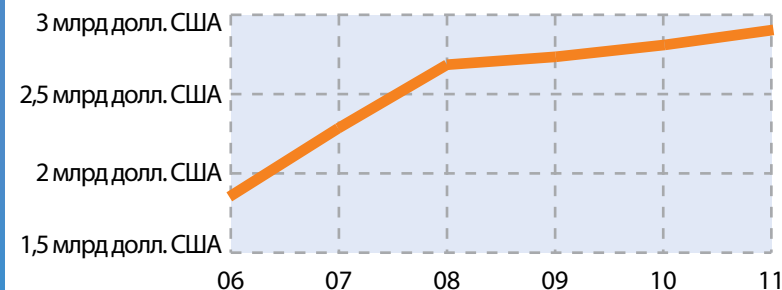
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ, ГЕРМАНИЯ, ИСПАНИЯ,  
ИТАЛИЯ, РОССИЯ, ФРАНЦИЯ



## Видеоигры

Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC



## Музыка

Авторизованные музыкальные  
интернет-сервисы

2007

11

2011

68

▲ 518%

Доходы от цифровой м  
узыки, 2011 г.

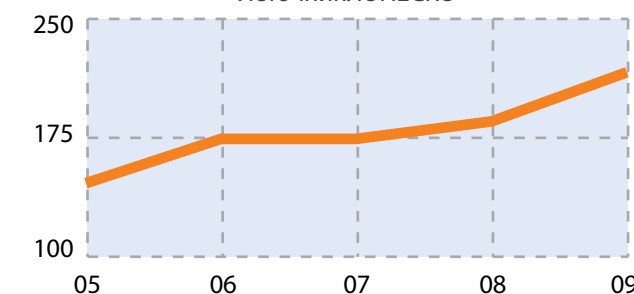
247 млн евро ▲ 21%

Источник: BMVI

## Видео

Количество выпущенных фильмов

Источник: ЮНЕСКО



Общие кассовые сборы, 2012 г.

900 млн евро ▲ 4,1%

## Книги

Количество выпущенных книг

Источник: ЮНЕСКО

1995

74 174

2010

95 838

▲ 29%

Доходы книжной  
индустрии, 2010 г.

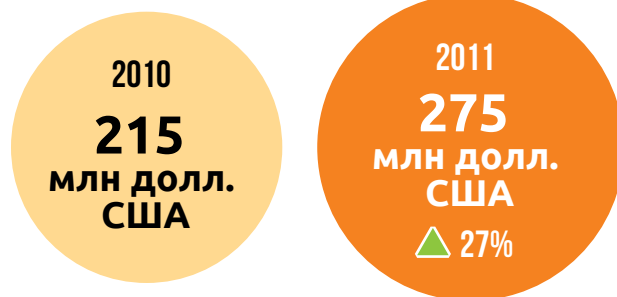
6,3 млрд  
долл. США ▲ 5% за 2008 г.

» Согласно исследованию Börsenverein, в  
2010 году 540 000 человек приобрели 2  
млн электронных книг.

## Музыка

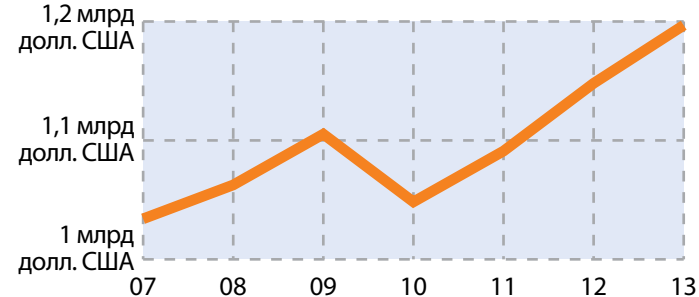
### Доходы от цифровой музыки

Источник: IFPI



### Доходы от выступлений

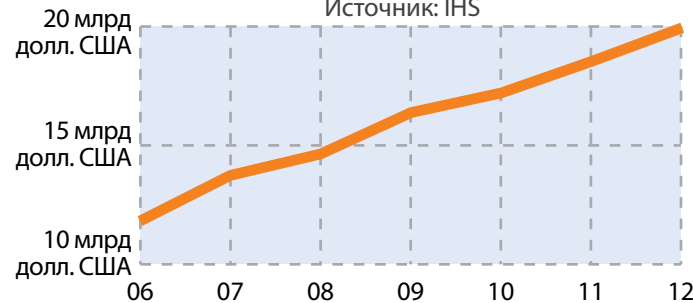
Прогноз на 2013 г. Источник: PwC



## Видео

### Доходы телеиндустрии

Источник: IHS

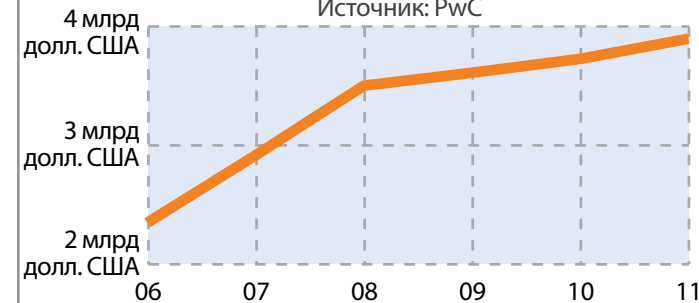


Рекордные кассовые сборы в 2011 г.  
1,4 млрд евро ▲ 27%

## Видеоигры

### Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC

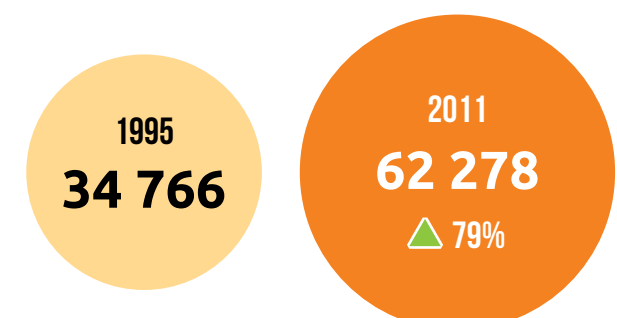


» В отличие от большинства европейских стран во Франции политика налоговых послаблений для разработчиков видеоигр применяется с 2007 года.

## Книги

### Количество выпущенных книг

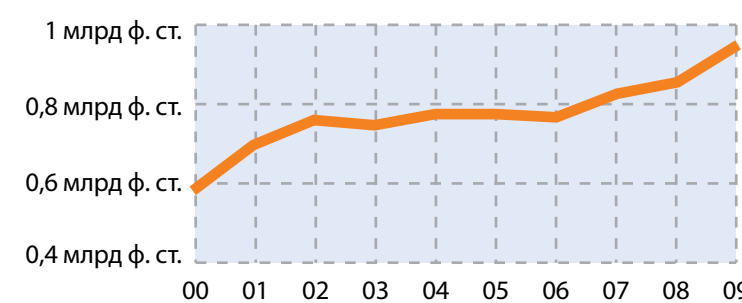
Источник: ЮНЕСКО



» Франция одной из первых в Евросоюзе пошла на сокращение НДС для электронных книг. Это было сделано для того, чтобы уровни продаж электронных и печатных изданий оставались одинаковыми.  
» Доля электронных книг на рынке Франции выросла с незначительных 0,2% в 2010 г. до практически 2% в 2011 г.  
» Несмотря на экономическую нестабильность, доходы от издательского дела в период с 2008 по 2010 гг. уверенно росли.

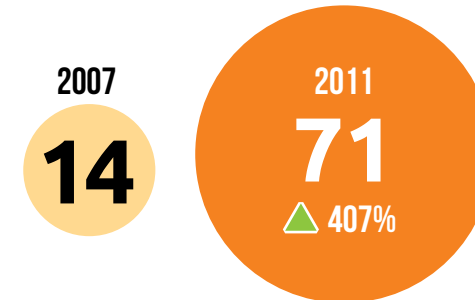
## Видео

### Общие кассовые сборы



## Музыка

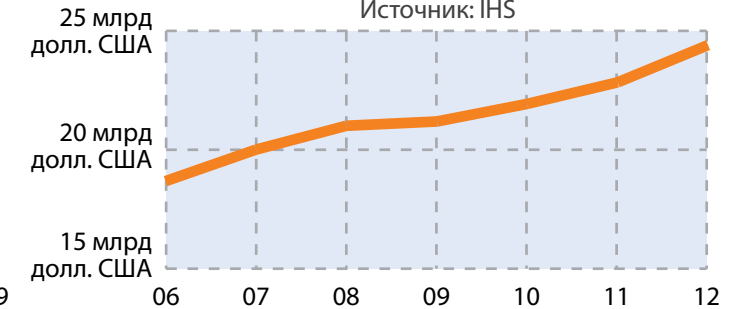
### Авторизованные музыкальные интернет-сервисы



» В Великобритании доходы от продаж цифровой музыки превысили показатели продаж музыки на физических носителях: за 2011–2012 гг. рост составил 2,7.

### Доходы телеиндустрии

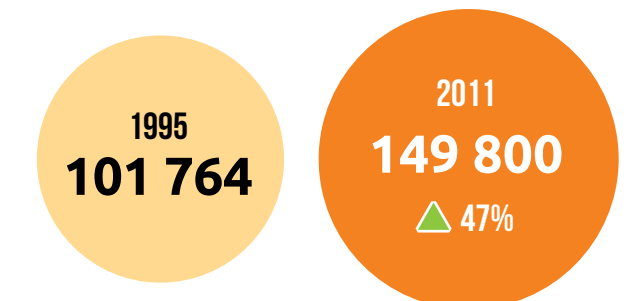
Источник: IHS



## Книги

### Количество выпущенных книг

Источник: ЮНЕСКО

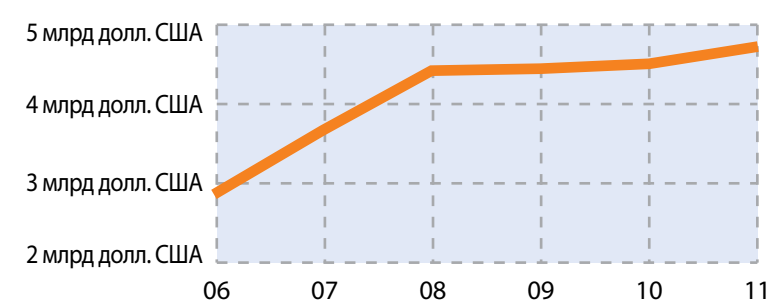


» Доля электронных книг увеличилась с 2–3% в 2010 г. до 7% в 2011 г.

## Видеоигры

### Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC



» Видеоигры имеют наилучшие показатели роста в сфере творческой индустрии Великобритании.  
» На долю видеоигр приходится треть всего экспорта в сфере творческой индустрии.  
» В 2009 году на видеоигры люди потратили больше денег, чем на кинофильмы.

## Музыка

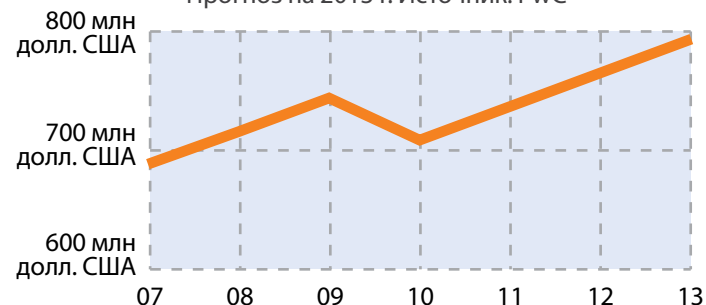
### Доходы от цифровой музыки

Источник: IFPI



### Доходы от выступлений

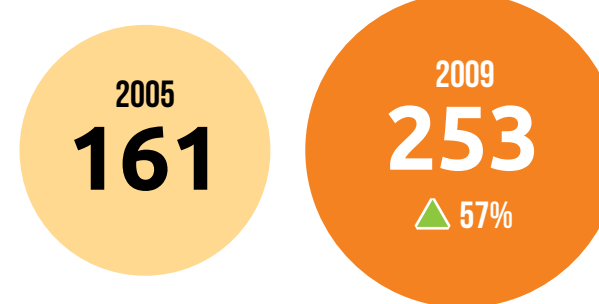
Прогноз на 2013 г. Источник: PwC



## Видео

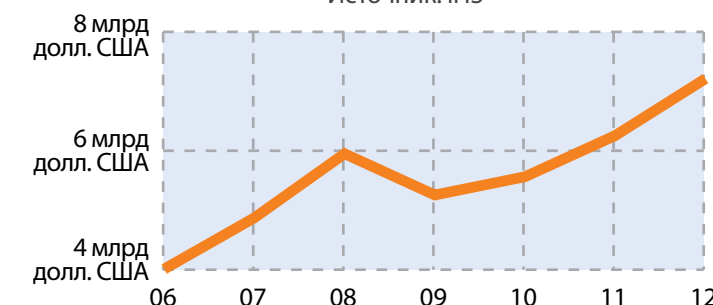
### Количество выпущенных фильмов

Источник: ЮНЕСКО



### Доходы телеиндустрии

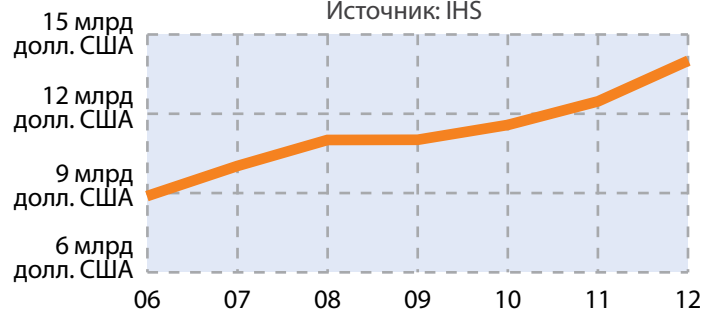
Источник: IHS



## Видео

### Доходы телеиндустрии

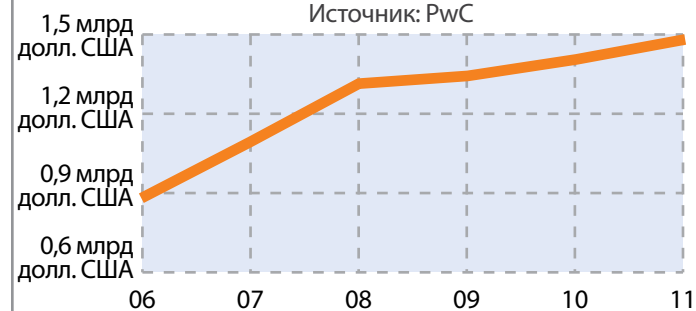
Источник: IHS



## Видеоигры

### Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC



### Выпущено фильмов в 2009 г.

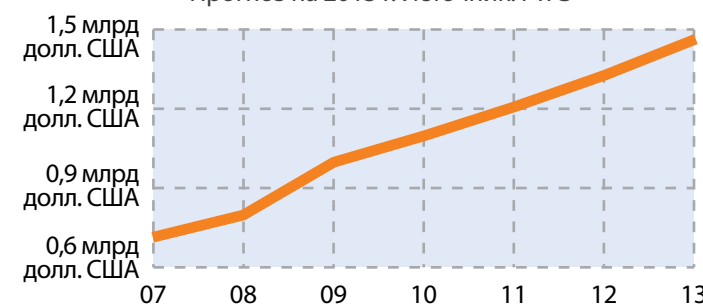
131 ▲ 27% за 2005 г.

» Правительство Италии выступило с предложением ввести для производителей видеоигр налоговые послабления. Однако эта инициатива может противоречить правилам Евросоюза.

