



АГЕНТСТВО  
СТРАТЕГИЧЕСКИХ  
ИНИЦИАТИВ

**СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ  
«АНИМАЦИЯ»**

Март 2025

---

## Содержание

<b>Раздел</b>	<b>Стр.</b>
1. Анимация в России: состояние и прогнозы развития	3
2. Барьеры и тенденции в индустрии	17
3. Экспортный потенциал индустрии	29
4. Международный опыт поддержки индустрии	35
5. Отраслевые инициативы по развитию индустрии	41
6. Экспертная оценка АСИ	50
7. Приложение	55

---



# Анимация в России: состояние и прогнозы развития

# Российская анимационная индустрия восстанавливается

## Индустрия развивается даже с учетом значительных изменений и вызовов



Пандемия COVID-19 имела влияние на мировую анимационную индустрию, но российский рынок почти полностью восстановился к 2021 г.



В 2022 г. уход крупных международных студий анимации (Disney, Warner Bros., Sony Pictures и др.) создал вакуум, который российским производителям необходимо эффективно заполнить



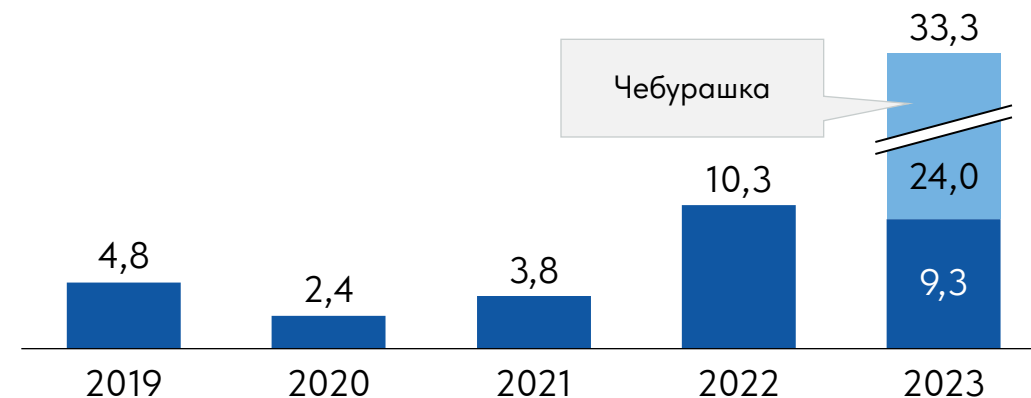
Санкции и экономическая ситуация осложнили доступ к современным программным решениям и оборудованию, а также привели к проблемам с проведением международных платежей



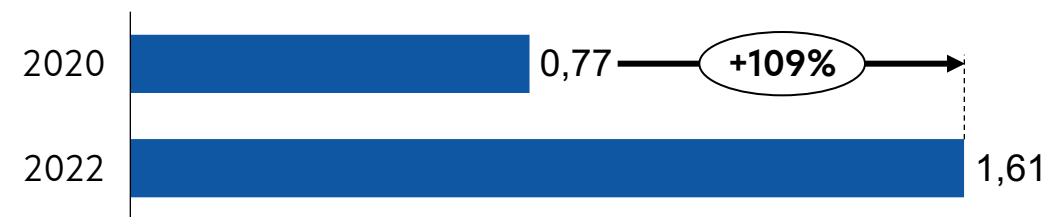
Геополитическая обстановка переориентировала Россию на поиск новых партнеров и рынков сбыта, особенно в странах Азии и Латинской Америки

## Российская анимация остается востребованной

Количество зрителей отечественной анимации в кинотеатрах, млн чел., включая спецпроекты<sup>1</sup>



Анимация российского производства, транслируемая на ТВ, млн мин.

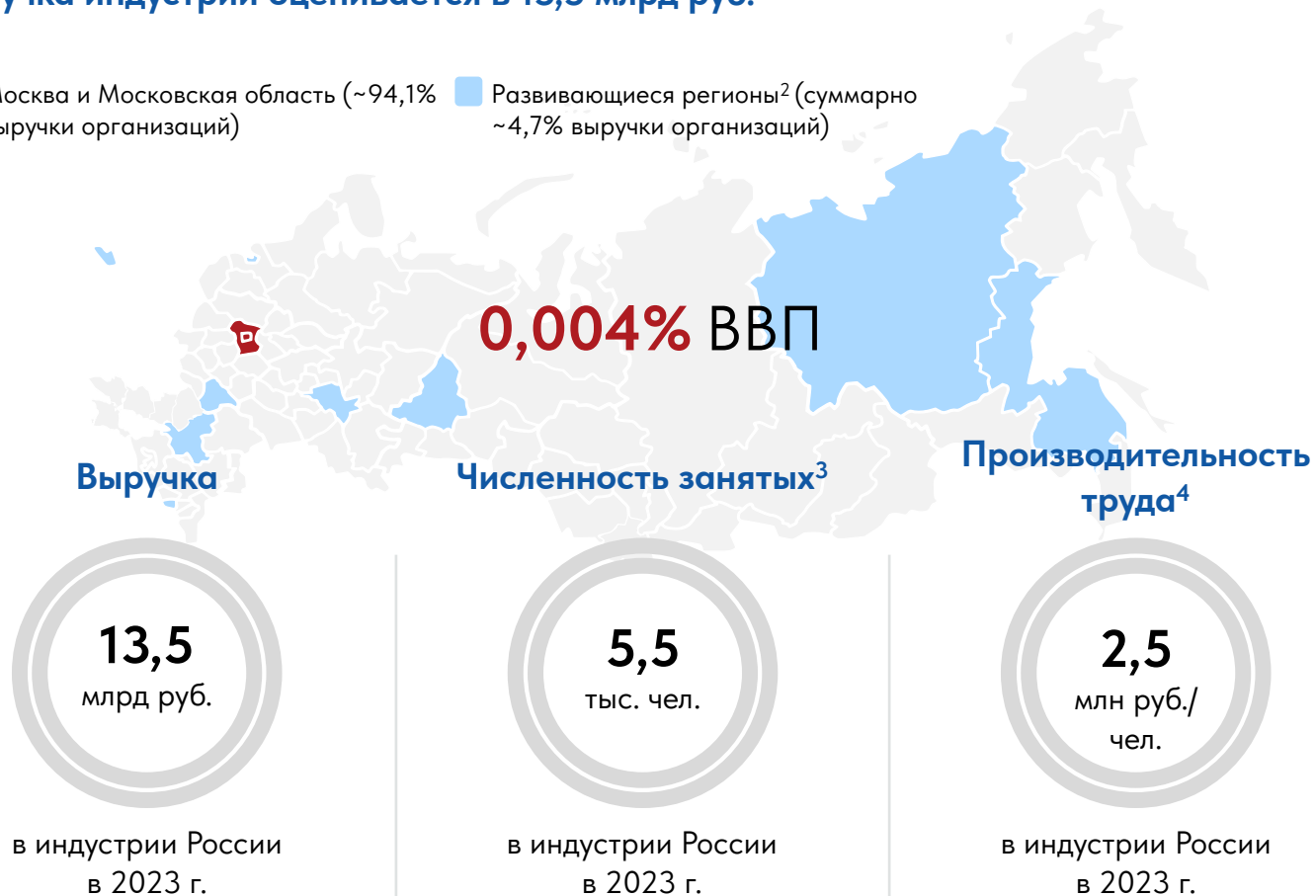


1. Спецпроекты – одно- и многосерийные мультфильмы по мотивам сериальных анимационных проектов с показом в кинопрокате

Вклад индустрии «Анимация» составляет 0,004% ВВП, обеспечивая занятость более 5,5 тыс. чел.

Выручка индустрии оценивается в 13,5 млрд руб.<sup>1</sup>

■ Москва и Московская область (~94,1% выручки организаций)
 ■ Развивающиеся регионы<sup>2</sup> (суммарно ~4,7% выручки организаций)



### Индустрия «Анимация» сегодня:

- **150 часов в год** производства для всех платформ – телевидение, кинопрокат и онлайн-кинотеатры (~x3 с 2011 г.)
- **>50 анимационных студий** по всей стране (x3 за 10 лет)
- В России действует **67 школ креативных индустрий**, имеющих студии анимации, в которых обучается >6 тыс. чел.
- Подготовка к работе в анимационной индустрии реализуется в **18 колледжах** и **24 ВУЗах** по всей стране
- **9,3 млн зрителей** российских мультфильмов в кинотеатрах (x2,5 с 2021 г.)
- Сборы российской анимации в зарубежном кинопрокате в 2023 г. составили \$11,5 млн (+20% к 2022 г.)

1. От продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей). Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ: выручка по коду 59.11.1 (Производство анимационных фильмов) составляет ~6% выручки по коду 59.11 (Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ) 2. Санкт-Петербург, Свердловская обл., Хабаровский край, Калининград, Ростовская обл., Саха (Якутия);

3. Исследование анимационной индустрии Москвы, проведенное АНО «Агентство креативных индустрий». С учетом самозанятых - 6-7 тыс. чел. (оценка ААК) 4. Производительность труда рассчитывалась как частное ВДС и числа работников

В рамках отраслевого исследования «Анимация» выделяется как отдельная креативная индустрия и включает в себя один вид деятельности

**В международных классификаторах<sup>1</sup> «Анимация» не выделяется**

**как отдельная креативная индустрия**

В международной практике «Анимация» является составляющей в индустрии «Кино и сериалы» и выделяется в качестве одного или нескольких следующих элементов:

- Производство анимационного контента
- Распространение анимационного контента

**По состоянию на 2024 г. в ОКВЭД2 индустрия «Анимация» представлена следующим кодом:**

- 59.11.1 – Производство анимационных фильмов

Этот код был интегрирован в ОКВЭД в 2021 г., в связи с этим большинство организаций, указавших в качестве основного вида деятельности код 59.11.1, были зарегистрированы после 2021 г. Однако большинство организаций, занимающихся производством анимации, зарегистрированы под кодом 59.11 (производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ). Вероятной причиной для этого является отсутствие у них стимулов к смене кода.

На текущий момент деятельность по дистрибуции и показу анимации не выделяется в отдельные ОКВЭДы

Это связано с тем, что дистрибьюторы и каналы распространения (кинотеатры, ТВ и др.) также занимаются дистрибуцией и демонстрацией фильмов и сериалов

Разделить деятельность таких компаний между индустриями «кино и сериалы» и «анимация» не представляется возможным

В связи с этим, выделение дополнительных ОКВЭДов для дистрибьюторов и каналов распространения анимации не является целесообразным

1. Включает как страновые, так и региональные и международные классификаторы (например, Unesco)

# Анимационная индустрия не только создает креативный продукт, но и формирует спрос на продукцию других отраслей

Для развития анимационной индустрии необходима поддержка не только ключевых, но и поддерживающих (обеспечивающих) участников отрасли

## Цепочка создания ценности индустрии «Анимация»



## Анимация оказывает положительное влияние на другие креативные индустрии

- Музыка:** поддерживает композиторов и исполнителей, создающих музыкальное сопровождение
- Книги:** становится основой для книг и комиксов
- Детские товары:** образы популярных героев используются для производства игрушек
- Видеоигры:** многие современные видеоигры создаются с интегрированным анимационным контентом
- Реклама:** персонажи и сюжеты широко используются в рекламных кампаниях
- Кино:** активно применяется CGI, из анимационных картин создаются игровые фильмы
- Программное обеспечение:** стимулирует создание новых технологий, например, движков
- Мода:** по мотивам анимационных сюжетов и персонажей производится одежда и обувь
- Театр:** анимация может стать основой для театральной постановки и наоборот

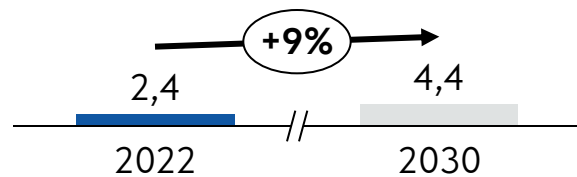
# Продукция индустрии «Анимация» имеет 4 основных канала распространения и монетизации

Российский рынок<sup>1</sup> анимации вырос до **20,2 млрд руб. в 2023 году** (+11,6% к 2022 году).  
Прогнозируется рост рынка **до 41,1 млрд руб. в 2030 г.** при среднегодовом темпе роста 11%



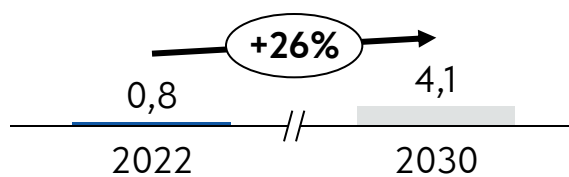
## Кинопрокат

Монетизация за счет продажи билетов



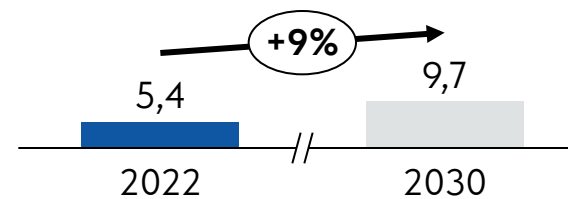
## Онлайн-кинотеатры

Монетизация по нескольким моделям, основные – подписочная и рекламная



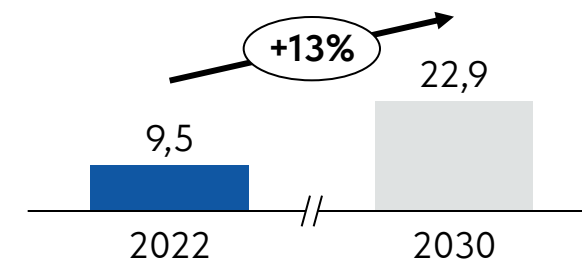
## Телевидение

Монетизация по рекламной модели на эфирном ТВ и за счет абонентской платы на неэфирном ТВ



## Лицензирование

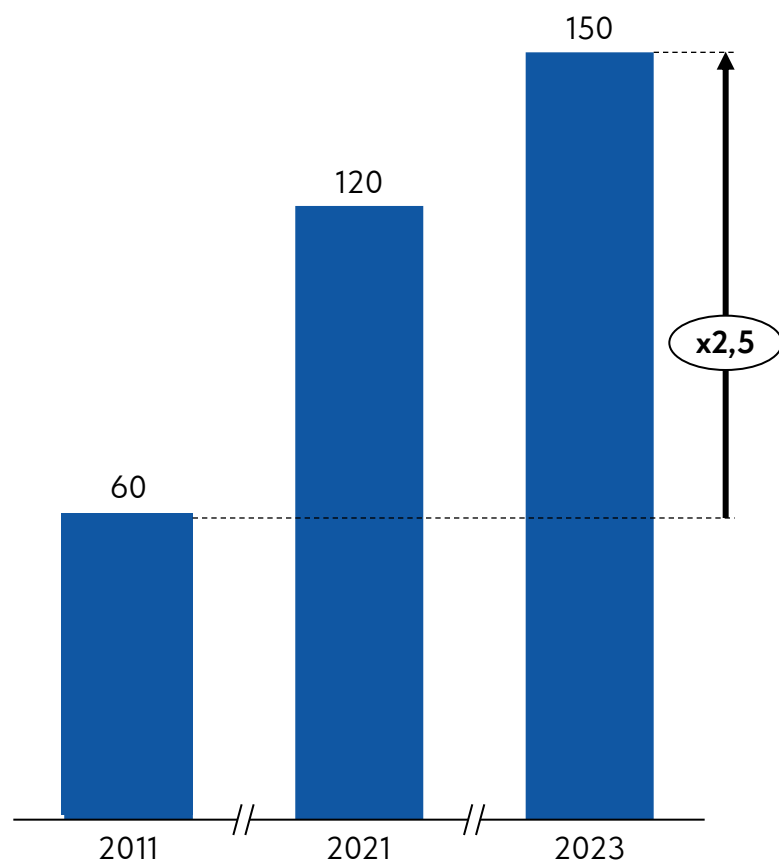
Монетизация за счет продажи прав в смежные индустрии



# Государственное стимулирование и усилия Ассоциации анимационного кино (ААК) поддерживают индустрию на траектории роста

Объем производства отечественной анимации вырос в 2,5 раза с 2011 г.

Объем производства отечественной анимации, часов в год



Значительную роль в становлении индустрии сыграла ААК

ААК включает 80 членов и ведет работу по следующим основным направлениям:

- Разработка мер государственной поддержки и GR
- Продвижение отечественной анимации на зарубежных рынках
- Развитие системы образования и подготовки кадров
- Организация отраслевых мероприятий
- Развитие отраслевой инфраструктуры
- Работа по защите интеллектуальной собственности (пиратство и контрафакт)

Основные меры государственной поддержки индустрии:

- Финансовая поддержка производства:**
  - Субсидии Минкультуры и Фонда Кино
  - Гранты ИРИ и ПФКИ
- Стимулирование экспорта:**
  - Финансовые меры: субсидирование затрат на адаптацию, патенты.
  - Нефинансовые меры: поддержка участия в международных мероприятиях, маркетинг, бизнес-миссии

Меры поддержки детализируются далее

# В российском прокате по-прежнему доминируют зарубежные анимационные картины

По объему предложения в прокате российская анимация в 4 раза уступает анимационным картинам зарубежного производства



Требуется системная поддержка индустрии для стимулирования внутреннего производства

## Три ключевых направления:

- 1 Недостаток государственной поддержки**  
 Отсутствие необходимых объемов финансовой поддержки не позволяет студиям расширять производство контента
- 2 Технологический дефицит**  
 Зависимость от зарубежного ПО и отсутствие российских аналогов замедляют процесс производства
- 3 Кадровый дефицит**  
 Ограниченный приток квалифицированных кадров и компетентных специалистов негативно сказывается на объеме предложения

# Рост популярности национальной анимации – общемировой тренд, актуальный и в России

## В мире растет интерес к локальному контенту

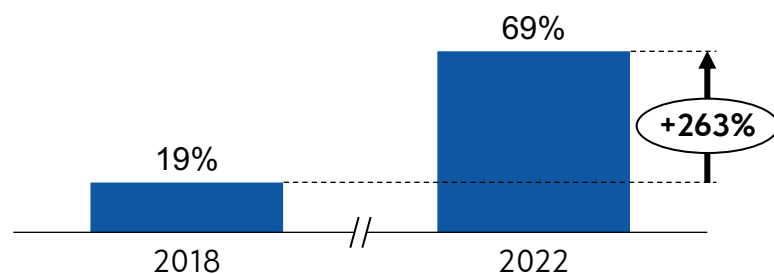
Глобальные онлайн-кинотеатры производят и закупают все больше контента с фокусом на локальные рынки:

- Disney+ приобретает местные анимационные студии для производства контента для локальных рынков (например, Латинская Америка, Индия)
- Контентная стратегия Netflix включает инвестиции в производство и закупку контента для локальных рынков. Такой контент обычно создается на местном языке, включает большое количество культурных составляющих и отсылок (история, традиции, культурные обычаи и др.)
- Amazon Prime инвестировал в производство локального контента для Японии и Индии в партнерстве с местными студиями

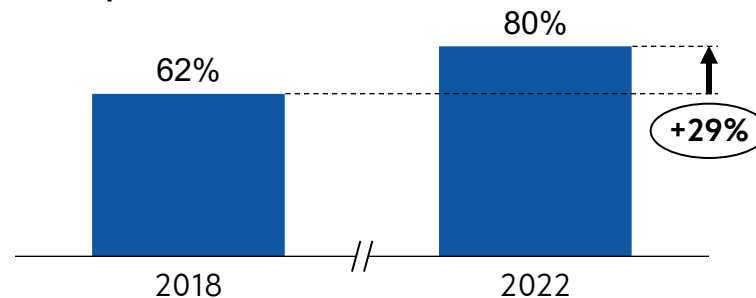
## В кинопрокате национальная анимация вызывает больше интереса, чем зарубежная:

- В России на фоне ухода иностранных мейджоров значительно выросли сборы локальной анимации при том, что зарубежная анимация (не голливудская) продолжает показываться
- В Китае традиционно высокая доля сборов местной анимации продолжает увеличиваться
- В Японии аниме составляет основу кассовых сборов и регулярно входит в топ-10 кассовых фильмов: в 2018 г. – 4 аниме, в 2022 и 2023 гг. – 6 аниме

Доля кассовых сборов российской анимации от сборов всей анимации в России, %



Доля кассовых сборов китайской анимации от сборов всей анимации в Китае, %



На фоне этих событий анимация имеет следующие возможности:

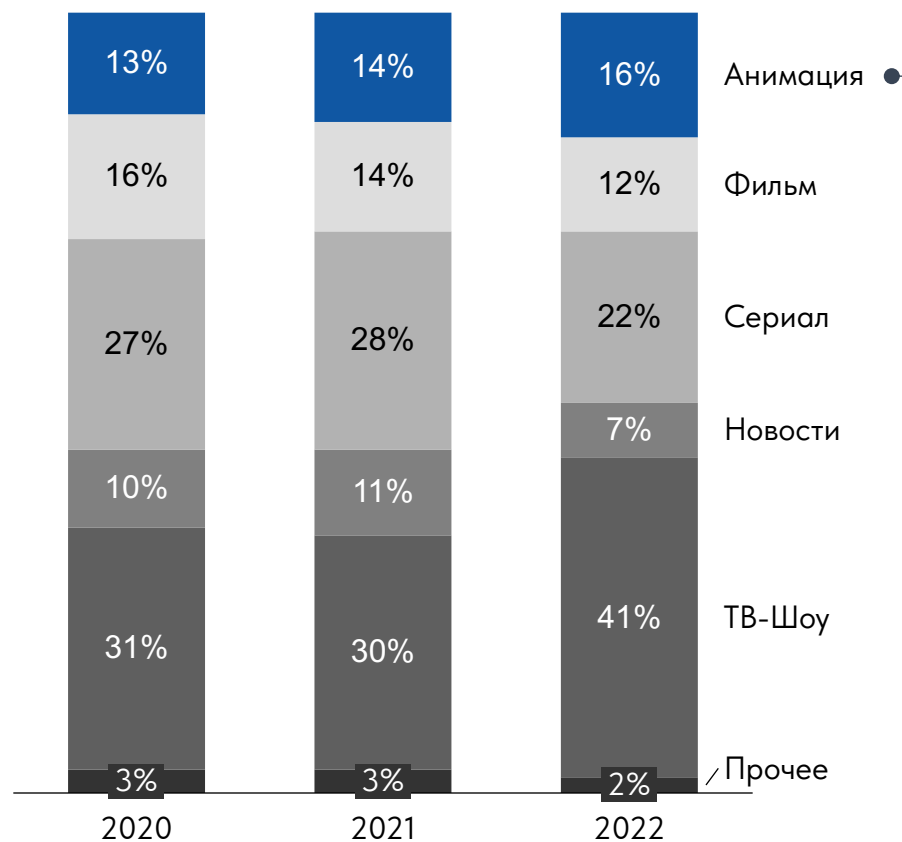
- Увеличение доли на внутреннем рынке
- Производство большего количества анимационного контента, в т.ч. за счет расширения возрастной аудитории
- Развитие новых жанров

На фоне интереса к локальному контенту необходимо поддержать замещение контента ушедших мейджоров и нарастить производство анимации

# Мультфильмы становятся более востребованными на телевидении

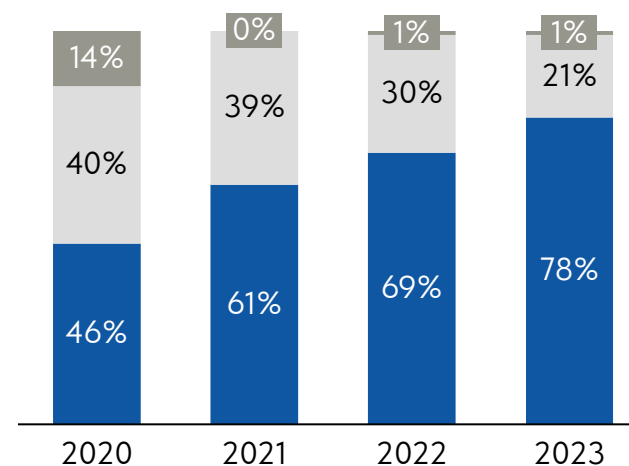
**В первые 2 мультиплекса входит 20 основных телеканалов страны, из которых 1 – детский канал**

**Структура сетки вещания на эфирном телевидении по форматам<sup>1</sup>, %**

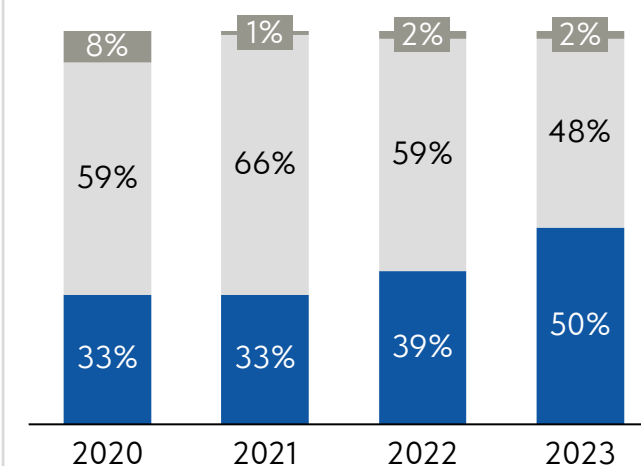


**В последние годы доля анимации на иностранном языке сокращается на эфирном ТВ**

**Структура показа полнометражных мультфильмов на ТВ по языку производства, %**



**Структура просмотра полнометражных мультфильмов на ТВ по языку производства, %**



Совместное производство
  Производство на иностранных языках
  Производство на русском языке