## Музыка

### Доходы от выступлений

Прогноз на 2013 г. Источник: PwC

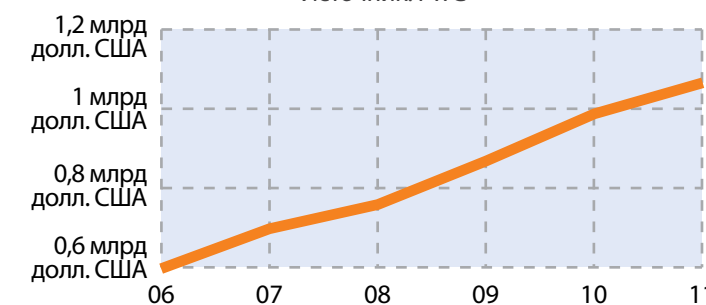


» Доходы от продаж цифровой музыки резко сократились в период с 2010 по 2011 гг. на 41% и составили 43 млн долл. США.

## Видеоигры

### Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC

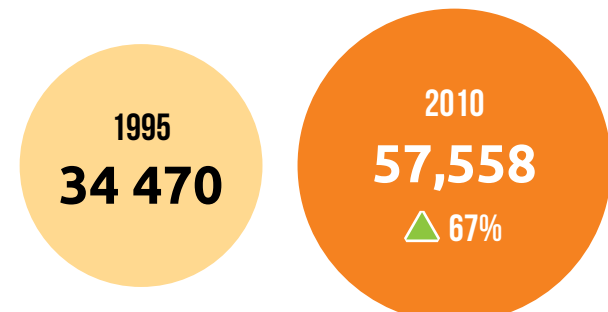


» По данным компании Electronic Arts российский рынок видеоигр выйдет к 2015 году на отметку в 1,5 млрд долл. США.

## Книги

### Количество выпущенных книг

Источник: ЮНЕСКО

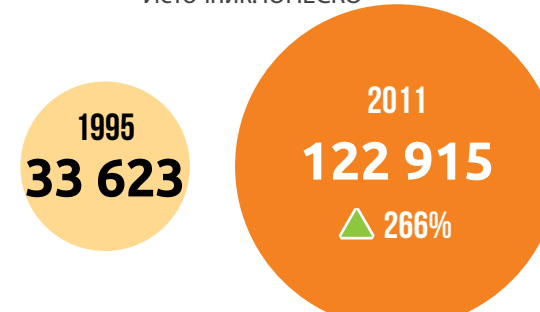


» Доля электронных книг на рынке Италии выросла с менее чем 0,1% в 2010 г. до почти 1% в 2011 г.  
» Несмотря на экономическую нестабильность, доходы от издательского дела в период с 2008 по 2010 гг. уверенно росли.

## Книги

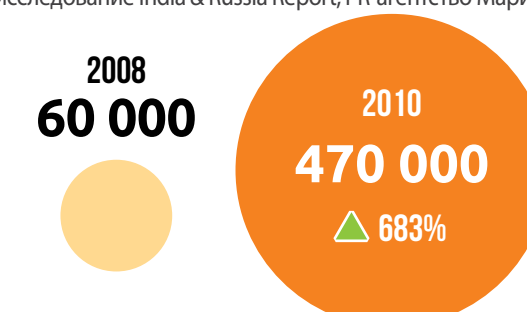
### Количество выпущенных книг

Источник: ЮНЕСКО



### Количество проданных устройств для чтения электронных книг

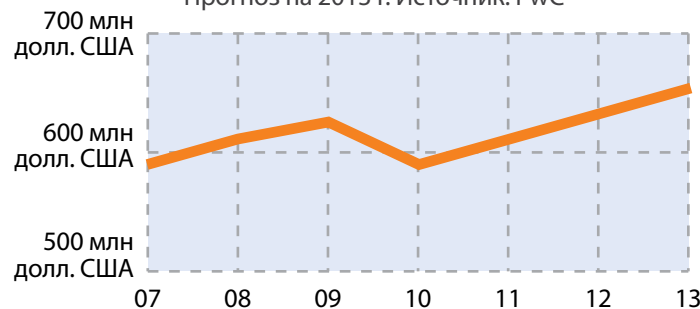
Источники: исследование India & Russia Report, PR-агентство Марины Рожковой



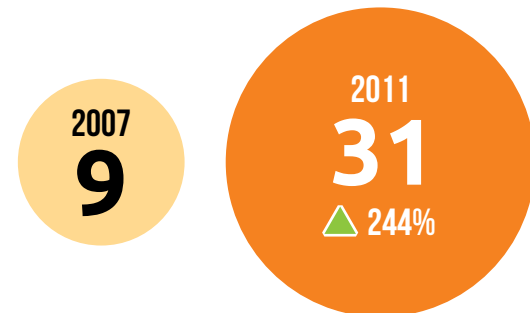
## Музыка

### Доходы от выступлений

Прогноз на 2013 г. Источник: PwC



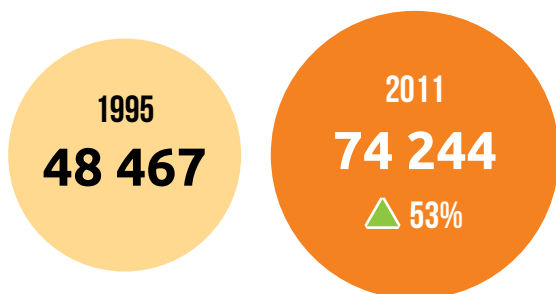
### Авторизованные музыкальные интернет-сервисы



## Книги

### Количество выпущенных книг

Источник: ЮНЕСКО

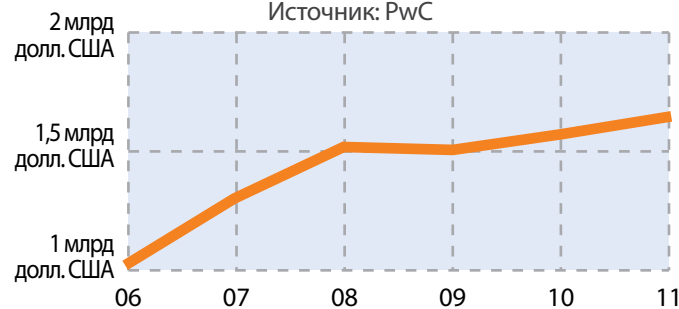


» Во время экономического спада показатели книжной индустрии Испании немного снизились: с 2,3 млрд долл. США в 2008 г. до 2 млрд долл. США в 2010 г.

## Видеоигры

### Доходы индустрии видеоигр

Источник: PwC

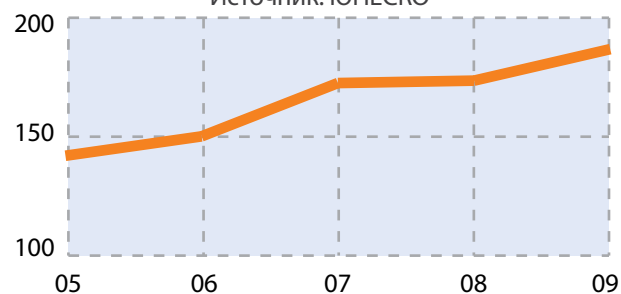


» В 2010 году аудитория видеоигр была следующей: 52% людей принадлежали возрастной группе от 16 до 29 лет, 27% – от 30 до 49 лет (источник: ISFE/GameVision).

## Видео

### Количество выпущенных фильмов

Источник: ЮНЕСКО



» В 2011 году испанский фильм **No Habrá Paz Para Los Malvados** решили распространять по новой схеме, которая зарекомендовала себя успешной: он одновременно вышел в кинотеатрах, на DVD, на платном телевидении и в Интернете.

# Введение

В начале 2012 года вышел в свет наш отчет "The Sky is Rising" ("В стремлении к успеху"), в котором мы рассказали о состоянии мировой индустрии развлечений. Речь шла о музыке, книгах, видео и играх. Мрачные прогнозы не подтвердились: творческая индустрия находится на подъеме. Растут не только доходы каждого ее сектора, но и объем выпускаемой продукции, который порой достигает неслыханных величин.

Мы изучили огромное количество информации, обращая внимание не только на традиционные схемы, но и новые интересные бизнес-модели. Везде отчетливо прослеживалось движение вперед. В то же время мы заметили, что творческим людям очень сложно найти себя в индустрии развлечений. Во-первых, путь к успеху сильно отличается от намеченного, хотя возможностей стало больше, а во-вторых, конкуренция очень велика.

В новом отчете приводится статистика по нескольким странам. Нам было важно понять, одинаковы ли тенденции в разных регионах, поскольку значительное расхождение в показателях может повлиять на совокупные данные. Мы провели анализ шести крупнейших экономик Европы: Великобритании, Германии, Испании, Италии, России и Франции.

Как и предполагалось, конъюнктуры этих стран отличаются друг от друга (некоторые из них крайне неблагоприятны), однако направления развития остаются теми же. И хотя не везде отмечался существенный рост, нет сомнений, что индустрия развлечений за последние десятилетия расширилась не только в плане выпускаемой продукции, но и возможностей. Проблемы в той или иной стране и временные экономические спады не меняют общей картины.

Творческая энергия всегда найдет выход. Никакие препятствия не в силах помешать работе как компаний, так и отдельных представителей творческих индустрий.

1. Музыка .....	2
2. Видео .....	12
3. Книги .....	18
4. Видеоигры .....	26
Источники .....	33
Благодарность .....	34

# 1 МУЗЫКА

Тенденции в музыкальном бизнесе являются знаковыми для представителей творческих индустрий. Развитие цифровой музыки застало звукозаписывающие студии врасплох и внесло сумятицу в классические экономические модели распространения продукции. Существуют данные, которые свидетельствуют о снижении продаж музыки на физических носителях, однако общая картина не так мрачна, и говорить о том, что рынок в опасности, ещё рано. Время не стоит на месте, и музыкантам нужно переходить на новые цифровые технологии и бизнес-модели, оставив в прошлом привычные методы дистрибуции.

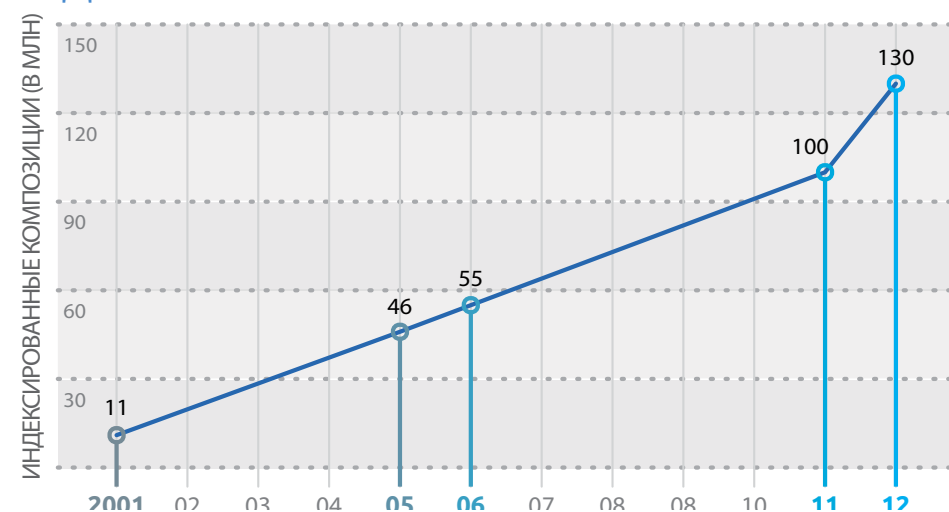
## ▶ ВЫПУСК МУЗЫКИ

В мире выходит столько музыки, сколько никогда ещё не видело свет. К сожалению, очень трудно предоставить информацию о том, сколько композиций выходит ежегодно, но имеющиеся данные сигнализируют о неуклонном росте. К концу XX века в США ежегодно выходило 27 тыс. альбомов. К 2009 году это число увеличилось до 100 тыс., что свидетельствует о троекратном росте производства музыки и соответствует 1 млн композиций в год.

Глобальная база данных организации Gracenote содержит уже 130 млн композиций и из года в год стабильно пополняется на 10–15 млн новых песен. Однако показатель индексирования базы данных не отражает реального темпа выпуска музыки, поскольку Gracenote учитывает как старые композиции, так и только что вышедшие. Тем

не менее, этим цифрам можно доверять, так как организация стремится отслеживать коммерчески популярную и преимущественно актуальную музыку, а не песни десятилетней давности, собранные со всего света. В задачи Gracenote не входит создание полного и исчерпывающего архива выпущенных композиций. Но и та информация, что уже есть, указывает на рост в музыкальной индустрии.

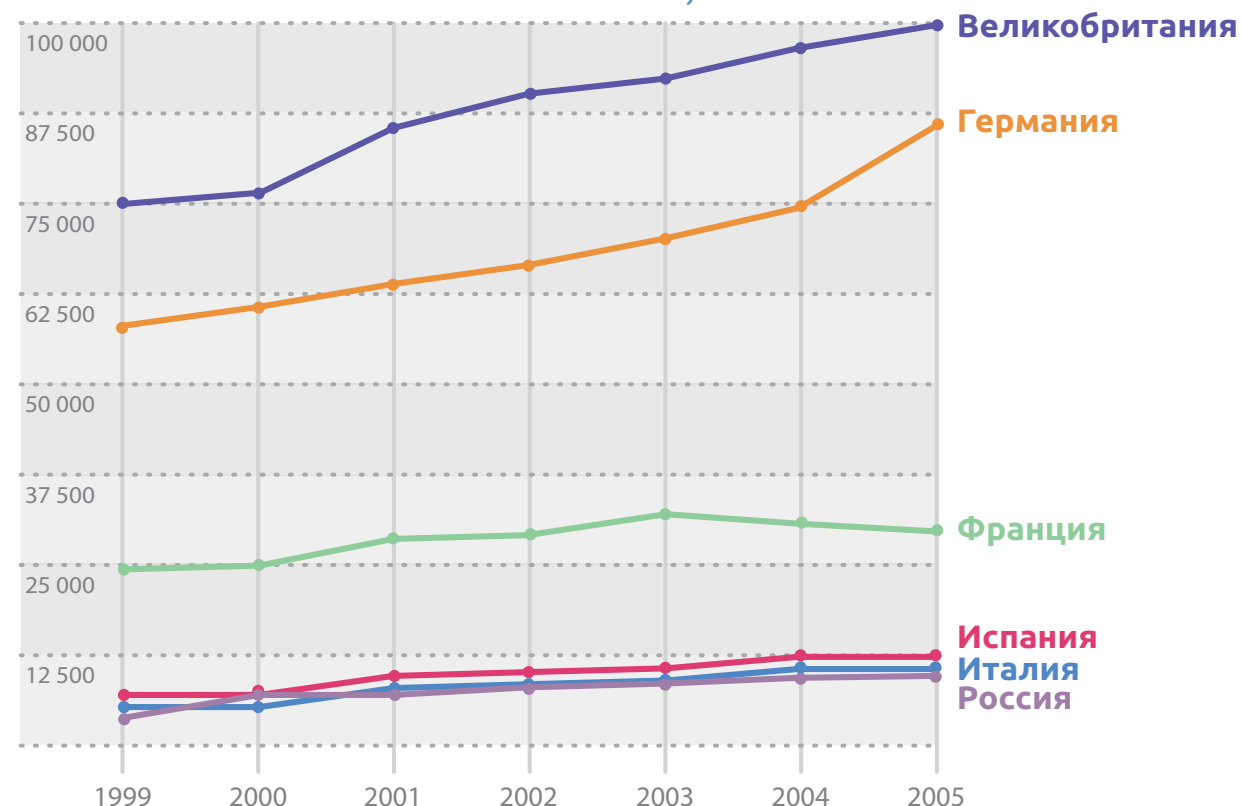
## КОЛИЧЕСТВО КОМПОЗИЦИЙ ПО ДАННЫМ GRACENOTE 2001–12 ГГ.