**Основу производства и потребления анимации на ТВ составляют сериалы**

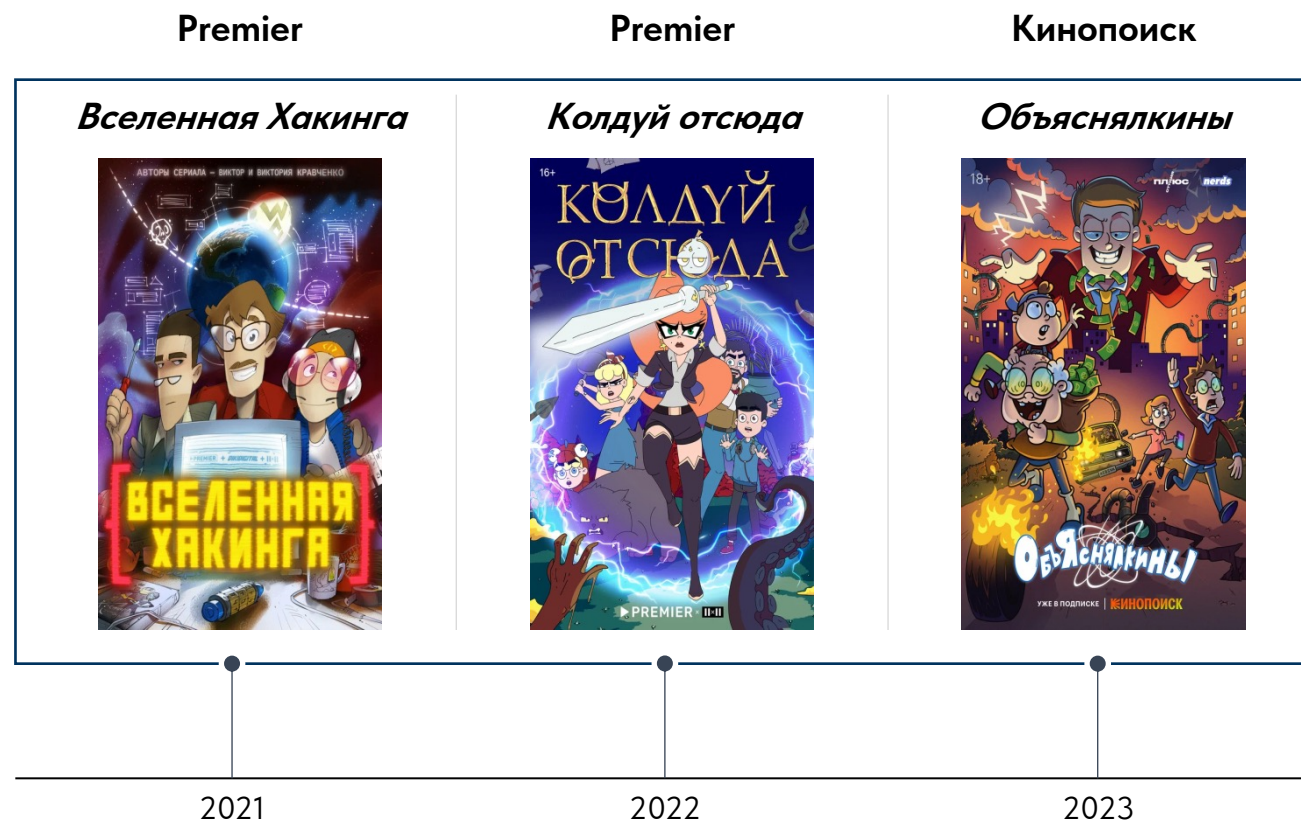
**Российская анимация производится для подростковой аудитории очень ограниченно, поэтому доля просмотра зарубежной анимации остается высокой**

1. Информация о структуре сетки вещания за 2023 г. не опубликована

# Развитие отрасли поддерживают онлайн-кинотеатры, заказывающие у анимационных студий эксклюзивные проекты

Ежегодно на российских онлайн-платформах выпускается один мультфильм оригинального производства<sup>1</sup>

**Финансирование производства российского анимационного контента для онлайн-кинотеатров**



**Росту заказа онлайн-кинотеатров на анимационный контент могут препятствовать:**

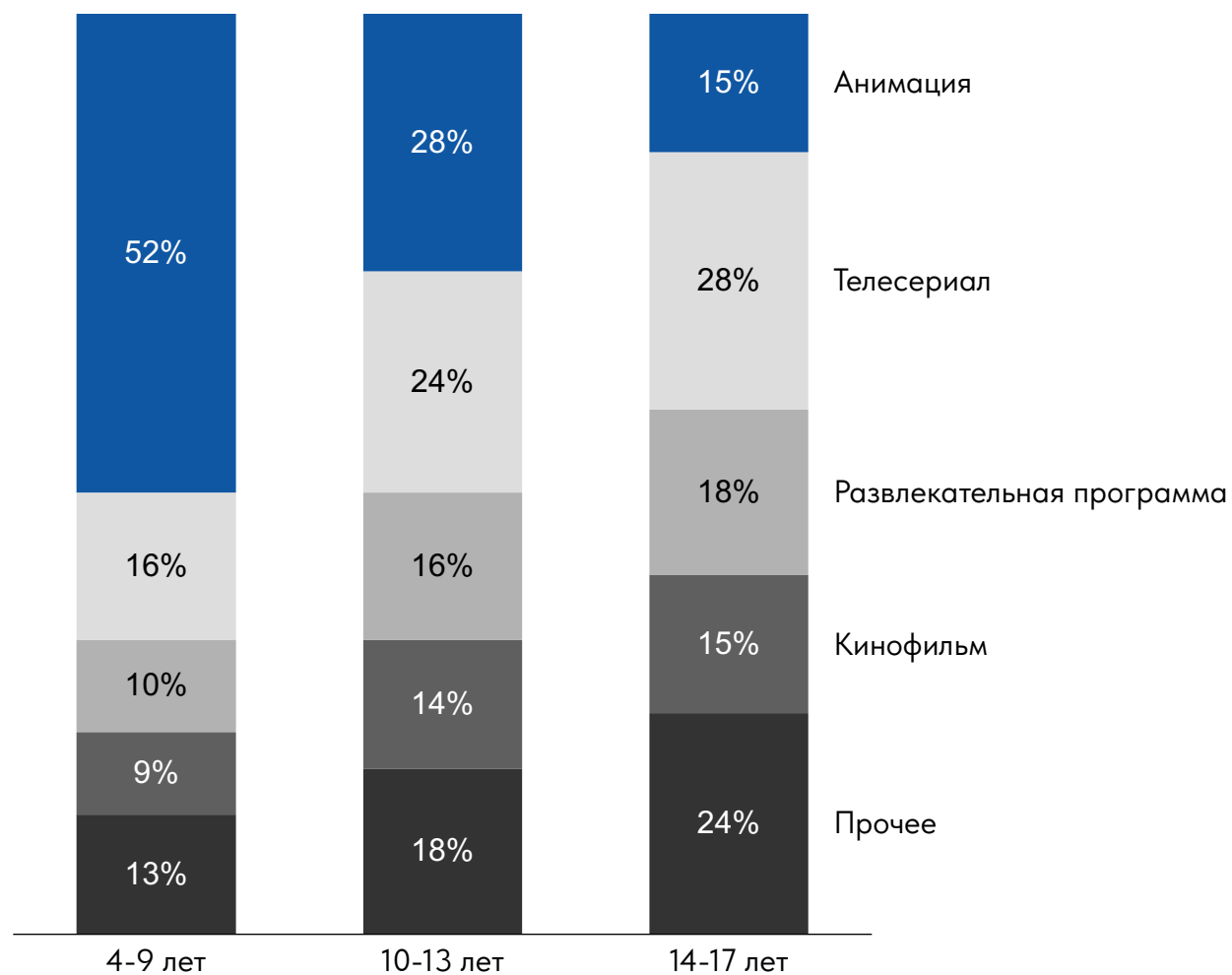
- Фокус на детскую аудиторию, ограничивающий охват других возрастных групп. Анимация не попадает в целевую аудиторию онлайн-кинотеатров (25-35 лет), которая предпочитает сериалы и полнометражные фильмы.
- Конкуренция для платного анимационного контента со стороны видео-хостингов, предлагающих бесплатную альтернативу.
- Анимация требует высоких производственных бюджетов.

**Необходимо осваивать высокий потенциал подростковой и других возрастных групп, предлагая оригинальный анимационный продукт**

1. Оригинальный контент – произведенный онлайн-кинотеатром или по заказу онлайн-кинотеатра

# Потенциал роста индустрии – в охвате новой аудитории

Распределение времени просмотра ТВ по жанрам программ в 2023 г. в возрастном диапазоне 4-17 лет, %



## Уменьшение доли просмотра анимации связано с несколькими причинами

- Ключевой потребитель анимационного продукта – детская аудитория.
- Однако естественное изменение потребительских предпочтений к формату и содержанию контента уменьшает возможности для монетизации анимационного контента. В частности, подростки предпочитают сериалы, короткие видео, рилсы.
- Актуальна проблема дефицита качественной анимации для подростков и взрослых в связи с уходом зарубежных ТВ-каналов (например, Nickelodeon) и правообладателей, а также недостатком предложения российского продукта.

**Необходимо поддержать производство отечественного контента для подростков и взрослых**

# Драйверы развития индустрии и целевые значения для индустрии «Анимация»

## Ключевые задачи



**Увеличение вклада индустрии «Анимация» в ВВП**

**0,01%**

вклад отрасли в ВВП к 2030 г.

## Драйверы развития индустрии

- Импортозамещение контента ушедших с рынка зарубежных студий
- Развитие индустрий-лицензиатов анимационной продукции (например, индустрии детских товаров)
- Качество и разнообразие российской анимации
- Рост числа проектов, получающих государственную поддержку
- Внедрение новых технологий в процесс производства
- Охват населения кинотеатрами
- Доступ населения к интернету
- Доступ населения к телевидению
- Борьба с пиратством и контрафактом

## Целевые значения к 2030 г.

- >200 часов (+33%) сериальной и полнометражной анимации производится в год
- Объем рынка нелегальных видеосервисов ниже 2 млрд руб. (-30% к 2023 г.)
- Доля контрафакта детских товаров с использованием анимационных образов <25% (-15 п.п. к 2023 г.)



**Восстановление экспорта российской анимации**

- Представленность российских студий и проектов на зарубежных отраслевых мероприятиях
- Количество стран, с которыми заключены двусторонние соглашения о сотрудничестве в области культуры
- Количество стран, с которыми заключены двусторонние соглашения о признании ко-продукции национальным контентом
- Качество и разнообразие российской анимации
- Наличие сильных культурных связей (языка, истории, ценностей)

- >35\$ млн собирает отечественная анимация в зарубежном прокате (+204% к 2023 г.)

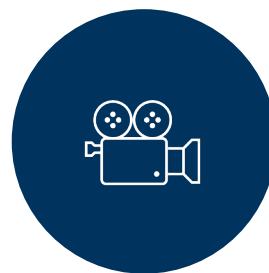
Индустрия «Анимация» обладает значительным потенциалом на внутреннем и внешнем рынках, для ее развития необходима системная поддержка

**Анимационная индустрия в России развивается благодаря усилиям ведущих студий, при поддержке Министерства Культуры**

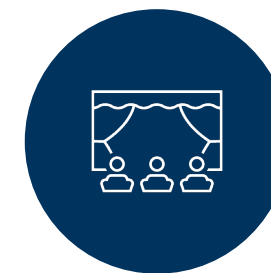
**и Фонда Кино. Однако ключевым драйвером роста остаются сами студии, создающие контент, который отражает семейные ценности – направление, поддерживаемое и продвигаемое государством на высшем уровне**



**Замещение контента  
ушедших с рынка  
правообладателей**



**Технологическая  
независимость**



**Продвижение российской  
культуры за рубежом**

**В нынешних условиях российская анимация должна ориентироваться на создание качественного и конкурентоспособного контента, развитие независимых технологий и продвижение российской культуры на мировой арене. Фокус на семейные ценности и поддержку семьи через анимацию требует дальнейшего развития и системной поддержки**

02

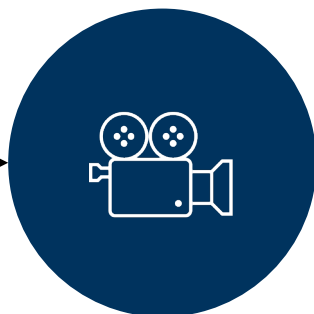
Барьеры, тенденции  
в индустрии

# Устранение барьеров по всей цепочке создания анимационного продукта – необходимое условие для развития индустрии и распространения российской культуры



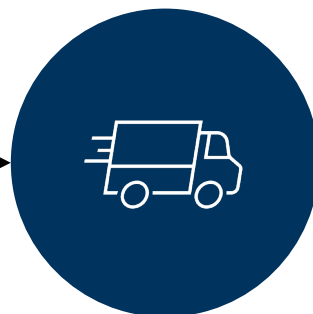
## Заказчики

- Рост стоимости производства анимационного контента
- Ограниченные государственные субсидии и гранты
- Снижение интереса к заказу оригинального анимационного контента



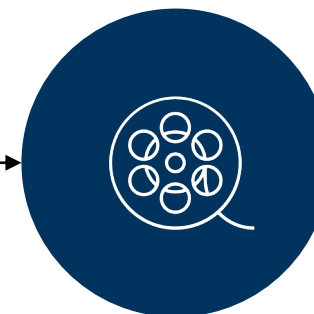
## Производители

- Долгий срок производства
- Высокая стоимость производства
- Низкая оборачиваемость средств
- Ограниченный доступ к современным ПО и оборудованию
- Дефицит квалифицированных специалистов



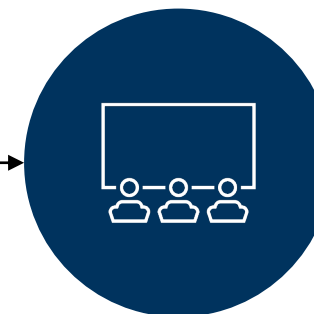
## Дистрибьюторы

- Низкие бюджеты на продвижение анимации как на внутреннем, так и на международном рынках
- Переориентация экспорта анимационного контента на новые международные рынки



## Каналы распространения

- Недостаток доступного легального анимационного контента на фоне ухода крупных зарубежных студий
- Рост потребления пиратского контента и контрафакта
- Ограниченные возможности продвижения анимации



## Потребители

- Ограниченная возрастная аудитория

# Инструменты государственной поддержки должны учитывать системные барьеры и их влияние на индустрию анимации

Группа	Барьеры	Описание влияния
 Создание	<b>1 Инфраструктура и технологии</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🇷🇺 <b>Ограничения на импорт технологий</b></li> <li>🇷🇺 Низкая представленность индустрии анимации в регионах</li> </ul>	Зависимость от импортного оборудования повышает себестоимость продукции из-за высоких цен и ограниченной доступности ресурсов. Концентрация студий в двух городах сдерживает развитие регионов
	<b>2 Кадры</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🌐🇷🇺 <b>Дефицит квалифицированных кадров</b></li> </ul>	Дефицит квалифицированных специалистов приводит к росту зарплат, что увеличивает общие расходы на производство анимации
	<b>3 Финансирование</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🇷🇺 <b>Недостаточный объем финансирования для замещения зарубежного контента</b></li> <li>🇷🇺 Сложный процесс получения мер господдержки и отчетности</li> </ul>	Недостаток инвестиций приводит к недостатку выпуска картин. Усложнённые процессы получения субсидий и льгот увеличивают сроки реализации проектов
 Продажа	<b>1 Продажа контента и лицензий на рынке РФ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🇷🇺 <b>Низкий уровень маркетинговых бюджетов</b></li> <li>🇷🇺 Высокая стоимость лицензий и недостаточная развитость индустрий-лицензиатов</li> </ul>	Недостаточные средства на маркетинг снижают доходы студий. У индустрий-лицензиатов есть альтернативы покупки лицензий, что снижает доходы индустрии от лицензий
	<b>2 Экспорт</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🇷🇺 <b>Снижение экспорта на недружественные рынки</b></li> </ul>	Снижение количества российских картин за рубежом приводит к снижению кассовых сборов из-за недоступности основных рынков
 Деловой климат	<b>1 Пиратство</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>🌐🇷🇺 Рост потребления пиратского контента и контрафакта игрушек</li> </ul>	Высокий уровень пиратства и большая доля контрафакта игрушек снижают доходы правообладателей

подробнее – Раздел 3  
«Экспортный потенциал  
индустрии»

**Наличие этих барьеров значительно увеличивает издержки на производство и снижает конкурентоспособность российского анимационного контента как на внутреннем, так и на международном рынках**

# Барьер 1. Технологическая зависимость от зарубежного ПО

## Анимационная индустрия зависима от импортных технологий

- Уход западных поставщиков спровоцировал дефицит оборудования и программного обеспечения зарубежного производства, традиционно используемого российскими компаниями
- В связи с отсутствием российских аналогов выросли издержки и сроки производства российского анимационного контента
- Существует недостаток стандартов и методик по внедрению современных технологий, таких как ИИ и машинное обучение
- В индустрии отсутствуют унифицированные технологические стандарты, сокращая возможности для ко-продукции, межстудийных проектов и иных видов кооперации

### Инфраструктурный и технологический дефицит оказывает влияние на следующие области:

- Слабая дистрибуция
- Замедление производственных процессов
- Рост производственных расходов
- Ограниченное использование передовых технологий
- Снижение качества контента и скорости производства

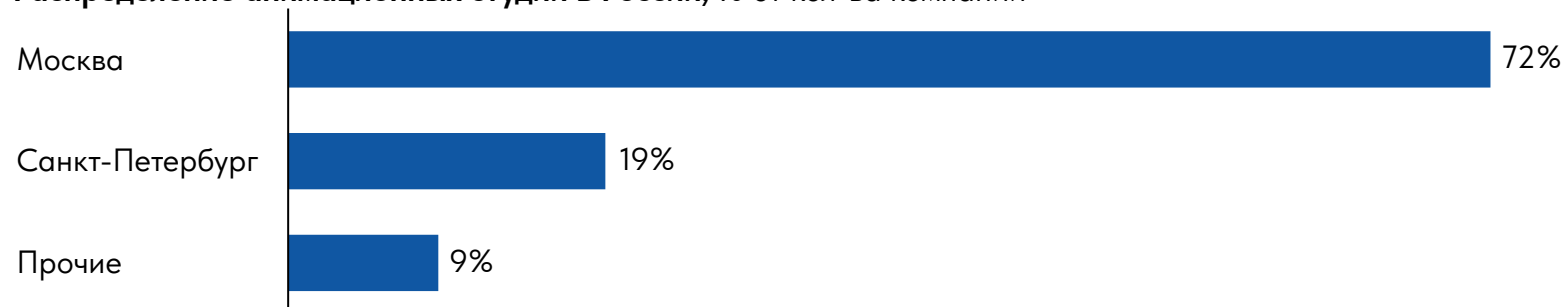
**Целесообразно разработать программу поддержки внедрения передовых технологий**

## Барьер 2. Региональная концентрация ограничивает возможности для системной государственной поддержки

### Инфраструктура в анимации ограничена и централизована

- Около 70% анимационных студий находится в Москве, а ~20% - в Санкт-Петербурге, что приводит к дисбалансу в региональном развитии и увеличению затрат на оплату труда из-за концентрации специалистов в столицах
- Нехватка в России современных студий, оборудования и квалифицированных кадров ограничивает возможности регионов вносить вклад в индустрию
- Финансирование на региональном уровне почти отсутствует, вынуждая студии обращаться к федеральным программам (Минкульт, Фонд Кино, ИРИ), которые не способны точно закрыть потребности каждого участника индустрии
- Практически отсутствует практика поддержки проектов, направленных на сохранение региональной и национальной идентичности, языков народов России

Распределение анимационных студий в России, % от кол-ва компаний



### Инфраструктурный и технологический дефицит оказывает влияние на следующие области:

- Ограниченный рост региональной индустрии
- Концентрация ресурсов в столицах
- Слабая дистрибуция
- Снижение качества контента и скорости производства

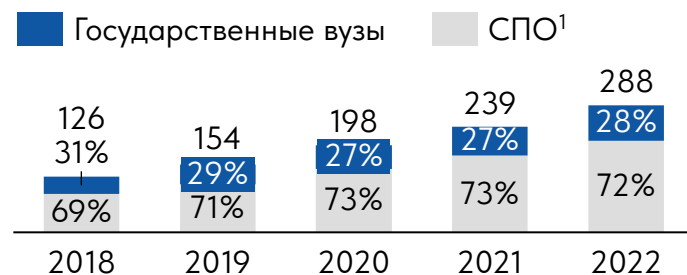
**Целесообразно разработать программу поддержки региональных анимационных студий с акцентом на модернизацию инфраструктуры**

## Барьер 3. Кадровый дефицит и нехватка квалификации у выпускников...

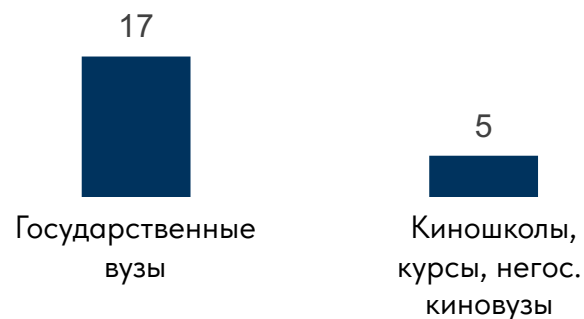
### Анимационная индустрия испытывает кадровый голод

- В индустрии ощущается дефицит образовательных программ, отвечающих современным требованиям, а региональные вузы только начинают развивать профильное обучение, что часто не соответствует нуждам рынка.
- Перегретый столичный рынок труда и нехватка квалифицированных кадров в регионах усложняют развитие региональной анимации
- В 2022 г. в России завершили обучение всего 288 специалистов в сфере анимации и мультимедиа.
- Текущие профессиональные стандарты быстро устаревают
- Отсутствие единых образовательных стандартов в индустрии ведет к разрыву между квалификацией выпускников и требованиями студий, который индустрия не в состоянии решить самостоятельно

### Численность выпускников по направлению Анимация и мультимедиа, чел.



### Образовательные организации по направлению Анимация и мультимедиа в России, шт.



### Кадровые проблемы тормозят развитие индустрии:

- Недостаток квалифицированных кадров и их высокая текучесть снижают качество выполняемых работ
- Конкуренция за специалистов приводит к росту зарплат и, соответственно, увеличивает затраты на производство анимационного контента
- Недостаток кадров ограничивает возможности для создания анимационного контента за пределами столиц, замедляя развитие индустрии в целом
- Отсутствие образовательных стандартов приводит к тому, что программы подготовки кадров сильно различаются, не обеспечивая единообразного подхода к обучению и стандартизации профессиональных компетенций

**Необходимо организовать программы подготовки и удержания кадров, доработать профессиональные стандарты и разработать образовательные стандарты**

1. Среднее профессиональное образование

... в том числе в контексте появления новых профессий, обусловленных новыми требованиями к специалистам и технологическим прогрессом

**ИИ создает новые профессии и активно проникает в уже существующие, облегчая и ускоряя процессы анимационного производства**

### 1 Промпт-инженеры

- Работают с системами искусственного интеллекта, пишут текстовые запросы и создают контент на основе выданных результатов, корректируя его

### 2 Сценаристы ИИ

- ИИ предлагает идеи и генерирует сюжетные линии на основе текстовых запросов. Это помогает сценаристам находить новые креативные решения и оптимизировать процесс написания. Алгоритмы ИИ могут анализировать успешные сценарии и предлагать улучшения для существующих

### 3 Художники-аниматоры

- ИИ улучшает и ускоряет процессы создания персонажей, фонов, текстур и концепт-арта. Художники используют ИИ для генерации различных визуальных элементов, от быстрого прототипирования до автоматизации создания текстур и материалов. Концепт-художники, художники персонажей и художники по свету могут быстрее находить креативные решения и вносить изменения благодаря современным алгоритмам

### 4 Звукорежиссёры и специалисты по звуковым эффектам

- Искусственный интеллект помогает создавать и синхронизировать звуковые эффекты и фоновую музыку. Он также генерирует звуковые ландшафты, подстраиваясь под атмосферу сцены

**Новые технологии активно проникают в индустрию, делая создание контента более эффективным:**

- Оптимизируют и ускоряют процессы, сокращая сроки и расходы на создание анимации
- Расширяют возможности для повышения качества и креативности контента

**Однако, ключевым барьером для внедрения новых технологий остается дефицит квалифицированных специалистов**

**Необходимо развивать обучение новым профессиям и поддерживать создание ИИ-стартапов, стимулировать проекты в сфере R&D, чьи прикладные результаты могут быть использованы, а также создавать инкубаторы и акселераторы в регионах, ориентированные в том числе на малые бизнесы в сфере анимации**

## Барьер 4. Для поддержки индустрии требуется расширение инструментов государственного финансирования

### С учетом стабильного роста себестоимости в индустрии недостаточно внутренних ресурсов для финансирования длинного производственного цикла

- Производство анимационного контента требует значительных вложений, которые часто не окупаются из-за сложной системы монетизации, а также из-за долгого цикла производства и низкой оборачиваемости средств
- Ограниченные бюджеты на продвижение и маркетинг продукции снижают её конкурентоспособность как на внутреннем, так и на международном рынке
- В 2019 г. средняя себестоимость производства полнометражного анимационного фильма была рекордной и составляла 304 млн руб. После пандемии бюджет производства в среднем растет на 25% ежегодно, в 2022 г. он составил 249 млн руб. (+29% к 2021 г.)

### Недостаток финансирования анимации:

- Замедляет запуск новых проектов и расширение существующих студий, что приводит к снижению общего темпа роста индустрии
- Провоцирует рост цен на услуги, необходимые для создания анимационного контента, создает дополнительные барьеры
- Влечет сложности с привлечением частных инвесторов
- Блокирует стимулы для инноваций

**Целесообразно упростить доступ к финансированию, снизить налоговые и административные издержки для анимационных студий**

## Барьер 5. Конкуренция со стороны товаров white label и контрафакта снижает привлекательность продаж лицензий смежным индустриям

### Анимационная индустрия сталкивается с трудностями в продаже лицензий на внутреннем рынке

Продажа лицензий на использование анимационных сюжетов и персонажей в смежные индустрии – ключевой доход для индустрии, однако:

- В индустрии детских товаров (основной индустрии-лицензиата) только ~10% продукции производится в России, 90% сконцентрировано зарубежом (в основном, в Китае), что ведет к высокой доли контрафакта и снижает доходы от продажи лицензий
- Для российских производителей зачастую более выгодно производить «white label» товары<sup>1</sup>, чем инвестировать в покупку лицензий и рисковать этими средствами
- После ухода зарубежных студий они практически прекратили следить за соблюдением прав на свои лицензии, что ведет к риску нелегального производства товаров по мотивам западной анимации со сниженными издержками (нет необходимости оплачивать лицензию)
- Сохраняется риск, что после ухода зарубежных студий потребители не будут готовы переключиться на товары по лицензиям российской анимации ввиду высокой популярности зарубежной анимации

Российская анимационная индустрия не может снизить стоимость лицензий в связи с длинным циклом окупаемости проектов (7-10 лет) и высокой инфляцией издержек

**Таким образом, продажа лицензий производителям детских товаров испытывает давление с нескольких сторон:**

- Конкуренция с более дешевыми товарами, произведенными в Китае и брендами white label
- Возможность производства товаров по мотивам зарубежной анимации без покупки лицензии
- Рост контрафакта

**Для наращивания объемов продажи лицензий необходимо развитие смежных индустрий (в частности, детских товаров), а также стимулы для производства в России**

1. White label – термин, применяемый для обозначения брендов, созданных с нуля, без покупки лицензии, но и без нарушения авторских прав

# Барьер 6. Несоответствие отраслевой нормативно-правовой базы современным вызовам индустрии

Российское законодательство в сфере культуры, в частности в индустрии «Анимация», описывает большое количество аспектов

## Основные

- Федеральный закон от 8 августа 2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрии в Российской Федерации» [ссылка](#)
- Закон «О государственной поддержке кинематографии» [ссылка](#)
- Концепция развития творческих индустрий до 2030 года [ссылка](#)
- План мероприятий по реализации в 2022–2024 годах Концепции развития креативных индустрий [ссылка](#)
- Закон об авторских и смежных правах (ГК РФ Часть 4) [ссылка](#)
- Федеральный закон от 14.07.2022 № 263-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [ссылка](#)
- Федеральный закон от 14.07.2022 N 354-ФЗ «О внесении изменения в статью 1263 части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [ссылка](#)
- Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 26.02.2024 N 30-ФЗ [ссылка](#)

Однако оно нуждается в изменениях по ряду причин:

1

приведение правовых норм в соответствие с **международным законодательством**

2

морально **устаревшие определения**, не соответствующие современному уровню цифровизации