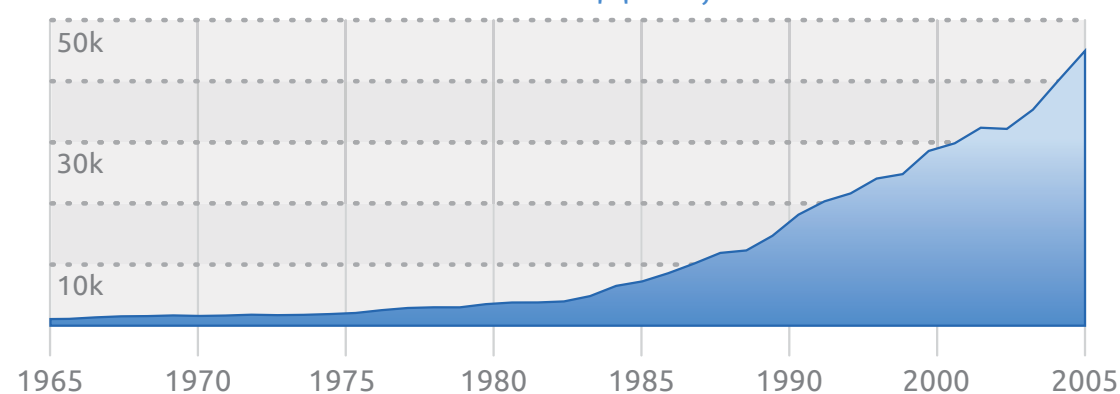
К сожалению, Gracenote – частная организация, а потому она не предоставляет развернутых сведений, отсортированных по странам. В 2007 году другая организация, располагающая метаданными музыкальной индустрии, Last.fm, также закрыла доступ к полным базам. Существуют и другие подобные организации, например MusicBrainz, но их сведения не так точны

и не достигают даже половины того, что содержится в Gracenote. В целом же MusicBrainz сообщает, что география распространения музыки соответствует международным показателям продаж. 26% всех композиций в базе MusicBrainz американского происхождения. На втором месте стоит Великобритания, у нее 13%. Далее идет Германия (10%), Франция (4%) и Италия, Испания и Россия (1–2% на каждую страну). Другая база музыкальных данных, Discogs, содержит информацию о 30 млн песен и демонстрирует такое же географическое разделение, что и MusicBrainz: США – 24%, Великобритания – 20%, Германия – 12%, Франция – 5%, Италия – 5%, Испания – 2%, Россия – 1%. Если допустить, что в последние годы база данных MusicBrainz расширялась с постоянным темпом, она

## ВЫПУСК ПЕСЕН ПО СТРАНАМ, 1999–2005 ГГ.



## ВЫПУСК МУЗЫКИ ПО ГОДАМ, 1965–2005 ГГ.



должна в общих чертах соответствовать истинной картине производства музыки. Согласно имеющимся данным, в последнее время темпы роста увеличивались лишь незначительно, но общая тенденция ясна: производство увеличивается с течением времени.

Однако отметим, что подобные базы данных следят в основном за традиционной, коммерческой музыкой, записываемой на крупных студиях профессиональными независимыми исполнителями. При этом не стоит забывать и об огромном количестве музыкантов-любителей, которые выкладывают свои выступления на YouTube

*Конечно, можно просто исключить из числа официальной музыкальной продукции всех непрофессиональных музыкантов, однако это не поможет точнее рассчитать масштаб музыкальной индустрии или опеределить ее разнообразие.*

Talent и Pop Idol, в Германии – Deutschland sucht den Superstar, во Франции – Nouvelle Star, в Испании – Factor X, в Италии – Amici di Maria De Filippi, а в России – "Народный артист". Все больше восходящих звезд становятся известными благодаря новым медиа-каналам, что вносит неразбериху среди растущего числа юных талантов (неважно, насколько даровитыми они окажутся в итоге), в результате чего становится неясным актуальное состояние индустрии и ее будущее развитие.

Помимо того, что ежегодно появляются все новые и новые песни, мы также становимся свидетелями зарождения

для широкой публики. Как и в ситуации с книгами без ISBN, выпуск которых возрос стремительно на фоне относительной стабильности выхода классических изданий, нетрадиционная музыка в исполнении любителей, просто увлеченных людей или даже компьютера также набирает обороты. Специальные приложения скоро будут писать музыку быстрее любого человека. В этой связи различные исследователи и компании разрабатывают проекты наподобие Darwin Tunes, создавшего тысячи музыкальных вариаций, или Voxonic, способного в автоматическом режиме переводить музыкальные произведения на различные языки мира. Если рассматривать творчество музыкантов-любителей, то одних только кавер-версий на YouTube наберется больше десятка тысяч в месяц, а за годы эта цифра может достичь и нескольких миллионов.

Конечно, можно просто исключить из числа официальной музыкальной продукции всех непрофессиональных музыкантов, однако это не поможет точнее рассчитать масштаб музыкальной индустрии или опеределить ее разнообразие. Стоит также учесть, что все профессиональные музыканты начинали с малого. Потому многие реалити-шоу активно продвигают идею, что любой исполнитель, откуда бы он ни был, может стать поп-звездой с мировым именем. В Великобритании это Britain's Got

новых музыкальных жанров, до этого неизвестных. Анализ музыкальных предпочтений посетителей Last.fm показал, что музыка меняется вместе со вкусами слушателей: она эволюционирует, у нее появляются новые ответвления. Разнообразие музыкальных категорий является доказательством невозможности возвращения к монокультуре. Отделившиеся от основного течения поп-музыки поджанры типа "гангста-рэп" или "эмо-панк", возможно, и не будут так популярны, как рок-н-ролл в 1960-х годах, однако их появление свидетельствует о том, что вырождение музыкальной культуры – событие маловероятное. Находящаяся на подъеме музыкальная индустрия должна и дальше развиваться, должны появляться новые виды звучания. В мире полно доказательств того, что музыка постоянно меняется, причем в направлении, которое мы не в состоянии предугадать.

Мало какие студии звукозаписи будут ориентироваться на взыскательную аудиторию, интересующуюся непопулярными поджанрами, поскольку им гораздо выгоднее иметь массовую поддержку слушателей. Однако широкий ассортимент полезен рынку. У музыкантов ещё никогда не было столько возможностей самореализоваться. Больше трети всех посетителей YouTube смотрят музыкальные видео. Ежемесячные просмотры этих роликов исчисляются миллиардами. Таким образом, в музыкальной индустрии доминирующим звеном все ещё являются хиты: почти 1% всех цифровых песен, представляющих 80% всех доходов от продаж цифровой музыки. Среди всех цифровых альбомов 80% были куплены не больше 100 раз. Разумеется, не каждая песня становится прибыльной, однако сейчас существует гораздо больше возможностей извлекать из них финансовую выгоду. Насыщенный музыкальный рынок открыт для реализации новых бизнес-моделей и маркетинговых стратегий.

## ► ДОХОДЫ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Несмотря на то что в целом музыкальная индустрия развивается, в последние годы продажи CD и других физических носителей значительно замедлились. Речь можно даже вести о спаде. Сейчас рынок ориентируется прежде всего на распространение цифровой музыки. Доходы этого сектора догоняют показатели продаж музыкальных произведений на физических носителях. Обратите внимание: под термином "цифровая музыка" понимается распространение композиций в электронном формате, а не сектор музыкальной индустрии. В 2004 г. доходы от продаж цифровой музыки в США уже выглядели впечатляюще – 190 млн долл. США. По данным RIAA, к 2001 г. они достигли почти 3,5 млрд долл. США. Предполагается, что мировые доходы цифрового рынка будут увеличиваться на 15% в год – с 10 млрд долл. США в 2011 г. до 22,5 млрд долл. США в 2017 г.

В Великобритании впервые в истории доходы от реализации цифровой музыки превзошли показатели традиционных каналов продаж. Глава Британской ассоциации производителей фонограмм (BPI) Джефф Тейлор отметил: "Это событие является вехой в развитии музыкального бизнеса. Британские звукозаписывающие студии решили сосредоточиться на цифровых форматах, они поддерживают инновации и лицензируют больше онлайн-сервисов для мобильных устройств, чем в любой другой стране".



ПОКАЗАТЕЛИ:  
**ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

В Великобритании ежегодный рост доходов от продаж цифровой музыки превысил показатели для распространения на физических носителях.

ДОХОДЫ  
МУЗЫКАЛЬНОЙ  
ИНДУСТРИИ,  
1-Й КВАРТАЛ 2011 Г. –  
1-Й КВАРТАЛ 2012 Г.

**2,7%**

## ДОХОДЫ ОТ ЦИФРОВОЙ МУЗЫКИ

Страна	2010 г.	2011 г.
Франция	215 млн долл. США	275 млн долл. США ▲ 27%
Италия	42 млн долл. США	49 млн долл. США ▲ 16%
Россия	73 млн долл. США	43 млн долл. США ▼ 41%
Испания	44 млн долл. США	44 млн долл. США –

французского цифрового рынка выросли почти на 28% – с 215 млн до 275 млн долл. США. Показатели Италии за тот же период составили 16%: рост с 42 млн до 49 млн долл. США. Однако в Испании роста доходов цифрового рынка не наблюдается. По сообщениям IFPI, в 2010–2011 годах они равнялись 44 млн долл. США. Доходы от цифровых продаж в России резко упали – на 41%: с 73 млн долл. США в 2010 году до 43 млн долл. США в текущем. Правда, остается некоторая надежда на мобильные услуги. Несмотря на негативную ситуацию на российском рынке, Apple намерен запустить русскую версию iTunes в ближайшие месяцы. Также в России недавно появился французский сервис потоковой передачи музыки – Deezer. Глава этой компании, Аксель Доше (Axel Dauchez), ожидает трехкратное увеличение российского цифрового рынка с ежегодным удвоением показателей в течение следующих пяти лет. Очевидно, что спрос на музыку в России ещё существует, однако необходимо, чтобы музыкальные компании нашли подход к российской аудитории: это могут быть подписки и/или бесплатное прослушивание песен, например основанное на встроенной рекламе.

Можно списать спад в продажах на пиратство и распространение музыки в социальных сетях, однако это не до конца объясняет, почему пиратство стало проблемой для России так внезапно. Другие предположения строятся на спаде в спросе на рингтоны, также причисляемые к цифровой музыке, и растущей популярности смартфонов, которые нанесли серьезный ущерб рынку рингтонов. Примечательно, что за последние пять лет в России так и не развились авторизованные музыкальные сервисы. Их по-прежнему около десятка, в то время как в других странах за тот же период их число удвоилось или даже утроилось. Можно сделать вывод о недостатке инвестирования в российские музыкальные сервисы, поскольку музыкальное лицензирование считается трудоемким процессом и замедляет развитие цифровых рынков. В любом случае нет оснований утверждать, что в России стали меньше слушать музыку или что цифровые форматы не пользуются популярностью, поэтому резкое снижение доходов, возможно, уходит своими корнями гораздо глубже.

Недавняя ситуация на испанском и российском рынках могут быть временным явлением, поэтому выводы,

К тому же английские музыканты получают больше роялти от песен, изданных в цифровых форматах, – 3,2% по данным на 2011 г. Потоковая музыка и цифровые альбомы – успешно развивающиеся сегменты. Их доход практически удвоился с начала 2012 г.

Федеральная ассоциация музыкальной индустрии Германии (BVMI) также сообщает об уверенном росте доходов от продаж цифровой музыки – 21% в 2011 году или 247 млн евро. Как и в Великобритании, США и Франции, в Германии люди приобретают цифровые альбомы наряду с отдельными композициями, так что опасения, что само понятие "альбом" может исчезнуть, можно считать неоправданными.

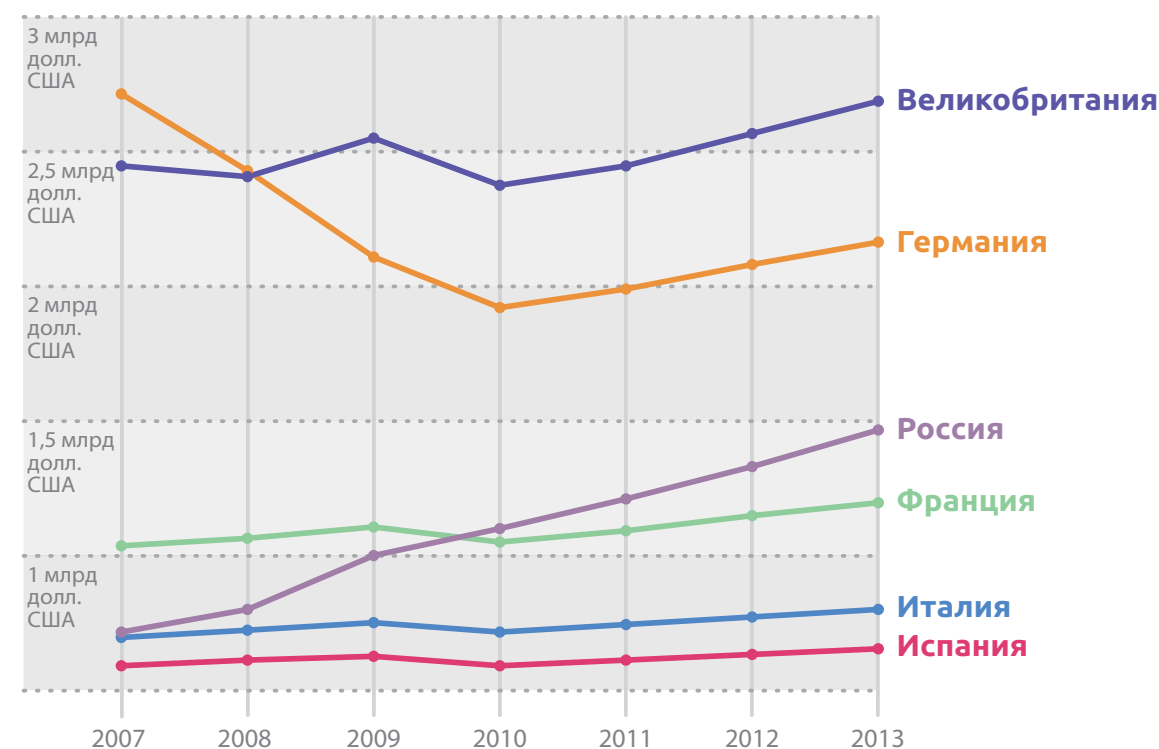
По данным Международной федерации производителей фонограмм (IFPI), за год доходы

сделанные на основании одних только этих показателей, также могут не отражать действительности. Показатели доходов несомненно очень важны, однако они не всегда способны указать верный путь решения проблемы. В ответ на эту ситуацию Роб Уэллс (Rob Wells), глава отделения мирового цифрового бизнеса Universal Music Group, недавно сделал такое заявление: "Испания, которая должна быть кладью песен для Южной Америки и латиноамериканского сегмента США, – в действительности мертвый рынок". Уэллс не учитывает, тем не менее, общей картины музыкальной индустрии, а рассматривает только один источник доходов. Испания и Россия – страны с богатой культурой и обширными музыкальными традициями. Нельзя оценивать их значение, просто посмотрев на количество заработанных денег. Гораздо важнее то, какое влияние они оказывают на мировую экономику.

Живые выступления зарекомендовали себя как успешно развивающийся сегмент рынка. Считается, что доход от продажи билетов является более стабильным для многих исполнителей, поскольку ощущения от концерта и прослушивания пиратских записей качественно отличаются и всегда найдутся те, кто не захочет довольствоваться малым. Данные о доходах, отсортированные по странам, весьма противоречивы ввиду глобальных масштабов организаций, занимающихся устройством концертов, однако некоторая статистика все же существует и свидетельствует о стабильности и успешности данного сектора.

Pollstar сообщает, что 50 главных музыкальных туров 2009 года принесли рекордные 3,34 млрд долл. США.