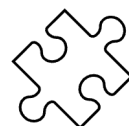
3

**новые виды правоотношений**, требующих регулирования



## Законодательство в области защиты авторских прав

Цифровой контент легко копировать и распространять – растет потребление пиратского контента в интернете, при этом законодательство является недостаточно жестким в отношении пиратов



## Борьба с контрафактом игрушек

Популярные анимационные бренды становятся жертвами производства и распространения контрафактных игрушек, что отнимает у них часть доходов, поскольку полноценный механизм регулирования отсутствует



## Регулирование искусственного интеллекта

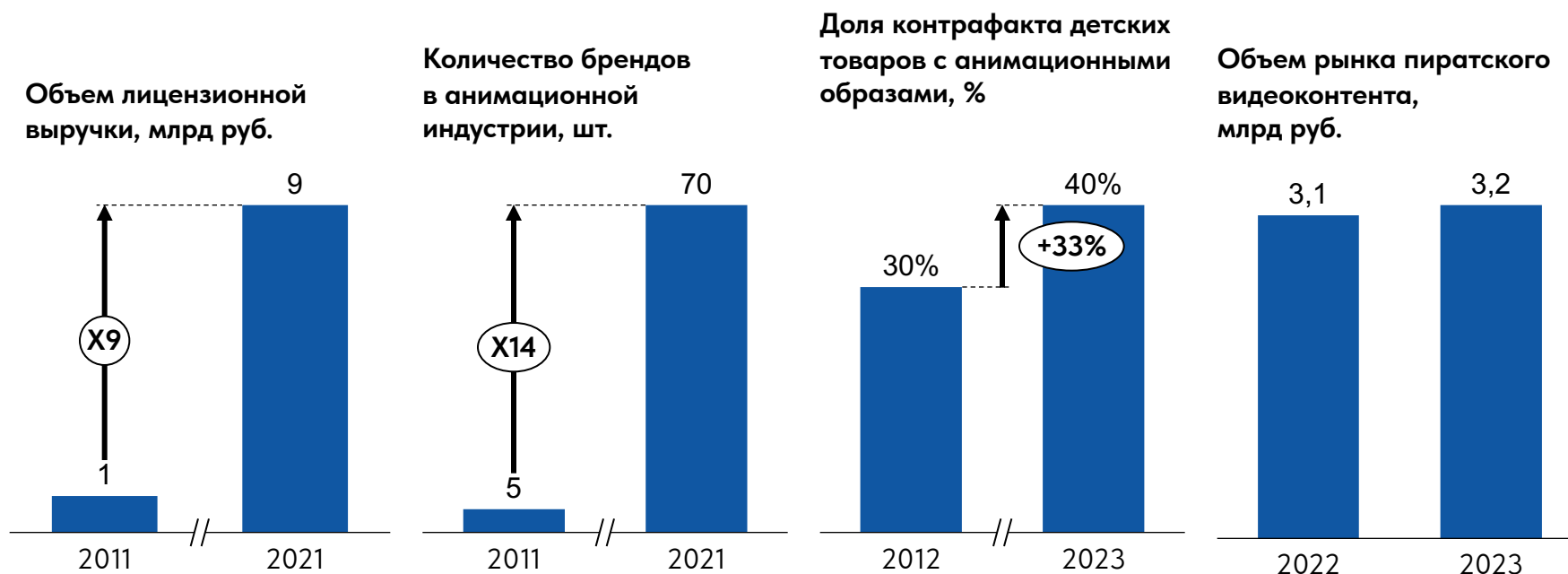
ИИ постепенно проникает в индустрию анимации, но при этом его использование не регулируется: возникают вопросы, связанные с защитой интеллектуальной собственности, защитой занятости креативных талантов и охраной образов персонажей

**Необходимо разработать перечень предложений по корректировке существующей нормативно-правовой базы в анимационной индустрии**

## Барьер 7. Недополучение доходов отрасли из-за распространенности пиратства и производства контрафакта,...

### Анимационная индустрия страдает от потребления пиратского контента и контрафакта

- Анимационная индустрия значительно выросла с 2011 г., объем лицензионной выручки увеличился в 9 раз, с 1 млрд руб. до 9 млрд руб., а число брендов с 5 до 70 (x14). В связи с этим интерес к контрафакту вырос
- Самое распространенное направление контрафакта – игрушки (в т. ч. куклы и фигурки). Контрафактный товар свободно реализуется на маркетплейсах, рынках, в локальных магазинах игрушек. Потеря в качестве компенсируется доступной ценой, тем самым повышая привлекательность для потребителя
- Анимационный контент распространяется на пиратских ресурсах. В 2023 г. россияне совершили 8,5 млрд посещений сайтов с нелегальным видеоконтентом, а рынок пиратского видеоконтента вернулся к росту



### Пиратство и контрафакт подрывает долгосрочную устойчивость индустрии:

- Потери от пиратства и контрафакта ограничивают финансовые возможности для инвестиций в новые технологии и развитие креативных проектов, что снижает конкурентоспособность индустрии
- Высокий уровень пиратства и контрафакта в России снижает доверие международных партнёров и ограничивает возможности для экспортного роста

**Необходимо усилить защиту интеллектуальной собственности**

## ... эффективное противодействие которым пока не проработано в российском законодательстве

### Несовершенство законодательства в сфере защиты авторских и смежных прав

Процесс блокировки пиратских сайтов длительный – пираты успевают адаптироваться:

- Блокировка сайта (до устранения нарушений) – занимает до 6-7 дней
- Постоянная блокировка пиратских ресурсов возможна после подачи двух разных исков в суд (занимает > полугода)
- Владельцы пиратских ресурсов успевают перенести контент на новый сайт или пользуются несовершенством системы блокировки зеркал

При этом наказание для пиратов несоизмеримо выгоде:

- Пиратские ресурсы приносят доходы владельцам за счет рекламы или платежей пользователей
- Штрафы за нарушение прав низкие (до 200 тыс. руб.) – несоизмерны доходам пиратов и ущербу правообладателей
- В 2024 г. внесены поправки в уголовный кодекс, смягчающие ответственность за нарушение авторских и смежных прав (подняты суммы для признания правонарушения в крупном или особо крупном размере) – позволит легализовать >20% правонарушений по статьям 146 и 165 УК РФ

Правоприменение в большинстве случаев:

- Владельцы и бенефициары пиратских ресурсов остаются анонимными, что не позволяет взыскать с них адекватную компенсацию
- Наказание ограничивается штрафом и блокировкой, что не препятствует дальнейшему распространению пиратского контента

### Низкая эффективность антипиратского меморандума для анимационной индустрии

- В 2024 году ААК вышла из меморандума в связи с тем, что предложенный механизм не позволяет противодействовать пиратству анимации, распространяемой через социальные сети
- Поддержка индустрии осуществляется напрямую через взаимодействие с Роскомнадзором

**Целесообразно усилить меры по борьбе с пиратством**

03

Экспортный потенциал  
индустрии «Анимация»

# Индустрия анимации создает уникальный экспортный продукт, способный стать ключевым инструментом продвижения мягкой силы

## Анимация способна стать локомотивом креативного экспорта России

- Ориентир для индустрии - восстановление экспортных объемов к допандемийному уровню и стабильный долгосрочный рост. Целевые рынки – страны с большим населением, но низкой покупательной способностью

## Уникальные черты анимационного продукта

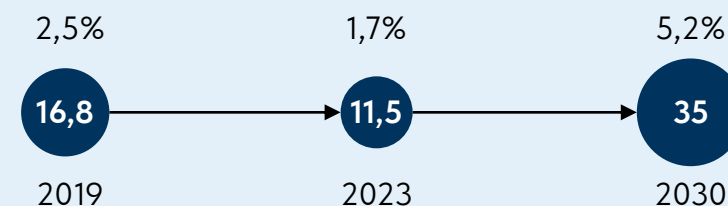
- Универсальный язык общения с различными группами потребителей, целевыми аудиториями безотносительно к культуре, религии и социально-экономическим особенностям принимающей аудитории
- Контент, востребованный у зарубежных телеканалов и онлайн-платформ
- Индустрия, способная стать локомотивом креативного экспорта России

## Совместное производство (ко-продукция) – востребованный индустрией инструмент

- Разделение инвестиций в производство и затрат на дистрибуцию
- Доступ на несколько рынков (диверсификация дохода)
- Доступ к широкому набору ресурсов (кадры, технологии и др.)
- Обмен опытом с партнером ко-производителем

## Российская анимация имеет потенциал превысить допандемийные сборы на зарубежных рынках:

Экспортные сборы российской анимации, млн \$, емкость рынка в дружественных странах



Только в дружественных странах сборы импортной анимации составляют ~0,7\$ млрд. – есть значительный потенциал наращивания экспорта российского кинематографа.

## Системная поддержка экспорта отечественной анимации позволит:

- Распространить российскую культуру на дружественных рынках
- Сформировать положительный имидж России за рубежом
- Восстановить доходы отрасли

# Потенциальные рынки сбыта российской анимации – страны Глобального Юга

Доля сборов анимации зарубежом по странам, 2023, %



- Япония и США значительно опережают другие страны по доле кассовых сборов из-за рубежа в связи с тем, что крупнейшие местные студии (мейджоры) являются глобальными игроками и производят контент, направленный на международную аудиторию
- В странах с развитой индустрией анимации доля сборов из-за рубежа составляет 10-20%, при этом значительную роль играют культурные факторы (напр., китайские студии в основном производят контент, ориентированный на азиатский рынок)
- При этом эксперты отмечают, что конкурентоспособность российской анимации сопоставима с иностранной, что говорит о потенциале роста экспорта:

«У нас есть специалисты, которые, как показывает опыт, могут сделать анимацию, качеством не уступающую иностранной»

Александр Нечаев, главный редактор «Бюллетеня кинопрокатчика»

Сценарии роста экспорта российской анимации, млн \$



- Консервативный сценарий – запрет на импорт российской анимации недружественными странами, отсутствие целевых мер поддержки экспорта российской анимационной продукции
- Целевой сценарий – реализация предлагаемых мер поддержки экспорта отечественной анимации
- Оптимистичный сценарий – снижение геополитической напряженности и рост экспорта российской анимации в недружественные страны

**Экспорт российской анимации может осуществляться как в кинотеатрах, так и с помощью стриминговых платформ и ТВ каналов. Потенциальные покупатели российской анимации на крупных дружественных рынках:**

## Китай:

- China Film Group Corporation и Huaxia Film Distribution – крупнейшие государственные дистрибьюторы зарубежных фильмов в Китае
- iQiyi, Tencent Video, Youku – крупные стриминговые платформы

## Мексика:

- Cinépolis Distribución и Videocine Distribución – крупнейшие дистрибьюторы зарубежных фильмов
- Claro Video – одна из крупнейших стриминговых платформ в Латинской Америке
- Televisa и TV Azteca – крупные местные телеканалы

## Бразилия:

- Paris Filmes и Downtown Filmes – ведущие дистрибьюторы зарубежных и местных фильмов
- Globoplay – одна из крупнейших стриминговых платформ в Бразилии
- Grupo Globo и SBT – крупнейшие ТВ сети

## Саудовская Аравия:

- Empire International Gulf и Front Row Filmed Entertainment – крупнейшие дистрибьюторы зарубежных фильмов
- Shahid TV – крупнейшая стриминговая платформа на Ближнем Востоке и в Северной Африке
- MBC, Rotana – крупные телеканалы, показывающие зарубежный контент

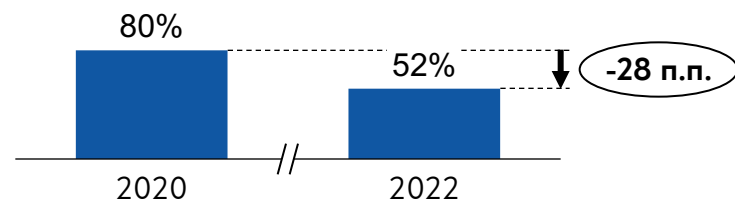
**Возможна синергия анимационной индустрии с индустрией «Кино и сериалы», т.к. в роли покупателя выступают те же платформы**

# Однако дальнейший рост экспорта осложняется системными барьерами, связанными с освоением международного рынка

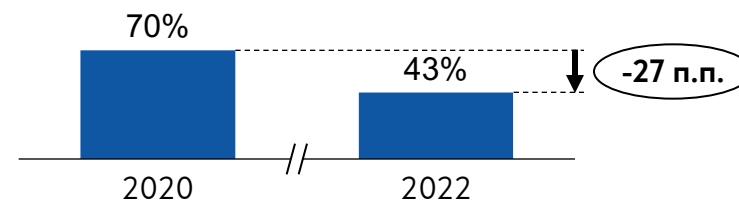
## Российская анимация сталкивается с вызовами:

- С 2022 г. западные дистрибьюторы ограничили приобретение российского контента, в том числе анимационного. В связи с этим, экспорт российской анимации переориентируется на рынки дружественных стран. При этом, возникают проблемы с трансграничными платежами. Поэтому экспорт осуществляется с помощью посреднических структур и филиалов в других странах, а не напрямую из России. Использование иностранных юрисдикций, номинально выступающих производителем контента, приводит к недополучению доходов российской анимационной отраслью

Доля зарубежных сборов анимации в Европе от всех зарубежных сборов анимации, %



Доля зрителей российской анимации в Европе от всех зарубежных зрителей анимации, %



## Ограниченные ресурсы отрасли сдерживают экспортный потенциал

- Ограниченные меры поддержки экспорта, включая финансирование и продвижение, снижают конкурентоспособность российского анимационного контента на международной арене
- Адаптация контента для международных рынков требует значительных финансовых вложений, что ограничивает возможности для выхода на новые рынки
- Экономические и политические барьеры снижают объём экспорта, что негативно сказывается на общем уровне международных продаж

## При этом экспорт в дружественные страны осложняется рядом факторов:

- Значительные культурные отличия и предпочтения аудитории
- Слабые связи с представителями отрасли на дружественных рынках
- Отсутствие системной поддержки экспорта продукции анимационной индустрии
- Ограничения на импорт:
  - Квоты (напр., в Китае только 34 зарубежных фильма в год могут быть показаны по модели revenue share)
  - Импортные пошлины (напр., в Бразилии составляют 20-35%)
  - Локальные правила регулирования контента (напр., маркировка, запрет определенных тем) требуют доп. затрат на адаптацию контента

**Необходима централизованная поддержка в международном продвижении российской анимации**

# Для реализации экспортного потенциала необходимо восстановить меры государственной поддержки индустрии


 РОССИЙСКИЙ  
ЭКСПОРТНЫЙ  
ЦЕНТР

## Ключевой институт поддержки экспорта

До 2023 г. РЭЦ предоставлял систему мер поддержки для креативных индустрий:

### Субсидирование маркетинга и адаптации контента

**70%**

на продвижение, сертификацию и адаптацию

### Финансирование участия в международных мероприятиях

**700 тыс. руб. – 2 млн руб.**

на аренду площади, регистрационные сборы

### Финансовая поддержка кинопроизводства

**40%**

 рибейт на производство в России для национальных фильмов<sup>1</sup>

### Нефинансовые меры поддержки

Обучение ВЭД, аналитические отчеты и исследования, юридические услуги, сертификация и лицензирование

На сегодняшний день действуют только нефинансовые меры поддержки.

Причинами приостановки программ финансовой поддержки стали:

- 1 Повышенный риск новых проектов для бизнеса, связанный с переориентацией на новые рынки и невозможностью бизнеса гарантировать экспортный доход
- 2 Сложности с проведением платежей и предоставлением официальной отчетности
- 3 Отсутствие понятного механизма получения субсидий (единого окна)

Повышение темпов роста экспорта креативных продуктов и услуг определенно требует предоставления профильных мер поддержки и индивидуального подхода исходя из запроса отрасли. Перед нами стоят системные задачи, которые необходимо решать на федеральном и региональном уровнях

Старший вице-президент РЭЦ Никита Гусаков

1. Анимация также может получить удостоверения национального фильма

Наблюдается восстановление спроса на комплексные меры поддержки экспорта со стороны креативных индустрий. Возможные шаги:



### 01 Возобновить предоставление финансовых мер поддержки

Поддержка участия в международных мероприятиях и адаптации и продвижения контента на зарубежных рынках



### 02 Организовать программы рибейтов для анимации

Компенсация затрат для российских компаний, а также зарубежным, занимающимся совместным производством на территории РФ



### 03 Сформировать «единое окно» получения мер поддержки

Выделение в рамках РЭЦ департамента, ответственного за поддержку экспорта креативных индустрий, и создание единого портала с доступными мерами поддержки для них

# Меры поддержки экспорта, предлагаемые Роскино, не включают механизм субсидирования экспортных расходов (адаптация, патенты)



## Ключевой институт поддержки экспорта кино

Роскино оказывает поддержку продвижения отечественного кинематографа зарубежом по ряду направлений, в основном при поддержке Минкульта РФ:

- 1 **Film Markets** – возмещение части затрат на участие представителей российской киноиндустрии в международных кинорынках, направленных на продвижение и популяризацию национальных фильмов
- 2 **Key Buyers Event** – международный рынок российского аудиовизуального контента, созданный для презентации контента международным дистрибьюторам и поиска партнеров для копродукции (проводился до 2022 г.)
- 3 **ROSKINO ACADEMY** - образовательный проект для российской киноиндустрии, предоставляющий прикладные знания и навыки для реализации международных инициатив
- 4 **Russian Film Festival** – дни российского кино за рубежом для ознакомления зарубежных зрителей с российским контентом
- 5 **Filming Locations in Russia** – проект по продвижению российских регионов как кинолокаций для иностранных съемочных групп

Кроме того, Роскино способствует укреплению международных связей с дружественными странами в сфере кинематографии:

- 1 **Дни зарубежного кино** – проект, который знакомит широкую российскую аудиторию с современным кино Азии, Ближнего Востока и Северной Африки, а также стран СНГ

## При этом на сегодняшний день, меры поддержки экспорта отечественного кинематографа:

- 1 **Частично дублируются у РЭЦ и Роскино**
  - Например, образовательные меры поддержки предлагают оба органа
- 2 **Отсутствуют рибейты для зарубежных кинопроизводителей**
  - Копродукция – один из ключевых каналов экспорта
  - При этом рибейты для ко-продукционных проектов сегодня не предоставляются
- 3 **Отсутствуют меры по поддержке адаптации контента к новым рынкам**
  - Рынки дружественных стран сильно отличаются от традиционных рынков экспорта кинематографа до 2022 г.
  - При этом меры поддержки адаптации контента (такие как субсидии на перевод) сегодня не предоставляются

**Целесообразно расширить меры поддержки экспорта и определить единый ответственный орган во избежание дублирования функций**

04

Международный опыт  
поддержки индустрии

# В мировой практике страны решают инфраструктурные проблемы строительством современных комплексов и цифровизацией отрасли

## Развитие инфраструктуры и технологий

- Страны активно строят и модернизируют студии, оснащенные современным оборудованием и программным обеспечением для анимации. Это позволяет значительно увеличивать производственные мощности и улучшать качество создаваемого контента
- Правительства инвестируют в развитие современных цифровых технологий и облачных платформ. Это помогает оптимизировать производственные процессы, снижать затраты и позволяет студиям выпускать конкурентоспособный контент на мировом уровне
- Государства оказывают поддержку строительству новых студий и внедрению передовых технологий. Эти усилия помогают индустрии адаптироваться к меняющимся условиям рынка и улучшать качество продукции

## Пример зарубежной инициативы



### Строительство современных анимационных студий



Южная Корея

### Внедрение цифровых и облачных технологий



Индия

#### Цели и барьеры

Создание производственных мощностей с использованием новейшего оборудования и технологий для повышения конкурентоспособности

Оптимизация процессов и сокращение затрат через цифровизацию и автоматизацию

#### Описание и результаты

Создание и модернизация студий, что позволяет выпускать конкурентоспособный контент. Южная Корея стала крупным хабом, привлекая международные заказы и партнерства

Активное внедрение облачных технологий улучшило производительность и снизило издержки

#### Организатор

Korean Film Council

NASSCOM

#### Практика в других странах



Pinewood Studios



Toei Animation



Studio Mir

# Страны развивают киноиндустрию, внедряя образовательные программы, предлагая грантовую поддержку и стипендии

## Создание специализированных образовательных программ

- Страны активно развивают специализированные образовательные программы в области анимации и VFX. Эти программы помогают подготовить квалифицированных специалистов, которые соответствуют мировым стандартам, что в свою очередь способствует росту конкурентоспособности национальных анимационных студий
- Правительства ведущих стран оказывают значительную поддержку образовательным программам, направленным на развитие анимационной индустрии. Это включает финансирование программ обучения, стажировок и повышения квалификации для студентов и специалистов

## Пример зарубежной инициативы



### Создание образовательных учреждений



Южная Корея

### Введение стипендий и грантов



Китай

#### Цели и барьеры

Подготовка специалистов для анимации и VFX, решение кадрового дефицита и улучшение квалификации

Финансовая поддержка студентов для стимулирования интереса к анимации и привлечение новых талантов

#### Описание и результаты

Программы включают курсы и стажировки, обеспечивая студентам необходимые навыки и поддерживая их дальнейшее трудоустройство. Государственные инвестиции помогают развивать индустрию анимации

Университеты предоставляют стипендии, что повышает доступность образования и поддерживает развитие будущих специалистов

#### Организатор

Korean Animation Academy

Университеты Китая

#### Практика в других странах



Япония



США



Индия

# Важную роль в зарубежных странах играют инструменты субсидирования анимационного производства




## Расширение стимулов для анимационного производства

- Развитые страны расширяют пакет субсидий для поддержки анимационного производства. В основном упор делается на **увеличение процентов в системе рибейтов**.
- Увеличенные стимулы для анимации помогают **снизить затраты на производство** и повысить инвестиционную привлекательность страны
- Высокие проценты рибейтов и налоговых льгот **стимулируют производство анимации**, создавая благоприятные условия для анимационных студий.

## Пример зарубежной инициативы



### Усиленные меры поддержки анимации

	 <b>Animation Tax Relief</b>	 <b>Испания</b>
<b>Цели и барьеры</b>	Стимулирование создания анимационного контента и привлечение инвестиций в анимационную индустрию, увеличение стоимости производства	Поддержка разработки высококачественных анимационных работ, повышение инвестиций в анимацию Испании
<b>Описание и результаты</b>	Сумма налоговой льготы, на которую можно претендовать, не ограничена. Производственная компания может претендовать на возврат до 29% от расходов на создание анимационного контента	Минимальные траты для получения рибейтов для анимации в 5 раз меньше, чем для фильма – €200 тыс. В Наварре % возвращаемых средств для фильмов составляет до 35%, а для анимации – 40%
<b>Организатор</b>	Animation UK	Правительство Испании и местные органы
<b>Практика в других странах</b>	 Australia Producer Offset  Правительство Франции	 GLAS Animation Grant Program

# Государственное финансирование маркетинговых кампаний поддерживает продвижение анимации на внутреннем и международном рынках

## Поддержка продаж на внутреннем и экспортном рынках

- Во многих странах налоговые льготы распространяются на маркетинговые расходы, стимулируя продажи анимации на внутренних и экспортных рынках (20-25% скидки).
- Правительства также выделяют субсидии на маркетинговые кампании, помогая национальным студиям конкурировать с международными игроками, особенно в региональных кинотеатрах и онлайн-платформах.
- Для поддержки экспорта специальные агентства предлагают финансирование продвижения, а также поддерживают совместные проекты с иностранными партнерами для снижения затрат и выхода на новые рынки.

## Пример зарубежной инициативы



### Финансирование маркетинговых кампаний



#### Цели и барьеры

Повышение видимости и узнаваемости национальных анимационных фильмов на внутреннем рынке. Основные барьеры – конкуренция с международными брендами

#### Описание и результаты

Государственная программа финансирования предоставляет гранты на продвижение национальных анимационных фильмов в региональных кинотеатрах

#### Организатор

Правительство Канады

### Финансирование экспорта и совместного производства



Расширение географии продаж анимационных фильмов на новые экспортные рынки

Программа поддерживает совместное производство анимации между европейскими странами, что способствует росту экспортных возможностей

Creative Europe MEDIA

#### Практика в других странах



# Базисом успешного развития индустрии становятся инструменты защиты интеллектуальной собственности и противодействия пиратству

## Борьба с нелегальным контентом

- Правительства и отраслевые организации разрабатывают системы мониторинга и контроля за нелегальным распространением анимационного контента в интернете. Это включает в себя автоматическое отслеживание пиратских сайтов и платформ
- Законы предусматривают крупные штрафы и юридические меры против нарушителей авторских прав, чтобы предотвратить незаконное использование анимационных произведений
- Индустрия активно работает над повышением осведомленности среди создателей и зрителей о важности защиты интеллектуальной собственности и соблюдения авторских прав

## Пример зарубежной инициативы



### Усиление защиты интеллектуальной собственности и ужесточение борьбы с пиратством



Европейский Союз



Япония

#### Цели и барьеры

Повышение защиты авторских прав на анимационный контент и уменьшение ущерба от пиратства через мониторинг и правоприменительные меры

#### Описание и результаты

Принята Директива об авторском праве для укрепления позиций правообладателей.

Платформы, размещающие большие объемы пользовательского контента (например, YouTube), обязаны гарантировать, что защищенные авторским правом работы не будут незаконно распространяться на их сайтах

Поправка 2020 г. к Закону об авторском праве: криминализация пиратских сайтов, фокус на защите национального контента (манга, аниме и др.), штрафы за скачивание пиратского контента, исключения исключений (например, использование в контенте в образовательных целях), просветительская кампания

#### Организатор

Европейское агентство по охране авторских прав

#### Практика в других странах



Южная Корея



Канада

05

Отраслевые инициативы  
по развитию индустрии

# Увеличение объемов господдержки позволит нарастить объем производства полнометражного и сериального анимационного контента

## Инициатива 1

### Увеличение объемов субсидий производства полнометражного и сериального анимационного контента



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансовая</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаточный объем финансирования для замещения зарубежного контента</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Повышение объемов производства контента</li> <li>• Повышение качества контента</li> <li>• Рост интереса к отечественному контенту</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственное финансирование из федерального бюджета</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минкультуры России</li> <li>• Минфин России</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026-2030 гг.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

##### Изменение системы и увеличение объемов господдержки

- В 2022 г. крупнейшие студии покинули российский рынок – отменили премьеры, а также запретили продажу прав на свои картины
- В результате наступил «контентный голод» – резкое сокращение предложения во всех каналах (кинопрокат, онлайн-кинотеатры и ТВ)
- При этом за последние годы значительно выросла стоимость производства анимации
- Необходимо нарастить производство отечественного контента для замещения ушедших студий
- Для этого целесообразно нарастить объем субсидий Министерства Культуры, Фонда Кино и ИРИ с фокусом на увеличение объемов производства анимации, в т.ч. сериалов

##### Ключевые аспекты:

- Увеличение объемов субсидирования анимационного производства
- Увеличение количества компаний-получателей господдержки
- Выделение части средств (в т.ч. невозвратных) на проекты с премьерными в низкие сезоны (например, летом)

# Создание экосистемы поддержки анимации, а не только физической инфраструктуры в регионах – ключевое условия развития индустрии