## ДОХОДЫ ОТ КОНЦЕРТОВ, 2007–2013 ГГ.






С того времени доходы 50 основных турне составили 2,93 млрд долл. США в 2010 г. и 3,07 млрд долл. США в 2011 – спад по сравнению с 2009 г., но цифры тем не менее весьма впечатляющие, учитывая нестабильную экономическую ситуацию и тот факт, что групп в мире гораздо больше, чем 50. В Северной Америке 100 самых популярных групп заработали в турне 730 млн долл. США за 2005 г., 2,5 млрд долл. США за 2009 г. и 2,25 млрд долл. США за последующие. Весь американский рынок увеличился в три раза с 1,5 млрд долл. США до 4,6 млрд долл. США в период с 1999 по 2009 гг. В Германии, по сообщению Billboard и двух лидирующих концертных организаций (DEAG и MLK), доходы от живых выступлений в 2007 г. составили рекордные 3,6 млрд долл. США, в 2010 г. сократились до 3 млрд долл. США, а в 2011-м вновь взлетели до 3,5 млрд долл. США.


На основе совокупности данных PwC заявляет, что доходы немецкого рынка концертов и музыкальных фестивалей оценивались в 2007 году в 2,7 млрд долл. США, а за последние пару лет снизились до 2 млрд долл. США. В Великобритании, по сообщению той же организации, доходы от концертов увеличились в четыре раза с 600 млн долл. США в 2000 г. до 2,4 млрд долл. США в 2010 и 2011 гг. Рекордным стал 2009 год: 2,6 млрд долл. США от проданных билетов. Показатели России составили 700 млн долл. США в 2007 г. и 1,2 млрд долл. США в прошлом. Франция демонстрировала примерно одинаковые результаты за тот же период. Ее доходы немного превысили 1 млн долл. США за 2007–2011 гг. В Италии продажи билетов увеличились с 700 млн долл. США в 2007 г. до 740 млн долл. США в 2011 г., а в Испании с 600 млн до 610 млн долл. США.

Помимо продажи записей и билетов на концерты, важным источником доходов являются всевозможные организации коллективного управления авторскими и смежными правами, которые зарабатывают деньги на связанных с индустрией процедурах, таких как лицензирование, получение прав на выступление, сбор за частное копирование и многое другое (в Европе, в отличие от США, они все систематизированы). Общая картина такова, что тенденция за последнее десятилетие шла и продолжает идти по пути развития. Международная

 **ПОКАЗАТЕЛИ:**  
**ГЕРМАНИЯ**

**Доходы от распространения GEMA:**

1998 Г.: **645,5 МЛН ЕВРО**      2010 Г.: **735,9 МЛН ЕВРО**

 **ПОКАЗАТЕЛИ:**  
**ФРАНЦИЯ**

**Доходы SACEM:**

2008 Г.: **756 МЛН ЕВРО**      2011 Г.: **820,5 МЛН ЕВРО**

конфедерация обществ авторов и композиторов (CISAC), в состав которой входят крупнейшие мировые организации управления авторскими правами, сигнализирует о неуклонном увеличении денежных средств, получаемых от продажи авторских прав и распространяемых среди музыкантов. В последнем годовом отчете организации говорится о "стабильном росте сбора средств за последние семь лет и о двукратном увеличении за последние 15 лет" (с 3,612 млрд долл. США в 1995 г. до 7,545 млрд долл. США в 2010 г.). По данным CISAC, темпы роста в основном носили положительный характер, за исключением 2002 и 2003 гг. В последнем отчете за 2010-й год отмечается, что он стал самым успешным по уровню доходов.

Однако речь идет не об одном секторе индустрии. На фоне роста записываемой музыки наблюдалось повсеместное увеличение показателей на 2,7% с

2009 по 2010 года, даже если продажи дисков были не всегда эффективными. Другие направления бизнеса развивались даже быстрее. Доходы от предоставления прав на копирование выросли за 2010 г. на 20% по сравнению с предыдущим годом, и большая их часть, по сообщению организации, пришлось на Западную Европу. В том же году увеличилась ставка роялти, составив 7,5%. Это важный показатель, так как на роялти от живых выступлений приходится 73% доходов CISAC.

Рассматривая Европу более детально, можно наблюдать значительный и устойчивый рост. Немецкая организация GEMA демонстрирует стабильный рост доходов от распространения музыки: с 645,5 млн евро в 1998 г. до 735,9 млн евро в 2010-м. Несмотря на небольшое отклонение от графика в 2007 и 2008 годах, темпы роста оставались впечатляющими.

Французская SACEM, к сожалению, не предоставляет подробной информации о своей дистрибуции и важных статистических данных. Однако то, что все же удалось от нее получить, свидетельствует о похожей ситуации относительно общих сборов (число, превосходящее дистрибуцию). В 2008 году они исчислялись 756 млн евро, а в 2011 – 820,5 млн. Стоит отметить, что наилучшие показатели пришлось на развитие интернет-сегмента: 178% с 2010 по 2011 год. Сборы интернет- и мультимедиа-секторов все ещё составляют малую долю рынка (18,3 млн евро), однако их темп развития выглядит весьма многообещающим.

В Великобритании картина примерно та же. Британская организация PRS for Music сообщает о серьезном росте в сборах и дистрибуции в период 2005–2010 годов с одним небольшим отклонением в 2009–2010 годах. В 2005 году PRS заработала 271,3 млн ф. ст. за распространение прав и 212,4 млн ф. ст. за роялти, что вместе составило 483 млн ф. ст. В 2010 году цифры были следующими: 399,1 млн ф. ст. за права и 166,8 млн ф. ст. за роялти. Итого 565,9 млн ф. ст. PRS отвечает за сборы авторов песен, композиторов и издателей. Похожая организация, PPL, занимается сборами исполнителей. Она также сообщает о внушительном росте: 55,6 млн ф. ст. в 2000 году и

 **ПОКАЗАТЕЛИ:**  
**ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

**Доходы PRS от распространения музыки:**

2005 Г.: **483 МЛН Ф. СТ.**      2010 Г.: **565,9 МЛН Ф. СТ.**

**Доходы PPL от концертов:**


2005 Г.: **75,4 МЛН Ф. СТ.**      2010 Г.: **124,1 МЛН Ф. СТ.**

 **ПОКАЗАТЕЛИ:**  
**ИСПАНИЯ**

**Доходы от распространения SGAE:**

1998 Г.: **295 МЛН ЕВРО**      2010 Г.: **340,1 МЛН ЕВРО**

В 2011 году организацию SGAE обвинили в том, что миллионы евро из фондов, предназначенных для музыкантов, были направлены на личные счета руководителей. После этого в ее офисе прошли обыски.

 **ПОКАЗАТЕЛИ:**  
**РОССИЯ**

**Доходы РАО:**

2005 Г.: **1,1 МЛРД РУБ.**      2010 Г.: **2,7 МЛРД РУБ.**

130,8 млн ф. ст. в 2011. Если мы сравним показатели PRS for Music и PPL, то увидим, что последняя распределила 75,5 млн ф. ст. в 2005 году и 124 млн ф. ст. в 2010. Сложив эти суммы за указанные периоды, мы получим цифру, равную 558,4 млн ф. ст. в 2005 году и 690 млн ф. ст. в 2010.

В Испании организация SGAE заработала 295 млн евро в 2004 году, а в 2011 уже 340,1 млн евро. Стоит, однако, заметить, что в 2011 году SGAE была обвинена в том, что миллионы евро лицензионных вознаграждений из фондов, предназначенных для музыкантов, были перенаправлены на личные счета руководителей. После этого в ее офисе прошли обыски.

Итальянское общество авторов и издателей (SIAE) неохотно делится информацией о своих сборах, но и по имеющимся данным видно, что его доходы стабильно росли с 2007 по 2009 год: с 782 млн евро до 821 млн евро. В 2010 и 2011 годах сборы снизились до уровня 2007 года – 787 млн евро.

В России показатели сборов уверенно росли. В 2005 году организация РАО получила 1,1 млн руб., а в 2010 году – 2,7 млн руб. Как и везде, темпы роста были в основном положительными с незначительным отклонением от пикового показателя в 2,8 млн руб. в 2009 году.

Данные организаций по управлению правами свидетельствуют об уверенном и значительном росте в сборах и распределениях средств во всех перечисленных выше странах, даже несмотря на серьезные экономические проблемы во всем мире и Европе в частности.

## ▶ МУЗЫКАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ

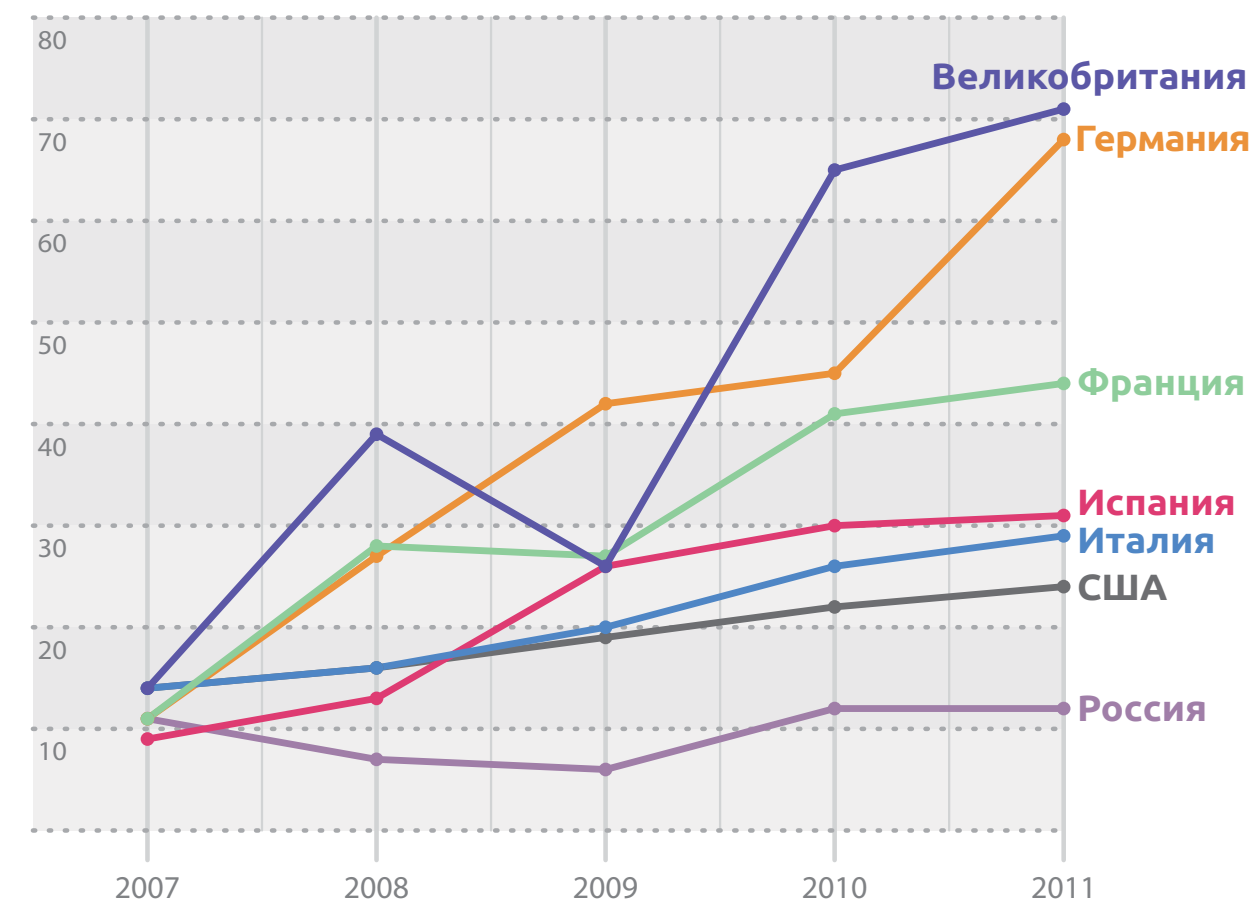
Технологический прогресс внес неразбериху в функционирование некоторых каналов мультимедийного распространения, однако он может породить и новые обширные рынки. По всему миру насчитывается около 500 авторизованных музыкальных сервисов, предлагающих цифровую музыку, в 58 странах (ещё год назад их было всего 30). На главных рынках их число также увеличивается. В США в 2011 году количество сервисов составило несколько десятков, хотя ещё пять лет назад их было всего 14. В Великобритании, по последним данным, функционируют 70 сервисов (14 в 2007 году). В Германии их число увеличилось с 11 в 2007 г. до 68 в 2011 г. Франция в 2007 г. располагала всего 11 сервисами, а за последний год их стало 44. Что касается Испании, то она начала с 9 в 2007 году и достигла цифры в 31 сервис к 2011-му. Италия за тот же период продвинулась с 14 до 29 сервисов. И, наконец, Россия: 11 сервисов в 2007 году и 12 четыре года спустя.

Многим новым музыкальным компаниям приходится сталкиваться с запутанными процедурами получения прав на интеллектуальную собственность. Глава Deezer Аксель Доше (Axel Dauchez) проводил переговоры с 80 организациями управления прав и четырьмя крупными звукозаписывающими студиями. По его словам, процесс был крайне утомительным. Его сервис, предоставляющий музыкальные подписки, выбрали лишь из-за быстроты подписания контракта. Spotify, Pandora и другие похожие компании прошли через такие же тернии с разной степенью успеха. Большинство из них были вынуждены платить непомерно высокие роялти, чтобы продолжить свою деятельность. Несмотря на то что владельцы музыкальных сервисов постоянно сталкиваются с подобными проблемами, новые бизнес-модели активно развиваются. Так, студии и исполнители садятся за стол переговоров, чтобы увеличить поступления дохода от всех видов цифрового распространения своей продукции, например

посредством вещания на интернет-радиостанциях.

Стараясь избежать трудностей, связанных с контрактными обязательствами, некоторые музыканты выбирают коллективное финансирование. Джинджер Уайлдхарт выпустил альбом, который превзошел по продажам записи Рианны и группы Coldplay, и утвердился в десятке лучших хитов британских чартов. Рекордно низкий бюджет пластинки (по сравнению с остальными лейблами) не помешал ей стать успешной. Фанаты всего за несколько часов собрали для артиста 200 тыс. ф. ст. Сейчас появляется все больше независимых музыкантов, которые используют модель прямого финансирования от фанатов. Таким образом, количество посредников резко сокращается, а исполнитель получает не только больше контроля над собственным творчеством, но и основную часть доходов.

АВТОРИЗОВАННЫЕ МУЗЫКАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ, 2007–2011 ГГ.



Такая модель подходит не всем, однако уже тот факт, что у артистов стало больше способов заработать себе на жизнь, внушает оптимизм всем представителям музыкальной индустрии. Отсутствие финансовых препятствий открывает широкие возможности для творчества и способствует укреплению музыкального бизнеса в целом. Доходы и расходы музыкантов могут увеличиваться или уменьшаться, но музыкальная культура никуда от этого не исчезнет. Чем больше индивидуальных проектов, тем легче развивать новые уникальные течения и стабилизировать положение музыкальной отрасли.

## 2 ВИДЕО

Видеоиндустрия многогранна. Она включает в себя традиционное кино и фильмы, телевидение и разнообразные цифровые видеоформаты. Каждая из категорий основывается на специфических ей методах съемки и применяемых бизнес-моделях. Тенденция, ведущая нас из аналогового мира в цифровую вселенную, открывает широкие возможности цифрового распространения всех типов видео и привлечения более широкой аудитории. Полнометражные фильмы теперь можно посмотреть не только по телевизору, но также на обычном компьютере и мобильном устройстве. Наблюдается и обратное явление: короткие видео, ставшие вирусными в Интернете, появляются на экранах ТВ или в залах кинотеатров. В целом видеоиндустрия переживает беспрецедентный подъем, а доступ к контенту становится день ото дня все проще.