## Инициатива 2

### Создание анимационной экосистемы в регионах с высоким потенциалом развития анимационной отрасли



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансовая</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ограниченность технологических ресурсов и инфраструктуры</li> <li>• Дефицит анимационных студий в регионах</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитие анимации в регионах</li> <li>• Рост производства анимации</li> <li>• Повышение качество контента</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственное финансирование из федерального и региональных бюджетов с привлечением финансирования со стороны крупных компаний</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минкультуры России, РОИВ</li> <li>• Минэкономразвития России, РОИВ</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026-2028 гг.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

Сегодня дефицит инфраструктуры для производства анимации увеличивает стоимость производства контента и является «узким горлышком» для наращивания объемов производства. Необходимо ее расширение:

#### 1. Создание и модернизация инфраструктуры и оборудования анимационных студий в регионах

- Создание новых анимационных и модернизация действующих студий, отвечающих международным стандартам в регионах с высоким потенциалом развития анимационной отрасли

#### 2. Привлечение анимационных студий в региональные креативные кластеры с целью достижения синергии с другими креативными индустриями

- Создание интеграционных программ для взаимодействия анимационных студий с локальными образовательными учреждениями и исследовательскими центрами
- Льготные условия резидентства

#### 3. Льготное налогообложение

- Формирование специализированных зон с льготным налогообложением и доступом к общим ресурсам (например, студийное оборудование и постпродакшн сервисы)

#### 4. Формирование заказа на продукцию индустрии

- Включение продукции локальных анимационных студий в закупочные планы местных, региональных телеканалов

# Создание R&D центра ПО и оборудования позволит преодолеть барьеры, связанные с импортом зарубежных технологий

## Инициатива 3

### Создание R&D центра развития национального ПО и оборудования (кросс-индустриальная инициатива)



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансовая</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ограниченность технологических ресурсов и инфраструктуры</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Импортозамещение технологий для кинопроизводства</li> <li>• Снижение затрат на импорт оборудования и лицензирование западного ПО</li> <li>• Повышение качества контента</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственное финансирование из федерального бюджета с привлечением частного финансирования</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минкультуры России</li> <li>• Минцифры России</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026-2030 гг.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

#### Создание R&D центра ПО и оборудования креативных индустрий

- Российская анимационная отрасль зависима от западного ПО и оборудования
- С февраля 2022 г. ключевые поставщики покинули российский рынок – ограничили лицензирование ПО и импорт оборудования
- В результате, затраты на ПО и оборудование выросли, при этом аналоги из России и дружественных стран либо отсутствуют, либо уступают по функциональности
- Для монтажа большинство компаний используют зарубежные Adobe Premier и DaVinci, а для создания визуальных эффектов - AfterEffects, Autodesk Maya, The Foundry Nuke и SideFX Houdini, которые необходимо импортозаместить<sup>1</sup>
- Необходимо импортозаместить ПО и оборудование и обеспечить технологическую независимость отрасли, который будет:
  - Приоритизировать наиболее востребованное для креативной экономики ПО и оборудование
  - Координировать работу над разработкой отечественных технологий
  - Управлять выбором компаний-разработчиков и оказывать им финансовую поддержку

1. Применимо для кино- и анимационной индустрий

# Целесообразно внедрить механизм полного государственного финансирования для дистрибуции российской анимации на рынках СНГ

## Инициатива 4

### Покупка государством лицензий и бесплатное распространение российской анимации на рынках СНГ



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансовая</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рост экспорта российской анимации</li> <li>• Снижение экспорта на недружественные рынки</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование положительного имиджа России зарубежом</li> <li>• Распространение российской культуры</li> <li>• Увеличение экспорта российской анимации</li> <li>• Увеличение доходов индустрии анимации</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственное финансирование из федерального бюджета</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Минэкономразвития России</li> <li>• Минкультуры России</li> <li>• МИД России</li> <li>• Россотрудничество</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025 г.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

#### Покупка государством лицензий и бесплатное распространение российской анимации на рынках СНГ

- В сентябре 2024 г. четыре страны СНГ (Казахстан, Узбекистан, Киргизия, Азербайджан) договорились с Турцией о переходе на общий алфавит, основанный на латинице
- Это снижает степень влияния РФ на страны СНГ, а также препятствует распространению российской культуры и русского языка за пределами РФ
- При этом в текущих условиях анимация является основным драйвером роста экспорта аудиовизуальной продукции РФ – анимационные картины остаются популярными у зарубежных зрителей даже в условиях санкций и геополитической напряженности (анимация может стать инструментом мягкой силы)
- Целесообразно:
  - Приобретение государством лицензий на дистрибуцию российской анимационной продукции (полных метров и сериалов) в странах СНГ
  - Бесплатная дистрибуция государством (возможно в рамках Единого Экспортного Офиса) на платформы (в первую очередь телевидение и онлайн-кинотеатры) в страны СНГ
- Это позволит одновременно нарастить доходы анимационной индустрии (часть из которых будет реинвестирована в создание нового контента), а также нарастить влияние отечественной культуры и русского языка зарубежом

# Повышение эффективности мер по борьбе с пиратством увеличит легальное потребление контента, доходы и инвестиционный потенциал отрасли

## Инициатива 5

### Усиление мер по борьбе с пиратством (кросс-индустриальная инициатива)



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Иная (регуляторная)</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рост потребления пиратского контента и контрафакта игрушек</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рост потребления контента в легальных средах</li> <li>Снижение потерь участников анимационной индустрии от нелегального распространения их контента</li> <li>Снижение затрат правообладателей на пресечение нарушений авторских прав</li> <li>Рост привлекательности отечественной анимационной индустрии для инвестиций</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Не требуется</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Минцифры России</li> <li>Минюст России</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 г.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

#### Повышение эффективности существующих и создание новых инструментов по борьбе с пиратством

- Легкодоступность пиратского контента в сети Интернет оттягивает зрительскую аудиторию от легального проката, ТВ и цифровых сервисов, что подрывает экономическую основу отрасли
- Существующие механизмы пресечения нарушений недостаточно эффективны, сложны и затратны для правообладателей
- Нет системного решения, препятствующего монетизации (распространения рекламы и приема платежей) пиратских ресурсов
- Целесообразно разработать нормативные акты, направленные на:
  - Упрощение судебной процедуры ограничения доступа к пиратским сайтам (по первому решению)
  - Расширение практики внесудебных блокировок пиратских сайтов уполномоченными ФОИВами
  - Введение процедуры внесудебных блокировок сайтов в связи с нарушениями законодательства в сфере распространения рекламы;
  - Введение обязанности для социальных сетей и видеохостингов по внедрению программных решений для предотвращения загрузки и распространения нелегальных копий на базе технологии «цифрового отпечатка»
  - Повышение ответственности и размера компенсаций за нарушение авторских и смежных прав

# Ужесточение мер по борьбе с контрафактом позволит правообладателям получать больший доход от продажи лицензионной продукции

## Инициатива 6

### Ужесточение мер по борьбе контрафактом



#### Спецификация инициативы

<b>Тип мер поддержки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Иная (регуляторная)</li> </ul>
<b>Адресуемый тренд/барьер:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рост потребления пиратского контента и контрафакта игрушек</li> </ul>
<b>Ожидаемый эффект:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рост доходов правообладателей от продажи лицензионной продукции</li> <li>Снижение затрат участников отрасли на борьбу с контрафактом</li> </ul>
<b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Не требуется</li> </ul>
<b>Ответственные:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Минюст России</li> <li>ФТС</li> <li>Роспотребнадзор</li> </ul>
<b>Сроки реализации:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2025 г.</li> </ul>



#### Детальное описание инициативы

#### Ужесточение мер по борьбе контрафактом

В России наблюдается высокий уровень контрафактной продукции, особенно в сфере игрушек, лицензируемых у анимации. При этом в законодательстве есть ряд рисков, связанных с контрафактом:

- В октябре 2024 г. вступают в силу изменения в законодательстве, согласно которым МВД утрачивает полномочия по административному контролю за нарушениями в сфере интеллектуальной собственности
- Роспотребнадзор заблаговременно должен предупреждать подозреваемые лица о будущей проверке контрафакта, что сильно ограничивает конфискацию незаконной продукции
- В судебной практике применяются минимальные наказания в размере 10 тыс. руб., при этом штрафы не индексировали с 2008 г.
- Судебные пошлины увеличены в 5 раз, до 10 тыс. руб., что создает барьер для правообладателей при подаче исков. В результате правообладатели не получают компенсации за нарушение их прав

Целесообразно усилить меры по контролю контрафактной продукции:

- Увеличение минимальных размеров компенсаций за нарушение прав на интеллектуальную собственность
- Передача полномочий, ранее выполняемых МВД, органам ФТС и Роспотребнадзора с предоставлением дополнительных инструментов для контроля

# Для стимулирования съемок ко-продукции целесообразно заключать соглашения о признании ко-продукции национальными фильмами во всех странах-участниках

## Инициатива 7

### Заключение соглашений о признании ко-продукции национальными фильмами во всех странах-участниках



#### Спецификация инициативы

- |   |   |
|---|---|
| <b>Тип мер поддержки:</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Иная (регуляторная)</li> </ul>   |
| <b>Адресуемый тренд/барьер:</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Недостаточный объем производства контента (в т.ч. ко-продукции)</li> <li>Снижение экспорта на недружественные рынки</li> </ul> |
| <b>Ожидаемый эффект:</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Рост объемов производства контента</li> <li>Рост качества контента</li> <li>Рост экспорта отечественной анимации</li> </ul>    |
| <b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Не требуется</li> </ul>  |
| <b>Ответственные:</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Минкультуры России</li> <li>МИД России</li> </ul>  |
| <b>Сроки реализации:</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025-2026 г.</li> </ul>  |



#### Детальное описание инициативы

#### Заключение соглашений о признании ко-продукции национальным контентом во всех странах, участвующих в производстве

- Объем выпускаемой ко-продукции с участием компаний из России значительно сократился в 2022 г.
- При этом ко-продукция обладает преимуществами: разделение затрат между участниками и доступ к более широкому набору ресурсов
- В зарубежной практике развитие ко-продукции стимулируется в т.ч. за счет многосторонних соглашений, в рамках которых такие проекты признаются национальными фильмами всех стран, участвовавших в производстве, что облегчают дистрибуцию на их рынке, так как национальные фильмы не считаются импортными и не попадают под ограничения (например, квоты) зарубежного контента
- На сегодняшний день у России есть подобные соглашения с недружественными странами (де-факто приостановленные), странами СНГ, а также Индией и Китаем, при этом, например, Казахстан соглашение до сих пор не ратифицировал соглашение СНГ, и контент, произведенный совместно с Россией, национальным в РК не считается
- Целесообразно:
  - Договариваться о ратификации и практическом применении соглашений со странами, которые этого не сделали
  - Заключать новые соглашения с дружественными странами (например, на платформах ЕАЭС, БРИКС, ШОС и др.)

# Финансовая поддержка внутреннего производства детских игрушек сократит долю контрафакта и «серого» импорта из-за рубежа

## Инициатива 8

### Субсидирование использования образов героев мультипликации при производстве детских товаров



#### Спецификация инициативы

- |   |  |
|---|--|
| <b>Тип мер поддержки:</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансовая</li> </ul>   |
| <b>Адресуемый тренд/барьер:</b>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Высокие расходы на лицензионное производство</li> <li>• Отсутствие стимулов для внутреннего производства игрушек</li> </ul> |
| <b>Ожидаемый эффект:</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Повышение доходов индустрии</li> <li>• Снижение доли контрафакта</li> <li>• «Обеление» российского рынка</li> </ul>         |
| <b>Необходимые ресурсы и модель финансирования:</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственное финансирование из федерального бюджета</li> </ul>   |
| <b>Ответственные:</b>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Минпромторг России</li> <li>• Минкультуры России</li> </ul>   |
| <b>Сроки реализации:</b>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2026-2030 гг.</li> </ul>  |