### ► ПРОИЗВОДСТВО ФИЛЬМОВ

ЮНЕСКО отслеживает различные процессы в сфере культуры, в том числе и производство фильмов. По данным этой организации, мировое производство полнометражных фильмов в период между 2005 и 2009 годами (когда проводилось исследование) увеличилось. Эти результаты нельзя назвать исчерпывающими, но так или иначе они демонстрируют значительное увеличение выпущенных фильмов: 5600 в 2005 г. и 7200 в 2009 г. Если рассматривать рынок по странам, в США в 2005 и 2009 годах вышло примерно по 700 художественных фильмов,

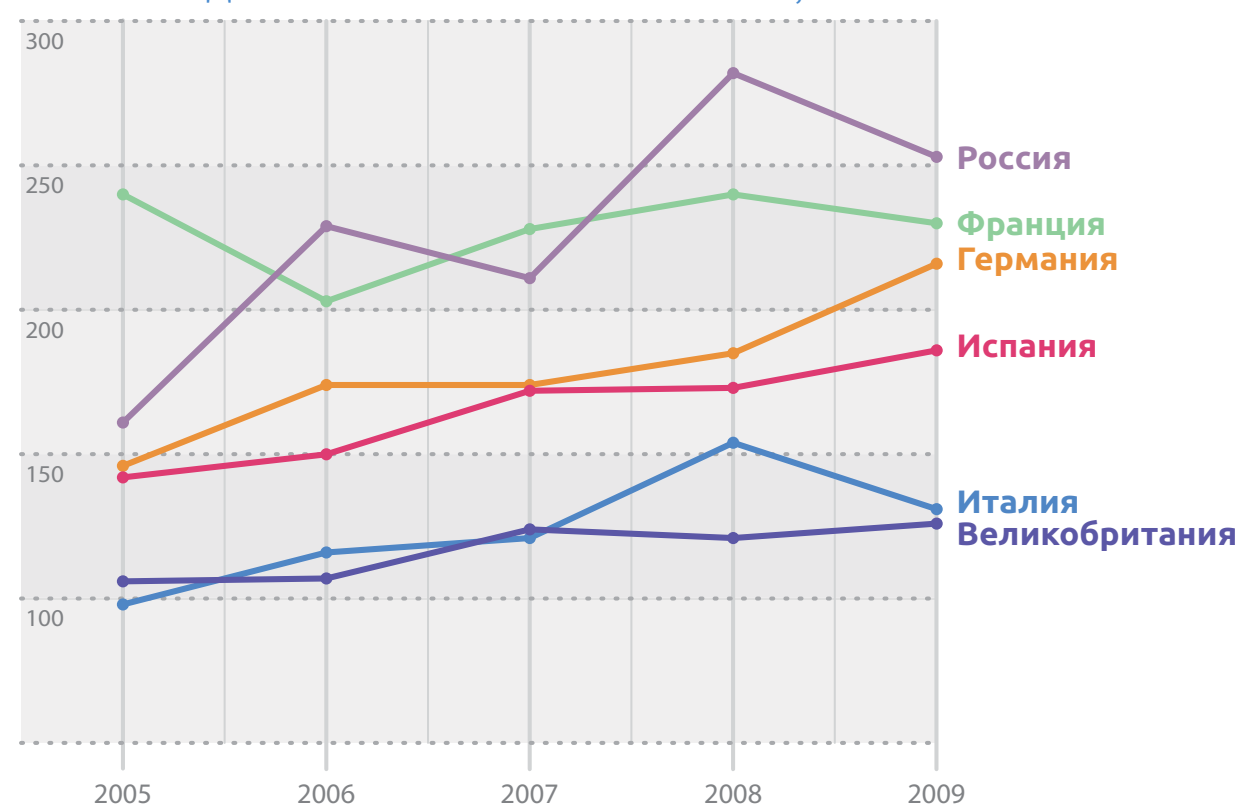
### МИРОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Год	Художественные фильмы
2005 г.	5635
2006 г.	5255
2007 г.	6416
2008 г.	7020
2009 г.	7193
<b>Всего</b>	<b>31 519</b>

### ПРОИЗВОДСТВО ПО СТРАНАМ, 2005–09 ГГ.

Страна	Всего	По сравнению с прошлым годом
<b>Германия</b>	895	+70 ▲ 48%
<b>Франция</b>	1141	-10 ▼ 4%
<b>Великобритания</b>	584	+20 ▲ 19%
<b>Италия</b>	620	+33 ▲ 34%
<b>Россия</b>	1136	+92 ▲ 57%
<b>Испания</b>	823	+44 ▲ 31%

### ПРОИЗВОДСТВО ФИЛЬМОВ ПО СТРАНАМ, 2005–09 ГГ.



что стало большинством в мировых масштабах, даже несмотря на экономический спад. В России в эти годы было выпущено 161 и 253 фильма соответственно. Франция выпустила 240 фильмов в 2005 году и 230 в 2009 году. Германия – 146 и 216 кинолент. В Италии и Великобритании показатели одинаковые: 100 картин в 2005 году и 130 в 2009 году.

За последние годы возросло производство не только полнометражных художественных фильмов, но и короткометражных картин, ТВ-шоу и интернет-роликов. По данным European Audiovisual Observatory (организации под эгидой Еврокомиссии, отслеживающей ситуацию в медиа), количество ТВ-каналов стремительно увеличилось с нескольких сотен в 1999 г. до 9800 в 2010 г. Как сообщают представители самого популярного видеоресурса, YouTube, в 2012 году каждую минуту на их сайт загружается 72 часа видео. Для сравнения: в 2007 году эта цифра составляла всего 8 часов. Эти данные не отсортированы по странам, однако 60% всех просмотров приходится на пользователей, для которых английский не является родным языком, что равняется 1,8 млрд неанглоговорящих зрителей в день. Несмотря на то что флагманом в производстве онлайн-видео являются США, высокую популярность набрали также ролики из Великобритании и Италии, получив более 100 млн просмотров.

## ▶ ДОХОДЫ ВИДЕОИНДУСТРИИ

Представители американской киноиндустрии ещё совсем недавно предрекали суровые времена, которые вот-вот настанут для кинотеатров. Однако вопреки всем ожиданиям, недавние кассовые сборы бьют все рекорды последних лет. Во всем мире доходы от продажи билетов выросли с 25,5 млрд долл. США в 2006 г. до 32,6 млрд долл. США в 2011 г.

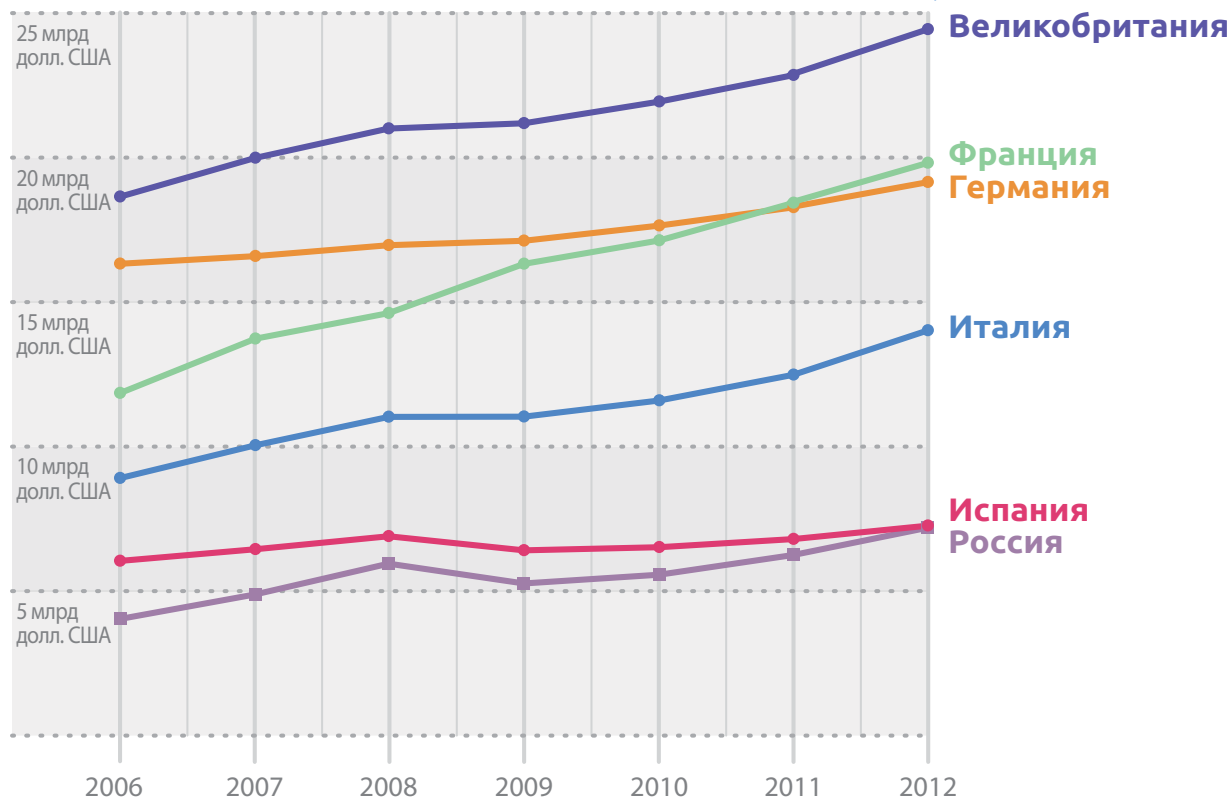
В Северной Америке этот показатель вырос с 9,2 млрд долл. США до 10,2 млрд долл. США в 2011 г. В Европе 2011 год стал рекордным и принес 6,4 млрд евро (прирост на 0,7% с 2010 года). Кинотеатры в Великобритании (1,2 млрд евро), Германии (0,9 млрд евро) и Франции (1,4 млрд евро) увеличили кассовые сборы на 5,2%, 4,1% и 4,7% соответственно. Однако в киноиндустрии Испании (0,6 млрд евро) и Италии (0,7 млрд евро) был отмечен значительный спад: от 5% до 10%. Россия, похоже, готова побить все рекорды в 2012 г.: к концу года доходы

### ПОКАЗАТЕЛИ: **ФРАНЦИЯ**

В 2011 г. валовый доход французских кинотеатров достиг 1,4 млрд евро.

**ВАЛОВЫЙ ДОХОД ФРАНЦУЗСКИХ КИНОТЕАТРОВ, 2010–11 ГГ. ↑ 4,7%**

### ЕВРОПЕЙСКИЕ ДОХОДЫ ОТ ТЕЛЕВИДЕНИЯ, 2006–11 ГГ.



кинотеатров предположительно составят 1,3 млрд долл. США (682 млрд долл. США в середине года, рост на 13% по сравнению с предыдущим годом). Таким образом, несмотря на спад на рынках некоторых стран, другие – на фоне глубокой экономической нестабильности – демонстрируют рекордные показатели. Это позволяет судить, что эта сфера творческой индустрии находится в хорошей форме. По прогнозам организации IHS Screen Digest, в странах, которые представляют главные рынки, количество любителей кино должно только увеличиться в грядущие годы. Также IHS сообщает, что общие затраты на просмотр кино (в том числе покупка билетов в кинотеатры, приобретение и прокат дисков Blu-ray и DVD, услуги видео по запросу и потоковое воспроизведение фильмов) достигли рекордных 62,6 млрд долл. США в 2011 г., увеличившись на 2,1% по сравнению с 2010-м годом, и могут стать ещё выше в 2012 г., составив 64,2 млрд долл. США.

В Европе доходы телевидения гораздо ниже, чем в США. Американцы в среднем тратят 134 млрд долл. США на телепрограммы – в основном за счет подписок на различные услуги. Но тем не менее, европейский рынок растет и развивается. В Великобритании общие доходы от рекламы и подписок выросли с 18 млрд долл. США в 2006 г. до 24 млрд долл. США в этом году. Доходы французской ТВ-индустрии в 2006 г. едва достигали 12 млрд долл. США, а в нынешнем должны составить 20 млрд долл. США. В Германии телеканалы заработали на рекламе и подписках 16 млрд долл. США в 2006 г. и, как ожидается, в этом году получают 19 млрд долл. США. Итальянский ТВ-рынок за этот же период должен вырасти с 9 до 14 млрд долл. США. Показатели Испании в 2006 году составили 6 млрд, России – 4 млрд долл. США, а в 2013 обе страны должны выйти на уровень 7 млрд долл. США.

## ▶ АУДИТОРИЯ

Очевидно, что аудитория кинотеатров и телевидения относительно стабильна (практически все население развитых стран смотрит телевизор) по сравнению с количеством пользователей видеоресурсов Интернета, которое растет вместе с Сетью. YouTube входит в пятерку наиболее посещаемых сайтов в США (3), Великобритании (4), Франции (4), Германии (4), Италии (3) и Испании (4). Почти так же он популярен и в России (6). Хотя этому сайту всего семь лет, его аудитория насчитывает 800 млн пользователей по всему миру. Этот темп немного сбил с толку Nielsen и другие организации по мониторингу медиа-сервисов, поскольку до сих пор ещё не выработано централизованной системы по подсчету аудитории видеоресурсов. Совсем недавно подсчетом зрителей интернет-видео занялась организация ComScore. По ее данным, в Великобритании за январь 2012 г. ролики в сети просмотрело 34 млн человек – 80% всей интернет-аудитории страны. YouTube стал главным сайтом, где британцы просматривали видео. После него идут VEVO, Facebook и BBC. Во Франции почти 40 млн человек смотрят видео на сайтах YouTube, DailyMotion и VEVO. Немецкая аудитория интернет-видео стремительно расширяется: в 2009 г. она составляла 30 млн человек, а в 2011 г. – 45 млн человек. Таким образом, Германия стала лидером среди стран по просмотрам роликов в Сети. Но YouTube и прочим сервисам не время почитать на лаврах: в настоящее время стремительно набирают популярность приложения для обмена видео между мобильными устройствами. Они могут лишить веб-сайты части аудитории, потому что с их помощью проще делиться роликами.

### ПОКАЗАТЕЛИ: **ВЕЛИКОБРИТАНИЯ**

По данным компании ComScore, в январе 2012 года видео в сети смотрели 80% всей интернет-аудитории Великобритании.

КОЛИЧЕСТВО ЗРИТЕЛЕЙ В ЯНВАРЕ 2012 Г.

**34 млн**

## ▶ НОВЫЕ ТЕЧЕНИЯ И БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Развитие видео в Интернете привлекло немало внимания. Рекламодатели все чаще инвестируют именно в этот сектор. В Великобритании рекламные затраты в нем уже превосходят расходы в сфере телевизионной рекламы. Также некоторые компании разрабатывают новые медиа-стратегии, которые включают в себя распространение интернет-видео как часть работы с клиентами. Видеоиндустрия все активнее обращается к Интернету как средству распространения своей продукции. Многие крупные киностудии выпускают фильмы в электронном виде ещё до премьеры в кинотеатрах. В Испании некоторые фильмы было решено выпускать одновременно в кинотеатрах, на DVD и в рамках услуги "видео по запросу".



ПОКАЗАТЕЛИ:  
**ИСПАНИЯ**

В 2011 году испанский фильм *No Habrá Paz Para Los Malvados* было решено распространять с помощью инновационной схемы, которая стала успешной: он был одновременно выпущен в кинотеатрах, на DVD, на кабельном телевидении и в Интернете.

Услуга "видео по запросу" (VOD) за последнее десятилетие стала невероятно популярной. Первые VOD-сервисы появились в Италии и Великобритании в 2001 г. По данным European Audiovisual Observatory, к концу 2008 г. в ЕС их уже насчитывалось почти 700. На 2008 год самое большое их количество приходилось на Великобританию (145), Францию (106), Италию (93), Германию (55) и Испанию (25). Доля VOD-сервисов на медиа-рынке все ещё мала (<1% в 2010 г.), однако они развиваются и становятся одним из способов распространения продукции в Интернете. Во Франции организация Le Meilleur du Cinéma, объединяющая независимых продюсеров и дистрибьюторов французского кино, создала онлайн VOD-сервис на сайте [universcine.com](http://universcine.com). На момент создания у нее было всего десять партнеров, теперь их уже пятьдесят, что приравнивается к 40% всех произведенных во Франции полнометражных фильмов за год и почти 20% всех французских кинопремьер.

Потоковая демонстрация фильмов становится важной частью кинорынка, где господствуют не только такие компании, как Netflix или LoveFilm, неустанно борющиеся за права на показ. В Лондоне интернет-магазин Amazon разрабатывает собственный контент. Эта стратегия позволит привлечь больше клиентов для их основной деятельности – продажи обычных товаров. Вот уже несколько лет немецкий автоконцерн BMW спонсирует производство видеороликов и короткометражных фильмов, например таких, как TEDTalks или сериал The Nige ("Автомобиль напрокат"). Подобные проекты рассчитаны на целевые аудитории, а низкая стоимость распространения в Интернете предоставляет им немало возможностей. И это всего два примера того, как издатели видео в новаторских жанрах завоевывают успех, не взимая плату непосредственно с аудитории.

С другой стороны, сейчас существуют сервисы коллективного финансирования, вроде Kickstarter или Indiegogo, которые предоставляют зрителям все больше возможностей напрямую спонсировать производство фильмов. Теперь позволить себе выпустить кинокартину могут не только состоятельные, но и обычные люди (причем модели финансирования могут быть самыми разными). Существуют также сервисы вроде Vimeo, которые предоставляют платный просмотр видеороликов, что способствует поддержке большого количества новых видеопроектов. You-

Tube в качестве источника финансирования предоставляет независимым режиссерам возможность размещать рекламу. Сейчас выбор источников финансирования широк, как никогда ранее. Такое положение вещей может

привести к ещё большему процветанию индустрии, которая породит на свет немало новых творений.

*Рекордные продажи билетов за время глубочайшего в истории человечества экономического кризиса компенсируют любой спад в видеоиндустрии.*

Распространение видео в Интернете и развитие бизнес-моделей по поддержке их создателей сулят этой индустрии большое будущее. Стоимость создания контента снижается, а высококачественные камеры становятся все доступнее (не только как отдельные, но и как дополнительные устройства, например на смартфонах). Сегодня, чтобы распространять видео, требуется беспрецедентно мало усилий. А демонстранты на Ближнем Востоке убедительно доказали это. Рекордные продажи билетов за время глубочайшего в истории человечества экономического кризиса успешно компенсируют любой спад в видеоиндустрии. Просмотр видео – тенденция необычайно популярная. Она характерна для всех возрастов и слоев населения. Таким образом, основанная на рекламе и финансировании модель производства роликов может считаться многообещающей и успешной. И если индивидуальные проекты могут оказаться неудачными, цифровое сообщество в целом полно оптимизма.

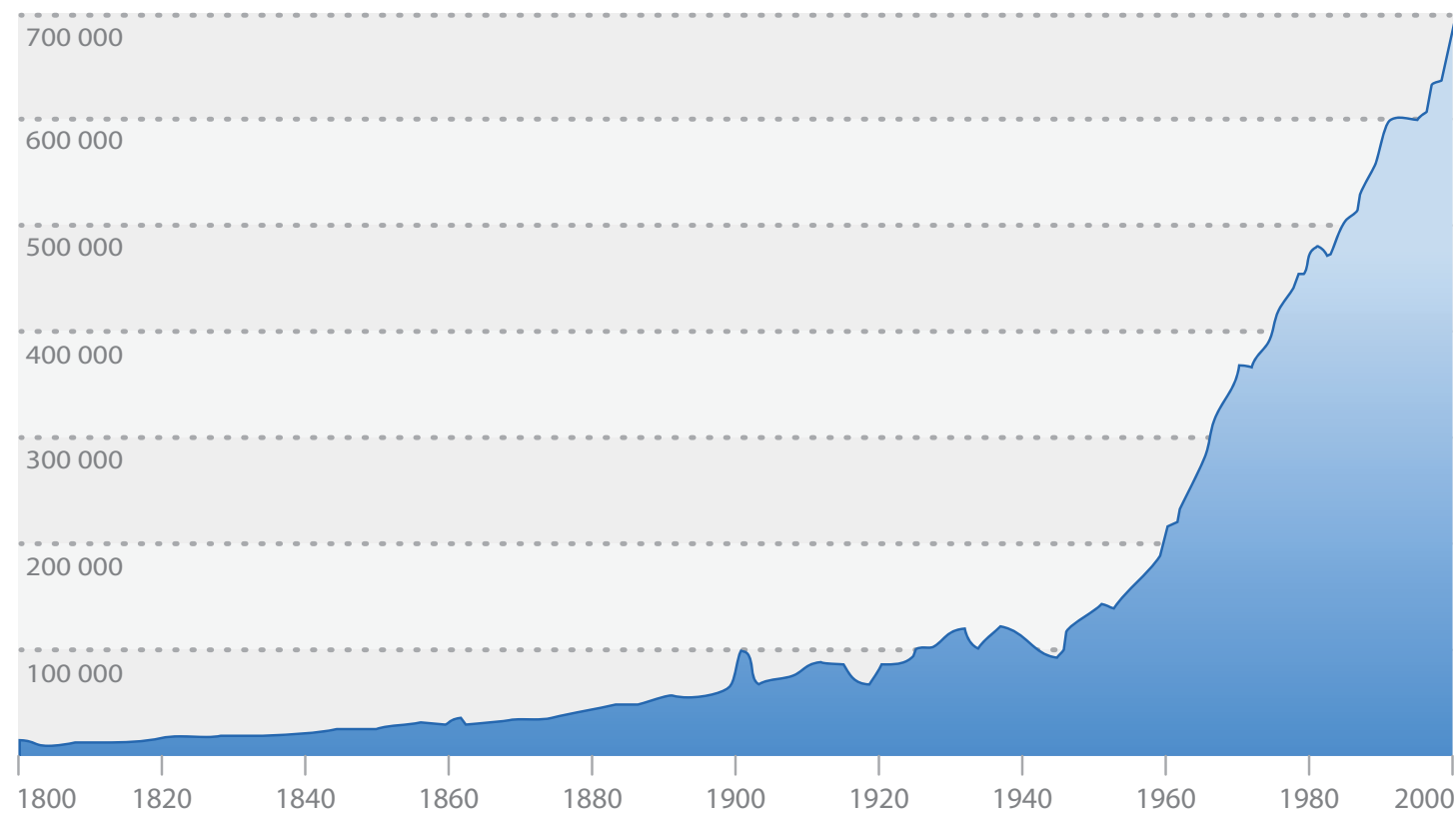
# 3 КНИГИ

Книжная индустрия имеет глубокие корни и устоявшиеся традиции. Однако современные технологии и новые вызовы, с которыми она сталкивается, оказывают на нее сильное влияние. Процесс оцифровки книг несет в себе как новые возможности, так и определенные риски. Это касается как издателей, так и писателей. Появление электронных книг неуклонно сопровождается определенными страхами, причиной которых являются новые конъюнктуры и неустоявшиеся бизнес-модели. В любом случае новый сегмент рынка совершенно точно будет развиваться, а в долгосрочной перспективе может стать доминирующим во всей книжной индустрии.

## ► КНИЖНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

В целом издательское дело переживает невиданный подъем. Плодовитость писателей поражает: библиотеки заполняются со скоростью, невиданной в истории. В 1990 г. ЮНЕСКО сделала прогноз, согласно которому ежегодно в мире будет появляться 1 млн новых книг. Однако к настоящему моменту это значение удвоилось, достигнув планки 2 млн наименований в год, и продолжает расти.

## КОЛИЧЕСТВО ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ ПО ГОДУ ПУБЛИКАЦИИ



## КОЛИЧЕСТВО ИЗДАННЫХ КНИГ ПО СТРАНАМ

Страна	1995 г.	2011 г.
США	62 039	328 259 ▲ 429%
Германия	74 174	95 838* ▲ 29%
Франция	34 766	62 278 ▲ 79%
Великобритания	101 764	149 800 ▲ 47%
Италия	34 470	57 558* ▲ 67%
Россия	33 623	122 915 ▲ 266%
Испания	48 467	74 244 ▲ 53%

Согласно данным организации, занимающейся сканированием печатной продукции, в 2010 г. в мире насчитывалось около 130 млн книг (получить точные цифры проблематично ввиду несистемного характера метаданных и нечеткого противопоставления самих книг периодическим изданиям). Можно с уверенностью предположить, что в 2012 г. их количество достигнет 135 млн. Даже если рассматривать более скромные варианты, то мы получим цифру 132 млн. Причем в нее включены в основном обычные книги, т. е. те, которые были выпущены большим тиражом и распространялись через оптовые и розничные магазины.

Поскольку книги – это важный элемент культурного наследия, европейские государственные органы отслеживают объемы их издания очень тщательно. В Великобритании официальное число новых книг в 2011 г. составило 150 000 по сравнению с 102 000 в 1995 г. В этот период показатели книжного производства Великобритании колебались: в 2005 г. они составили более 206 тыс. и слегка превзошли результаты США. По данным ЮНЕСКО, в Российской Федерации в 1995 году было выпущено всего 34 000 книг, но с тех пор типографская индустрия набрала обороты, и в 2011 г. на книжных полках появилось 123 000 новых произведений. Таким образом, Россия заняла третье (после США и Великобритании) место среди стран, выпускающих более 100 000 книг в год. Германия вплотную подобралась к членам этого элитного клуба: в 1995 г. в немецких книжных магазинах было представлено 74 000 наименований, а в 2010 г. – уже 96 000. Для Испании показатели таковы: 48 000 произведений в 1995 г. и 74 000 в 2011 г. Французские издательства в 2011 г. выпустили около 70 000 книг, практически удвоив результат, достигнутый в 1995 г. И наконец, Италия: 34 000 в 1995 г. и 58 000 в 2011 г. Итак, можно сделать вывод, что количество новых книг стремительно растет во всех странах, и эту тенденцию вряд ли что-нибудь прервет. В качестве простого примера можно привести США: в 1995 г. американские издательства выпустили 62 000 новых произведений, а в 2010 г. эта цифра достигла 328 000.

Помимо выпуска обычных изданий, резко возросло производство книг, которые не входят в классификацию ISBN и обычно не учитываются при подсчетах (самостоятельно изданные, напечатанные на заказ и др.). По крайней мере, так обстоит дело в США, где ведется подробная статистика. Здесь такие издания значительно превосходят по количеству наименований обычную печатную продукцию. К сожалению, данные об этой категории по другим странам пока недоступны. Однако, принимая во внимание количество и размер компаний, предоставляющих услуги по печати на заказ, можно сделать вывод, что в Европе рынок фрагментирован из-за языковых барьеров и сильно отстает от Соединенных Штатов. Тем не менее, это совсем не мешает выпуску инновационных продуктов.

Так, например, два немецких художника придумали автоматизированную систему создания книг, основанную на предпочтениях посетителей сайтов вроде Amazon и YouTube. Существуют проекты по созданию произведений с помощью коллективных, а также машинных переводов. Несмотря на то что такие тексты не отличаются высокой художественной ценностью и не признаются критиками, проекты очень быстро развиваются и вызывают немалый интерес. Кроме того, это своего рода снимок коллективного бессознательного в Интернете. Как бы то ни было, можно с уверенностью сказать, что сегодня в мире создается огромное количество книг, которые способны удовлетворить вкус любого читателя.

## ► ДОХОДЫ КНИЖНОЙ ИНДУСТРИИ

По данным различных исследований, крупнейшим книжным рынком остается США, где оборот в период с 2008 по 2010 гг. составил почти 30 млрд долл. США. За последнее время ситуация не поменялась кардинальным образом: наблюдается небольшой подъем, но никак не спад, и все это на фоне глубокой экономической рецессии. В Западной Европе картина та же: общий доход от продажи книг приблизительно равен 30 млрд долл. США в год, но в отдельных странах показатели за последние годы могли снижаться. Всего в мире на покупку книг в 2011 году было потрачено 112 млрд долл. США – чуть больше, чем годом ранее и, например, в 2007 г., когда сумма составила 110 млрд долл. США. В последнее время темпы роста несколько снизились. В ближайшие пять лет мировые доходы от продаж книг вырастут не более чем на 1%. То же ожидает и годовые показатели. Можно сделать вывод, что в целом книжная индустрия хорошо перенесла мировой экономический кризис и в трудные времена оставалась стабильной, не отставая от рынка видеоигр, телевидения, кино и других видов развлекательных и информационных секторов экономики.

По данным PwC, ситуация на рынке книг крупнейших экономик Европы последнее время остается относительно спокойной. Флагманом в данном регионе стала Германия: за период с 2008 по 2010 год годовой доход вырос с 6 млрд долл. США до почти 6,3 млрд долл. США – значительные 5% на фоне экономической нестабильности. Показатели Франции составили 5,3 млрд долл. США, а Италии – 3,3 млрд долл. США. Однако другие развитые экономики Европы немного сбавили обороты во время рецессии: годовые результаты Великобритании сократились с 3,6 млрд до 3,2 млрд долл. США, Испании с 2,3 млрд до 2 млрд долл. США, России с 1,3 млрд долл.

США до 910 млн долл. США. Вопреки тому, что российское правительство располагает другими данными, в них также наблюдается тенденция спада: 2,9 млрд долл. США в 2008 году против 2,2 млрд долл. США в 2011 году. Таким образом, какой бы метод при оценке российского рынка ни использовался, темп спада остается тем же. Возвращаясь к российской книжной индустрии, стоит отметить, что в годы, предшествующие экономическому спаду, показатели роста превосходили показатели ведущих европейских экономик: ежегодный прирост составлял

10–20% за 2004–2008 гг. Несмотря на свой юный возраст, российский рынок до начала кризиса развивался и рос гораздо быстрее своих соседей – правда, и пострадал гораздо сильнее.



### ПОКАЗАТЕЛИ: ГЕРМАНИЯ

На фоне экономической нестабильности доходы немецкой книжной индустрии в период между 2008 и 2010 годами выросли существенно – на 5%.

2008 Г.: 6 МЛРД ДОЛЛ. США      2010 Г.: 6,3 МЛРД ДОЛЛ. США

## ► РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ

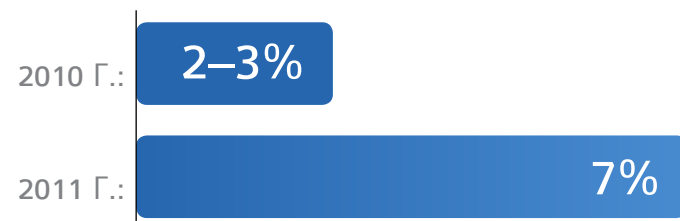
Не во всех странах электронные книги получили широкое распространение. Самой развитой в этом отношении страной являются США. По данным консалтинговой компании AT Kearney, доходы от продаж электронных книг в 2011 г. составили 20% от всего книжного рынка, то есть этот показатель увеличился вдвое. В целом же рост присутствия электронных книг носит скачкообразный характер: всего несколько лет назад их попросту не существовало, а теперь они являются важной статьей дохода издателей. По прогнозам IDATE, с 2010 по 2015 год мировой рынок электронных книг будет увеличиваться в среднем на 30% ежегодно. Другие эксперты также прогнозируют примерно двукратный рост и уточняют, что наиболее стремительным он будет в Северной Америке. Азия продемонстрирует менее высокие показатели, а Европа окажется на третьем месте. IDATE и PwC сходятся на том, что доходы от электронных книг будут компенсировать спад в продажах печатных изданий. Таким образом, этот сегмент будет увеличивать общую прибыль, а не отбирать ее у обычных книг. Также ожидается резкий рост продаж устройств для чтения электронных книг: с 3,3 млн устройств в 2010 году до 29,8 млн в 2015 году.



### ПОКАЗАТЕЛИ: ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Доля дохода от продаж электронных книг в Великобритании быстро растет. При этом подчеркнем: такие товары облагаются НДС в размере 20%, в то время как печатные книги вообще не облагаются налогами.

#### ДОЛЯ ДОХОДОВ ОТ ПРОДАЖИ ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ:



За пределами Северной Америки самые быстрые темпы роста рынка электронных книг демонстрирует Великобритания, которая вполне может конкурировать с США. Доля электронных книг в этой стране составила 7% в 2011 г., а в ближайшем будущем она должна удвоиться (в 2010 году рост был всего 2–3%). Примечательно, что на электронные книги не распространяются налоговые послабления, которые действуют для обычных изданий. Последние не облагаются вообще никаким налогом, однако для первых взимается НДС в размере 20%. Скорее всего, это и побуждает многих жителей страны скачивать книги на иностранных сайтах, например люксембургских, где НДС составляет 15%. В правительстве уже задумались над понижением налога на электронные книги. Предполагается, что снижение цен должно положительно сказаться на продажах.