#### Детальное описание инициативы

##### Изменение системы и увеличение объемов господдержки

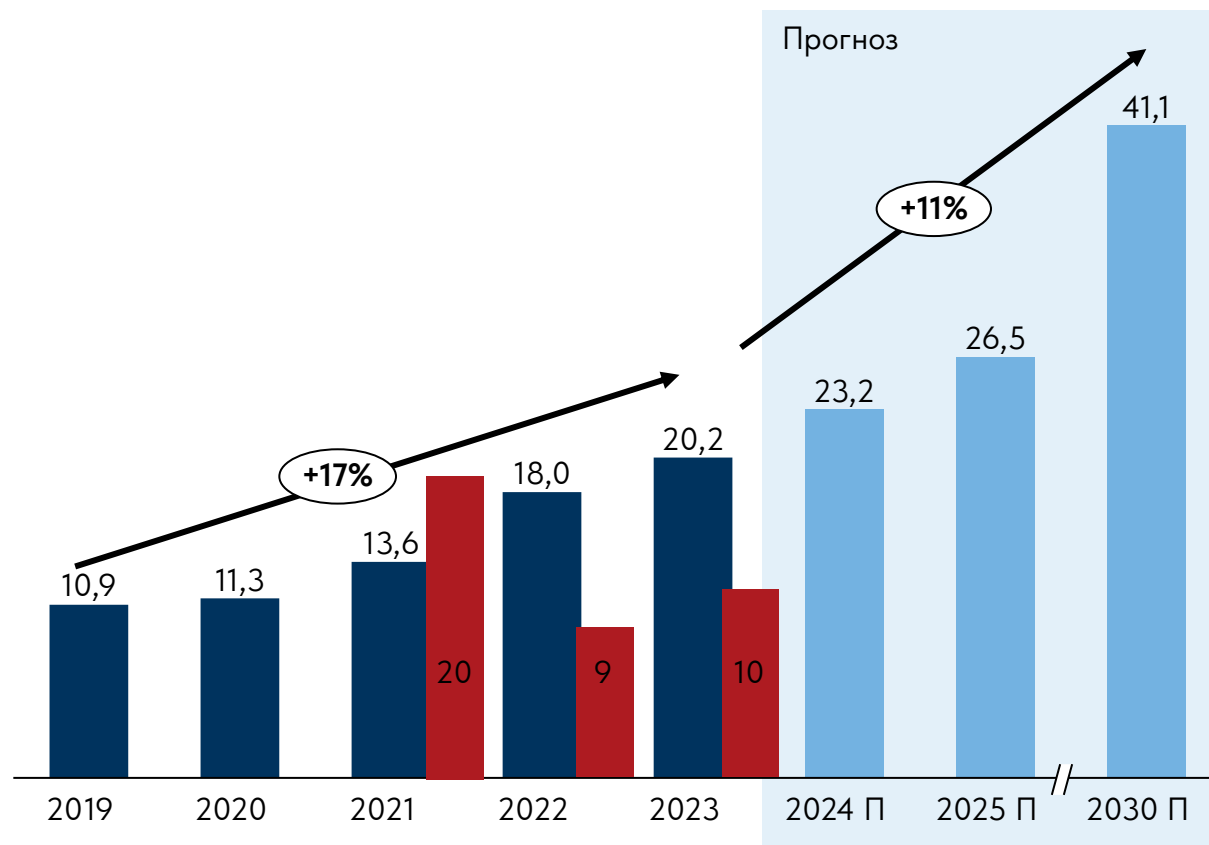
- Инициатива предусматривает предоставление пилотной субсидии производителям товаров для детей, приобретающих лицензию у правообладателя отечественных анимационных образов или их законного представителя
- В рамках инициативы субсидируются расходы, связанные с приобретением у правообладателя или его законного представителя лицензии на право пользования анимационными образами при производстве товаров для детей
- Результатом предоставления субсидии является увеличение стоимостного объема реализации продукции с использованием российских анимационных образов и включение продукции в Реестр продукции, произведенной на территории Российской Федерации
- Субсидия предоставляется на финансовое обеспечение затрат, связанных с:
  - вознаграждением правообладателя
  - разработкой дизайна продукции
  - изготовлением и (или) приобретением пресс-форм для производства продукции в форме персонажей российских анимационных фильмов/сериалов
- Инициатива предполагает компенсационный характер субсидии

06

Экспертная оценка АСИ

К 2030 г. российский рынок анимации может вырасти вдвое относительно 2023 г. и превысить 40 млрд руб.

Объем рынка, млрд руб.










































- Экспертная оценка Ассоциации анимационного кино

Ключевыми факторами роста рынка являются:

- Расширение инструментов государственной финансовой и нефинансовой поддержки
- Фокус производства на семейный и детский контент, в т.ч. при поддержке со стороны государства (десятилетие детства)
- Экосистемный подход к созданию инфраструктуры, включающий льготы, инструменты формирования спроса и кооперация
- Рост смежных индустрий-лицензиатов, использующих анимационные сюжеты и образы (детские товары, мода, реклама и маркетинг и другие)
- Рост спроса на российский контент на фоне ухода зарубежных студий на всех основных платформах – ТВ, кинопрокат, онлайн-кинотеатры
- При наличии контента спрос на анимацию сохранится в силу ее доступности

# Для достижения поставленных целей необходимо устранить системные барьеры в индустрии

-  Кросс-индустриальная мера
-  Финансовая
-  Имущественная
-  Иная
-  Образовательная
-  Информационная

Группа	Адресуемый тренд / барьер	Предлагаемые инициативы
 Создание	<b>Инфраструктура и технологии</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ограниченность технологических ресурсов и инфраструктуры</li> <li>Дефицит анимационных студий в регионах</li> </ul> <b>Кадры</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Дефицит квалифицированных кадров</li> <li>Появление высокотехнологичных профессий</li> </ul> <b>Финансирование</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Недостаточный объем финансирования для замещения зарубежного контента</li> <li>Расширение стимулов для анимации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Создание R&amp;D центра развития национального ПО и оборудования </li> <li> Создание профессиональных и образовательных стандартов для анимационной индустрии</li> <li> Создание образовательных программ для новых профессий</li> <li> Разработка курсов повышения квалификации и переквалификации</li> <li> Увеличение объемов субсидий производства полнометражного и сериального анимационного контента (Минкульт, Фонд Кино, ИРИ)</li> <li> Доработка программы рибейтов для анимации в регионах</li> <li> Введение дополнительных налоговых льгот для анимационных студий</li> <li> Разработка программы льготного кредитования производства контента </li> <li> Упрощение процессов получения мер поддержки (в т.ч. субсидий) и отчетности</li> <li> Создание Корпорации развития креативных индустрий </li> <li> Расширение ИТ-льгот на компании и сотрудников креативной экономики </li> <li> <ul style="list-style-type: none"> <li>Субсидирование производства детских игрушек в части затрат на покупку лицензий, разработку дизайна и изготовление пресс-форм</li> </ul> </li> </ul>
 Продажа	<b>Продажа контента и лицензий на рынке РФ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Низкий уровень маркетинговых бюджетов</li> </ul> <b>Экспорт</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Рост экспорта российской анимации</li> <li>Снижение экспорта на недружественные рынки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Выделение части субсидий на продвижение (как доли от производственных субсидий)</li> <li> Снижение НДС на маркетинг российской анимации</li> <li> Масштабирование программы социальных билбордов</li> <li> Централизация функции по продвижению российского экспорта в рамках одного органа </li> <li> Выделение целевых субсидий на локализацию российского контента на экспорт</li> <li> Ежегодное проведение Московской Международной Недели Кино и выделение направления по анимации</li> <li> Покупка государством лицензий и бесплатное распространение российской анимации на рынках СНГ</li> </ul>
 Деловой климат	<b>Нормотворчество</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Рост потребления пиратского контента и контрафакта игрушек</li> <li>Развитие искусственного интеллекта</li> <li>Поддержка ко-продукционных проектов и многосторонние соглашения о ко-продукции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li> Усиление мер по борьбе с пиратством </li> <li> Ужесточение мер по борьбе контрафактом</li> <li> Проработка вопроса о введении маркировки лицензионной продукции с участниками отрасли</li> <li> Разработка концепции регулирования искусственного интеллекта </li> <li> Заключение соглашений о признании ко-продукции национальными фильмами во всех странах-участниках</li> </ul>

# Требуется увеличение объема поддержки, в том числе за счет субсидирования производства анимационных фильмов

## Ключевые институты финансовой поддержки анимации



- Анимационные дебютные фильмы (режиссеров-постановщиков-выпускников ВУЗов) короткометражные (100% финансирование)
- Анимационные иные дебютные фильмы короткометражные (финансирование до 70%)
- Уникальные авторские анимационные фильмы за исключением дебютных: короткометражные (100% финансирование) и полнометражные
- Анимационные сериалы (финансирование до 70%)

## Результаты конкурсного отбора

В 2023 г. поддержано:  
74 анимационных национальных фильма продолжительностью ~23 ч.:

- 48 короткометражных авторских фильмов
- 26 сериалов



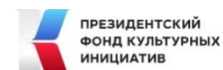
- Национальные анимационные фильмы
- Уникальные авторские анимационные национальные фильмы
- Национальные фильмы для детской и семейной аудитории

В 2023 г. поддержано:  
25 проектов по трем направлениям продолжительностью >25 ч.



- Контент с премьерой в интернете
- Требуется расширение поддержки на анимацию для детского и семейного просмотра

В 2024 г. поддержано:  
3 анимационных проекта по направлению «Видеоконтент»



- Проекты в сфере искусства, культуры и креативных индустрий, в т.ч. анимационные или с анимационной составляющей

В 2023 г. поддержано:  
6 анимационных проектов на сумму >77 млн руб.

Всего с 2018 г. выделено >4 млрд руб. субсидий, из которых >3 млрд - невозвратные

**В условиях необходимости замещения зарубежного контента, высокой производственной инфляции и роста интереса к отечественной анимации целесообразно нарастить объем финансовой поддержки отрасли**

# Достижение целей по увеличению вклада в ВВП и экспорта индустрии «Анимация» потребует государственной финансовой поддержки

## ЦЕЛИ

1

### Увеличение вклада анимационной индустрии в ВВП

0,01% [x2,5 к 2023]

вклад отрасли в ВВП к 2030 г.

### CAGR объема рынка индустрии

2019-2023

2023-2030

14%



11%

## ИНИЦИАТИВЫ

Увеличение объемов субсидий производства полнометражного и сериального анимационного контента

Создание R&D центра развития национального ПО и оборудования



Усиление мер по борьбе с пиратством и контрафактом

Создание анимационных студий в регионах

Другие инициативы



Выделение целевых субсидий на локализацию российской анимации

Централизация функции по продвижению рос. экспорта в рамках одного органа



Ежегодное проведение и масштабирование ММКН

## РЕЗУЛЬТАТ



Рост доходов студий и увеличение объема производства анимации



Замещение зарубежного ПО и оборудования российским



Рост доходов участников индустрии от легального потребления контента



Увеличение объемов производства и развитие региональной анимации



Рост доходов студий и увеличение объема производства анимации



Рост доходов от экспорта отечественной анимации



Увеличение охвата аудитории за счет международных рынков



Рост доходов от экспорта отечественной анимации

## ВКЛАД В ЦЕЛЬ

55%

23%

6%

2%

14%

57%

32%

11%



- Создание R&D центра
- Централизация рос. экспорта
- Льготное кредитование
- Усиление мер по борьбе с пиратством и контрафактом
- Корпорация развития КИ



07

Приложение

# В ходе проекта использовалась информация и данные из более чем 40 российских и зарубежных источников

№	Тип	Источник
1	Российский	Министерство Культуры: удостоверения национальных фильмов
2	Российский	Фонд Кино: Российская киноиндустрия (2019-2022)
3	Российский	Бюллетень кинопрокатчика (2019-2024)
4	Российский	ВШЭ: данные креативной экономики в России (ВВП, занятость)
5	Российский	ГПМХ: исследование российского рынка анимации (2023)
6	Российский	Данные OTT-сервисов (Кинопоиск, Кион, Premier, START, Okko, Wink)
7	Российский	Ведомости: российский рынок анимации (2024)
8	Российский	MediaScore: Телепросмотр и телеизмерения, Kids&Teens
9	Российский	ЕАИС: данные российского кинопроката
10	Российский	Кинобизнес сегодня: Итоги российского кинопроката (2021)
11	Российский	СПбГИКиТ: данные о ко-продукции
12	Российский	Cinematplex: Российское кино – итоги 2023 года
13	Российский	Отчеты Ассоциации анимационного кино России (2018-2024)
14	Российский	РЭЦ: меры поддержки экспорта
15	Российский	Роскино: деятельность организации
16	Российский	СПС Гарант: Федеральные законы о креативных индустриях
17	Российский	Ежегодные отчеты Ассоциации Анимационного Кино (ААК) 2020-2023

№	Тип	Источник
17	Международный	UNESCO (международные классификаторы)
18	Международный	UNCTAD (международные классификаторы)
19	Международный	Polaris Market Search: Generative AI in Animation (2024)
20	Международный	World Metrics: AI in the Animation Industry (2024)
21	Международный	E2E: How Animation Industry Can Be Transformed by Generative AI (2024)
22	Международный	Myth Studio: The Future of Animators (2024)
23	Международный	Stormy Studio: Using AI to create animation (2024)
24	Международный	Vox Pops International: The role of Artificial Intelligence in Animation (2023)
25	Международный	Animation Ireland: Finance & Tax Credits
27	Международный	Myriad: Animation Tax Relief
28	Международный	PIC Portugal Film Comission: Cash Rebate (2024)
29	Международный	Marche du Film: Focus (2020-2024)
30	Международный	Hollywood Reporter: China Box Office (2018)
31	Международный	Research in China: Global and China Animation Industry Report, 2019-2025
32	Международный	Data USA: Animation, Interactive Technology, Video Graphics (2022)
33	Международный	The Numbers: Box Office (2018-2024)
34	Международный	KOFIC: Animation Studios in Korea (2021)
35	Международный	NASSCOM: Report (2023)
36	Международный	Korea National University of Arts: School of Animation
37	Международный	Beijing Film Academy: Departments
38	Международный	The European Commission: Counterfeiting and Piracy
39	Международный	Animation UK: Animation Tax Relief, Industry Insights
40	Международный	EU Copyright Office: Copyright Piracy (2023)



## ОРФАК

**Формат:** ежегодный фестиваль

**Ключевая статистика 2024 г.:**

- >2 тыс. чел. очно и >7 тыс. зрителей онлайн
- 109 мультфильмов в конкурсной программе
- 102 мультфильма во внеконкурсной программе



## Мультпрактика

**Формат:** ежегодный фестиваль

**Ключевая статистика 2024 г.:**

- >70 представителей анимационных студий
- 133 фильма
- 36 стран



## Большой фестиваль мультфильмов

**Формат:** ежегодный фестиваль

**Ключевая статистика 2023 г.:**

- 160 мультфильмов
- >30 стран



## Анимур

**Формат:** ежегодный фестиваль

**Ключевая статистика 2023 г.:**

- 8 тыс. зрителей
- 269 фильмов
- 64 страны



## TO:KU FEST

**Формат:** ежегодный фестиваль якутской анимации



## Московский лицензионный саммит

- В 2023 г. проведен питчинг 11 новых проектов The New of Russian Animation от 9 студий

## worldcontentmarket

- В 2023 г. проведен форум совместного производства анимации «Россия – Индия – Иран» с участием 5 российских студий
- Проведена презентация анимационных проектов для совместного производства



АГЕНТСТВО  
СТРАТЕГИЧЕСКИХ  
ИНИЦИАТИВ

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ «АНИМАЦИЯ»

Март 2025

В партнерстве с НИУ ВШЭ, компанией Reksoft и бюро K22