В других европейских странах рынок электронных книг менее развит. Бытует мнение, что на показателях роста сказывается налоговая политика, поскольку с электронных изданий по-прежнему взимается 20% НДС, а для печатных изданий существуют льготы. Правда, в некоторых странах, в частности во Франции, правительство уже вносит соответствующие изменения в налоговое законодательство, чтобы исправить диспропорцию на рынке. Впрочем, хотя в Великобритании налоговая политика более лояльна к печатным изданиям, электронным книгам это не мешает.

В Германии было даже проведено исследование относительно того, как люди предпочитают читать: с экрана мобильного устройства или с листа бумаги. Аналитики пытались выяснить, действительно ли книга является более

удобной. Оказалось, что читатели почти не видят разницы. Впрочем, культурные привычки немцев пока играют на руку издателям обычных книг. Можно предположить, что другие европейцы разделяют такое предубеждение, и это, наряду с высокими налогами, замедляет переход на электронные книги. Но эта тенденция может измениться: планшетные ПК падают в цене, при этом качество дисплеев становится лучше, а время работы от аккумулятора увеличивается. Разумеется, здесь действуют и другие факторы, например инфраструктура европейской книжной индустрии, предусматривающая фиксированные цены. В ряде стран (Австрии, Германии, Греции, Испании, Италии, Нидерландах, Португалии и Франции) цены на книги устанавливают издательства, а не книготорговцы. Стоимость будет одинакова как в большом магазине, так и в крошечной лавке.

Соглашения о фиксированных ценах на печатную продукцию – вековая немецкая традиция, которая в 2002 году стала федеральным законом. Его нарушение карается штрафом в размере 6000 евро. Согласно закону издатели могут устанавливать свои цены на новые книги и поднимать их по истечении полутора лет. Это позволяет лучше контролировать рынок и предотвращает его колебания в результате деятельности таких онлайн-сервисов, как Amazon. Немецкая книжная индустрия находится под тщательным надзором, а структура распространения книг носит централизованный характер. Эта политика нашла отражение в книжном интернет-магазине под названием libreaka!, созданном издателями. Его ассортимент значительно шире, нежели у Apple, Amazon или Google. Кроме того, этот сектор рынка не в почете и у самих издателей. В электронном варианте доступна только треть всех немецких книг и четверть бестселлеров.

На фоне доминирования политики соглашений о фиксированных ценах в наиболее развитых европейских странах немецкий рынок электронных книг значительно вырос и демонстрирует 1–2% от всех доходов от продаж книг в 2011 году, в то время как в 2010 году он составил менее 0,5%. Во Франции эти показатели равнялись 0,2% в 2010 году и 2% в 2011 году. В Испании на долю электронных книг в 2010 г. пришлось 0,1%, а в 2011 г. – 1,6%. В Италии в 2010 г. продажи составили 0,1%, а в 2011 г. выросли до 1%. За пределами Западной Европы, в России, на долю электронных книг также приходится 1% всего книжного рынка, однако здесь действуют другие сдерживающие факторы. В частности, очень высок уровень цифрового пиратства, а издатели не испытывают особого желания работать в таких условиях. Но несмотря на свои маленькие размеры, рынок электронных книг продолжает набирать обороты и в скором будущем должен значительно прибавить в объемах. В целом тенденции положительны: ожидается высокий рост, а также повышение нормы прибыли.

## ► БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Некоторые издатели хотят отказаться от DRM-технологии (контроль и защита авторских прав на цифровые материалы), чтобы обеспечить на рынке преобладание устройств iPad, Nook или Kindle. Сервис Pottermore в данном контексте является тому наглядным примером. Поклонники Гарри Поттера могут скачать свои любимые книги на Kindle, не заходя на Amazon. Неизвестно, поддержат ли другие крупные издатели данную инициативу, но не стоит забывать о том, как музыкальная индустрия позволила Apple стать доминирующей компанией в продаже MP3-плееров с технологией DRM, от чего в итоге пришлось отказаться, так как звукозаписывающие студии не видели в Apple надежного дистрибьютора.



В США издатели подали коллективный иск, в котором хотят достичь соглашения с Apple относительно фиксации цен на свои книги. Пять главных издательских агентств договорились с компанией Apple создать своего рода альянс и самостоятельно устанавливать цены на электронные книги, что положило бы конец доминированию на рынке Amazon. Они были обеспокоены тем, что не смогут определять минимальную стоимость электронных книг. В результате было решено заключить с Apple соглашение о формировании альтернативной ценовой политики, которая не позволит Amazon продавать книги ниже себестоимости и за счет этого привлекать аудиторию для покупки других товаров. Судебный процесс ещё не начался, однако Amazon уже предупрежден о недопустимости создания в США монополии на продажу электронных книг. Как уже отмечалось ранее, во многих странах Европы фиксированные цены являются сложившейся традицией, однако не до конца ясно, устоит ли она в будущем. Издателям необходимо как можно быстрее приспособиться к свободному рынку и осознать, что низкие цены на электронные книги делают их более привлекательными в глазах потребителей и позволяют нарастить продажи.

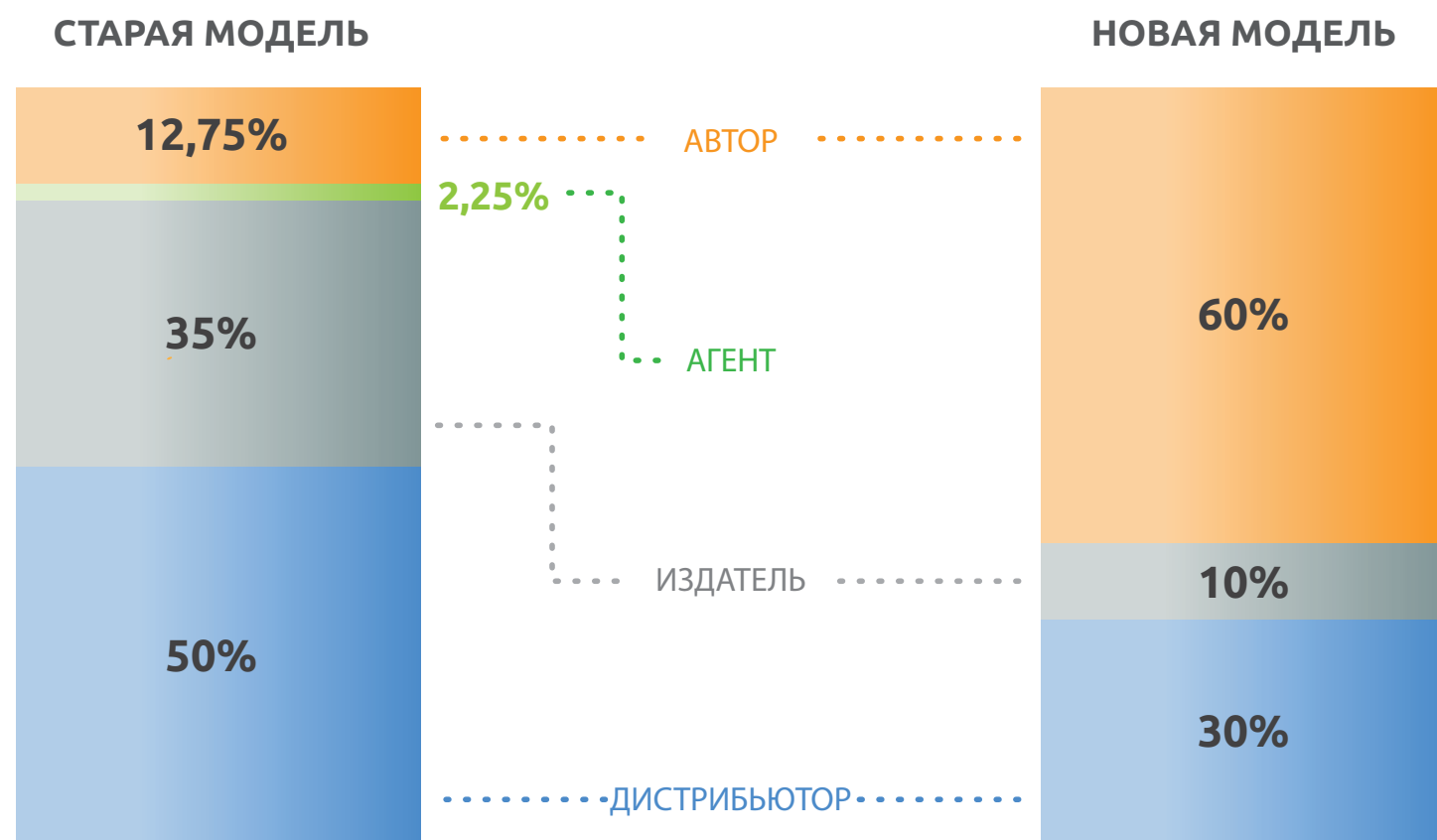
У электронных книг есть ряд преимуществ перед печатными изданиями. Во-первых, не требуется печатное оборудование, специализированные помещения и т. д. Система распространения также становится проще и дешевле, в том числе и потому, что возврат товара не предусмотрен. Кроме того, на виртуальном рынке не действуют ограничения на импорт и экспорт, что позволяет расширить аудиторию и более эффективно распространять продукцию. Некоторые издатели также стремятся предоставлять писателям дополнительные услуги, например по редактированию и продвижению на рынке. Это позволяет расширить сферу деятельности

и получить дополнительный доход, тем более что ряды литераторов неуклонно множатся. Сами же авторы увеличивают свою долю доходов от продаж, поскольку количество посредников сокращается.

Как правило, подписывая контракт с издателем, автор получал аванс и некоторую долю доходов от продаж книги, объемы которых жестко контролировались издателем. Большая часть доставалась издательству и дистрибьютору, в то время как сам писатель редко когда удостоивался хотя бы 20% вырученных денег. Ставка роялти варьируется в зависимости от статуса автора и популярности книги. Для печатных изданий в твердой обложке она обычно составляет 8%. Если писатель сам занимается выпуском книги, то распределение доходов между ним и дистрибьютером склоняется в пользу первого: как правило, она составляет 35%, а иногда и больше. Некоторые цифровые издательства предлагают авторам до 60% вырученных от продаж денег. Lulu.com, Amazon, Smashwords по-разному подходят к распространению электронных книг, что позволяет авторам самим заниматься публикацией и получать вплоть до 85% от продаж. К тому же это вносит больше ясности: обсуждение финансовых деталей больше не ведется в тайне, а независимые писатели сотрудничают с различными издателями.

Рынок электронных книг не стоит на месте, а распространение планшетных ПК только подстегнет его рост. Многие аналитики смело утверждают, что за электронными книгами будущее, и рано или поздно они станут для издателей основной статьей доходов. Правда, вопросы пиратства и централизованной ценовой политики по-прежнему стоят остро. Но так или иначе, цифровые издания и услуги для читателей приведут к расширению книжного рынка в целом. В скором будущем электронные книги наверняка завоюют сердца любителей литературы, поскольку их можно приобрести и читать на том же устройстве, что используется для игр и общения в социальных сетях. Правда, на этом пути могут возникнуть трудности.

## БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИЗДАТЕЛЕЙ ПРЕТЕРПЕВАЮТ ИЗМЕНЕНИЯ



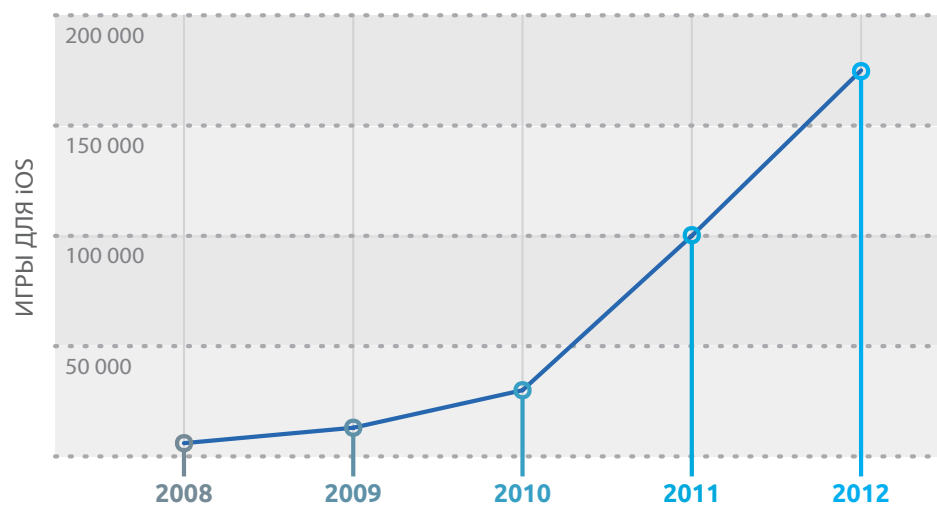
# 4 ВИДЕОИГРЫ

По сравнению с другими представителями творческой индустрии, производители видеоигр не испытывали трудностей в адаптации к технологическим инновациям и изменениям в бизнес-моделях. Популярные и финансово успешные видеоигры создаются как мировыми гигантами с многомиллионным бюджетом, так и простыми программистами, работающими дома. Видеоигры – это важный элемент неуклонно растущего рынка, который сначала охватывал преимущественно персональные компьютеры и игровые приставки. Теперь же мы видим их на смартфонах, планшетных ПК и в социальных сетях, ставших неотъемлемой частью повседневной жизни.

## ► ПРОИЗВОДСТВО ВИДЕОИГР

Не секрет, что рынок видеоигр напрямую зависит от общего развития компьютерных технологий. Когда устройства стали дешевле и доступнее, популярность электронных игр выросла, и это позволило им завоевать более широкую аудиторию. К сожалению, игры перестают быть актуальными примерно за два года, поскольку платформы для них быстро устаревают. Таким образом, отслеживать данные на этом рынке за продолжительный период достаточно сложно. Тем не менее, если брать только новинки, то можно наблюдать значительный рост популярности игр на всех устройствах. В 2008 году появились игры на платформе iOS. Тогда их насчитывалось лишь несколько тысяч. Теперь 150 миллионам пользователей доступны почти 200 тыс. игр. Все они были созданы в период одного из самых тяжелых экономических спадов в истории.

### РОСТ ЧИСЛА ИГР НА IOS, 2008–2012 ГГ.



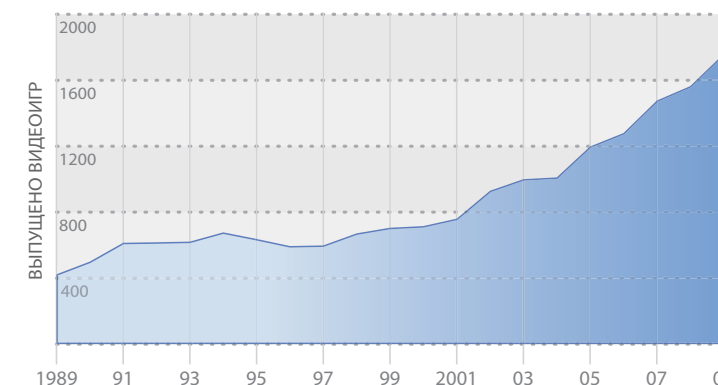
создали для своего сообщества специальную систему голосования. Геймерам со всего мира проще определить, какая игра станет популярной, чем немногочисленному составу сотрудников Steam. В последнее время все больше и больше компаний создают ресурсы для продажи видеоигр: это и всемирные гиганты (Microsoft, Ar-

Ведущим онлайн-дистрибьютором игр для обычных компьютеров стал сервис Steam. Его запустили в 2002 году, и на тот момент в нем были доступны всего несколько игр. К 2007 году их количество увеличилось до 150. В 2010 году в Steam была реализована поддержка 25 языков. В настоящее время этот сервис обслуживает 40 млн пользователей и предлагает им более 1100 игр. Чтобы распространять ещё больше игр, специалисты Steam

ple, Amazon и Google), и менее крупные игроки (Desura, Big Fish Games и т. д.). Эта тенденция сохраняется, и скоро интернет-магазины – вместимость которых почти не ограничена по сравнению с обычными – пополнятся новыми названиями.

Распространение игр через Интернет набирает обороты, однако продажа игр на физических носителях пока приносит больше дохода. Такими продуктами обычно занимаются крупные издатели, и они в последние годы тоже демонстрируют устойчивый рост. Согласно данным Freebase, количество игр, пользующихся особой популярностью (так называемых "культовых"), в 1980-х годах достигало нескольких сотен, теперь же они исчисляются тысячами.

### ПРОИЗВОДСТВО ВИДЕОИГР, 1989–2009 ГГ.



## ► ДОХОДЫ ИНДУСТРИИ ВИДЕОИГР

Рынок видеоигр появился сравнительно недавно, однако за несколько десятилетий своего существования он разросся до огромных размеров, которые в мировом масштабе измеряются миллиардами долларов США. Если в 2006 году он составлял 30 млрд долл. США, то в 2011-м – почти 70 млрд. Примерно половина этой суммы приходится на доходы в Соединенных Штатах. В Великобритании за этот же период доходы в индустрии видеоигр вырос с 3 до 5 млрд долл. США. Соответствующие показатели во Франции – 2 и 4 млрд долл. США. Немецкий сектор стартовал с 2 млрд долл. США в 2006 году и пять лет спустя достиг отметки в 3 млрд. В Испании доходы увеличились с 1 млрд до 1,5 млрд долл. США. Доходы итальянских компаний, занятых в сфере видеоигр, выросли с 900 млн до 1,4 млрд долл. США, а российских – с 600 млн до 1 млрд долл. США в 2011 году.

На рынке Великобритании ожидается дальнейший рост. По сравнению с остальной творческой индустрией, показатель прироста в этой сфере достиг своего пика – 9% в год. Видеоигры приносят треть



### ПОКАЗАТЕЛИ: ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

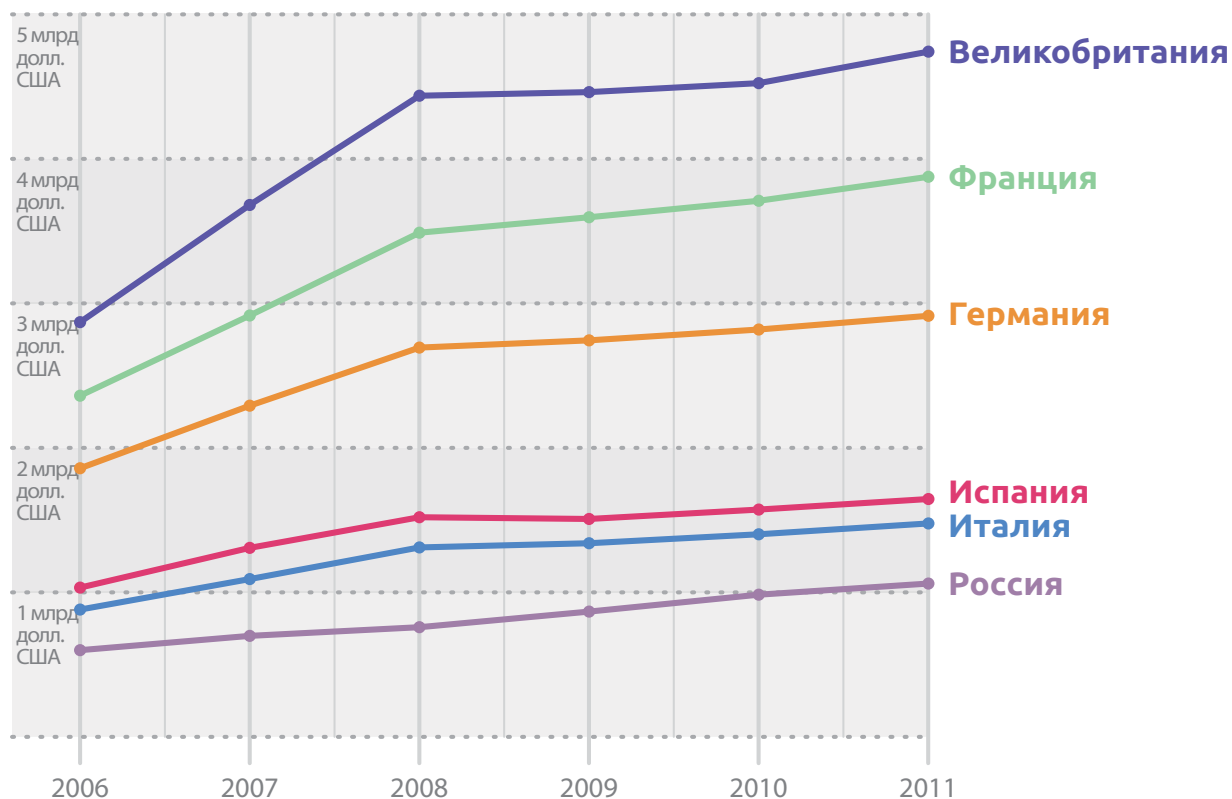
- Видеоигры имеют **наилучшие показатели роста** в сфере творческой индустрии.
- На долю видеоигр приходится **треть всего экспорта в сфере творческой индустрии**.
- В 2009 г. объемы продаж видеоигр **превысили доходы киноиндустрии**.

ДОХОДЫ В СЕКТОРЕ  
ВИДЕОИГР,  
2006–2011 ГГ.

↑ **65%**

доходов от экспорта товаров творческой индустрии Соединенного Королевства. В 2009 году продажи видеоигр в Великобритании превысили доходы киноиндустрии. В том же году количество игровых приставок достигло 25 млн. Это означает, что в девяти из десяти британских домов есть такое устройство. Недавно правительство

СРЕДНИЕ ДОХОДЫ ИНДУСТРИИ ВИДЕОИГР, 2006–2011 ГГ.

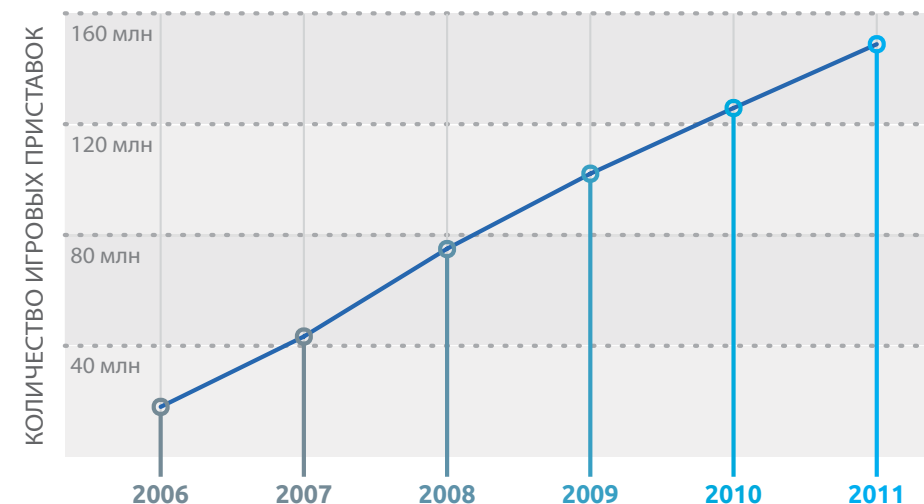


Великобритании решило сократить налоги для компаний, занятых в сфере видеоигр, тем самым стимулируя их дальнейший рост. Правительство Италии поддержало данную инициативу и ввело аналогичные налоговые послабления. Франция, в свою очередь, прибегает к подобным мерам с 2007 года, однако законодательство ЕС может в скором времени их пресечь.

## ▶ ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ВИДЕОИГР

В последние годы в Европе наблюдается не только рост доходов от продаж игр, но и увеличение аудитории. В Великобритании, Германии и Франции количество игровых устройств на душу населения больше, чем в США. В 2006 году европейцы приобрели чуть менее 20 млн игровых приставок. Но уже в 2011 году их количество приблизилось к 150 млн. Более того: если в 2008 году в Европе насчитывалось 40 млн приставок, то к 2010 году это значение увеличилось более чем в два раза – до 95 млн. Однако на этом рынке до сих пор есть потенциал для дальнейшего развития: за последнее время значительно выросла популярность казуальных игр. Среди приложений для мобильных устройств игры также занимают верхние строчки рейтингов.

КОЛИЧЕСТВО ИГРОВЫХ ПРИСТАВОК, 2006–11 ГГ.



## РОСТ В ЕВРОПЕ

Примерное количество пользователей видеоигр в Европе в период между 2008 и 2010 годами увеличилось более чем в два раза.

КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ВИДЕОИГР В ЕВРОПЕ, 2008–2010 ГГ. **↑ 137%**

## ▶ РАЗРАБОТКА ИГРИНОВЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

В Европе игровые приставки почти не производятся (лидерами в этой сфере являются США и Япония), однако многие европейские страны смогли существенно повлиять на облик игровой индустрии, создав без преувеличения культовые приложения. Так, игра "Тетрис" придуманная сотрудником Академии наук СССР Алексеем Пажитновым в свободное от работы время, в 2007 году была названа "Лучшей игрой всех времен". Ей также принадлежит абсолютный рекорд по продажам (более 132 млн платных загрузок в 2011 году). Эта игра была реализована практически на всех платформах, переведена более чем на 50 языков и получила распространение в 185 странах мира. Она стала прототипом для множества похожих игр, и немало программистов начинают свою карьеру с очередной ее реализации. Что самое интересное, эта игра так и не была запатентована, хотя на ее аналоги впоследствии были оформлены и авторские права, и товарные знаки. Это несколько снизило темп их распространения, но в целом именно "Тетрис" связывают с зарождением жанра казуальных игр.



ПОКАЗАТЕЛИ:  
**РОССИЯ**

Спустя 30 лет после своего появления "Тетрис" остается одной из самых известных и популярных игр всех времен. С него и началось развитие рынка простых (или, как их ещё называют, "казуальных") видеоигр.

КОЛИЧЕСТВО ПЛАТНЫХ ЗАГРУЗОК "ТЕТРИСА" НА МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВАХ В 2011 ГОДУ:

**132млн**



ПОКАЗАТЕЛИ:  
**ГЕРМАНИЯ**

- Компания **Wooga** – новичок в секторе социальных игр – всего за несколько лет расширила свою аудиторию до **45 млн** пользователей.
- 2009 г.: двенадцать **более** **быстроразвивающиеся** немецкие ИТ-компании – игровые.

В Германии производством казуальных игр занимаются такие компании, как Wooga. Она неуклонно наращивает аудиторию и стала одним из крупнейших разработчиков игр для социальных сетей и мобильных платформ. Компания вышла на рынок в 2009 году. В 2010-м у нее уже было несколько миллионов активных пользователей в месяц, а через год это число увеличилось до 45 млн. У другой немецкой компании-разработчика браузерных игр, Bigpoint Games, количество зарегистрированных пользователей составляет 200 млн человек. Gameforge сумела привлечь ещё больше – 300 млн. В 2009 году обе фирмы также удостоились звания наиболее быстроразвивающихся немецких ИТ-компаний. Браузерным играм не нужен распространитель или оператор. Проблема пиратства их не касается, поскольку они, как правило, бесплатны. Разработчики получают доход от продажи различных дополнительных функций и игрового инвентаря. Такие игры не нужно издавать на физических носителях, а играть в них можно в любое время и в любом месте. К бесплатному распространению игр как средству противодействия пиратам сейчас прибегают все больше и больше разработчиков. Ассоциации производителей видеоигр также рекомендуют подобные стратегии, позволяющие привлечь больше пользователей (которые, в свою очередь, будут больше платить).

Анализ игрового рынка в Великобритании позволил заключить, что успех новых бизнес-моделей кроется именно в отказе от физических носителей. И хотя

продажа игр на дисках, картриджах и картах памяти пока приносит больше дохода, цифровое распространение неуклонно завоевывает новые рубежи. Во многом это обусловлено все более широким распространением высокоскоростных подключений. Крупные игровые компании хорошо понимают, что им нужно приспособиться к новым веяниям. В то же время небольшие фирмы вполне успешно конкурируют в этом секторе рынка, особенно среди той аудитории, для которой важнее удовольствие от игры, а не размеры тиража и крикливая реклама. Как уже говорилось, сервис Steam оказался крайне успешным проектом – даже в России, где пиратство стало настолько масштабной проблемой, что многие дистрибьюторы просто не хотят выходить на этот рынок. С помощью ряда инновационных решений Steam теперь зарабатывает на российских пользователях больше, чем в любой европейской стране (за исключением Германии).

Разработчики видеоигр охотно используют новаторские бизнес-модели. Игры являются фундаментом

виртуальных конъюнктур и валют, формирующих новые потоки доходов и рынки прямо в игровом мире. Некоторые разработчики приглашают экономистов, которые работают над моделями виртуальных экономик и различными их реализациями, в результате чего компании и сами наращивают своих доходы. Поскольку игровые экономики становятся все более сложными и разветвленными, несложно предположить, что в итоге они

могут разрастись до масштабов реальных экономик некоторых стран – и денежные потоки в них будут не менее объемными.

*В России пиратство в сфере видеоигр стало настолько непреодолимой проблемой, что многие дистрибьюторы просто не хотят выходить на этот рынок. С помощью ряда инновационных решений доходы Steam в России стали превышать поступления от немецкого рынка.*

Производители игр также экспериментируют с новыми способами получения дохода. Плодом таких усилий стал, например, сервис Kickstrater. Небольшие фирмы смогли заработать миллионы, вложив средства в разработку игр для ограниченной аудитории, что большинство издателей посчитали рискованным предприятием. Но это ознаменовало прорыв на рынке игр, которые оплачиваются с помощью добровольных пожертвований. В феврале игра Double Fine Adventure принесла 1 млн долл. США всего за сутки, а в общей сложности ее продажи составили 3,3 млн долл. Можно назвать и немало других проектов, доходы от которых превысили миллион долларов, однако денежные поступления – не самое главное. Важнее то, что успех игры сейчас напрямую зависит от таланта одного или нескольких разработчиков, а завоевать народную любовь становится все проще.

Совершенствование технологий заставляет искать новые пути привлечения аудитории. По мере того как актуальность тех или иных моделей игровых приставок быстро сходит на нет, программисты перестают ориентироваться на устаревшее ПО и комплектующие, стараясь неуклонно двигаться вперед. Не секрет, что любители видеоигр всегда жаждут новых ощущений, поэтому спрос на игры будет всегда. Конечно, очень важно создать игру, за которую пользователи согласны платить, или предлагать

им интересные артефакты, которые хочется купить. Однако все эти примеры демонстрируют то, что добиться успеха можно самыми разными способами, а найти средства на разработку новых игр по-прежнему вполне реально. Поскольку геймерам все проще платить напрямую, разработчики сейчас могут найти как никогда много каналов финансирования. Не стоит забывать и о встроенной рекламе, которая тоже позволяет зарабатывать на бесплатных играх. Разработчики видеоигр стараются идти в ногу с постоянно изменяющимся цифровым миром.

Эту тенденцию активно поддерживают производители ПО, для которых вложение в разработку новых продуктов стало носить скорее позитивный, нежели негативный характер. Производителям видеоигр достаточно получать прибыль раз в квартал, поэтому им не столь важно постоянно осваивать инновационные стратегии, например микротранзакции.

## ИСТОЧНИКИ

# Благодарность

Авторы хотели бы выразить благодарность представителям ССИА за их помощь в работе над этим исследованием, а также членам команды Floor64 и другим представителям Insight Community.

Эта работа предназначена для  
общественного пользования.