московская
международная
неделя кино



ЭКРАН БЕЗ ГРАНИЦ: КИНО И ЗРИТЕЛЬ В СНГ

ВВЕДЕНИЕ 3

НОВЫЙ ЗРИТЕЛЬ В НОВЫХ РЕАЛИЯХ:
КАК МЕНЯЮТСЯ РЫНКИ РОССИИ И СНГ 5

ТУДА И ОБРАТНО: ПЕРСПЕКТИВЫ
ЭКСПОРТА И ИМПОРТА КИНО РОССИИ И СНГ 21

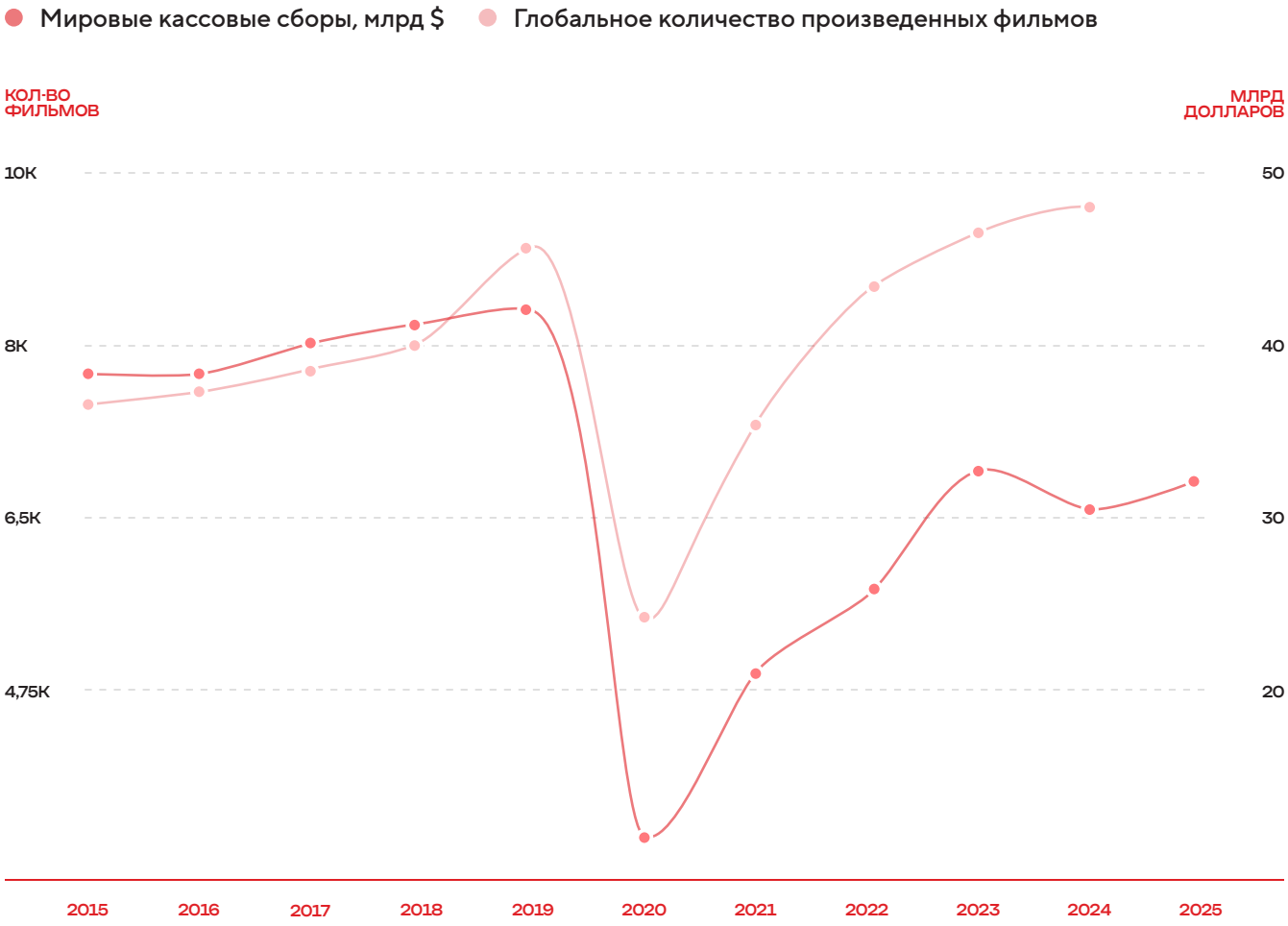
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДРАМА: ГОНКА
КИНОКОМИССИЙ НАКАЛЯЕТСЯ 36

БОЛЬШИЕ НАДЕЖДЫ: СКРЫТЫЙ
ПОТЕНЦИАЛ И ТОЧКИ РОСТА 45

ЭКСПЕРТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 50

В мире снимается больше кино, чем когда бы то ни было. По данным Всемирной организации интеллектуальной собственности (WIPO), в 2024-ом году были произведены рекордные 9628 полнометражных фильмов — на 4% больше, чем пиковом доковидном 2019-ом. Тем временем глобальный бокс-офис по итогам 2025-го года составил чуть меньше 33 миллиардов долларов — на 22% ниже показателя 2019-го. Парадоксальным образом тренды развития отрасли производства кино и отрасли показа кино все больше расходятся. Глобальная гонка по развитию кинопроизводственных хабов и привлечению продакшенов разворачивается параллельно с растущей неопределенностью зрительских предпочтений и модальностей потребления.

СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО КИНЕМАТОГРАФА, 2015 – 2025



Источник: WIPO

В этих условиях для стабильного развития киноиндустрии критически важно формирование нового понимания ритмов и векторов национальных и региональных рынков, а также реализация потенциала международного сотрудничества как в вопросах производства, так и в вопросах дистрибуции контента. Одновременно с Россией ответы на вопросы о будущем кино ищут и наши ближайшие соседи — страны СНГ. Этот отчет посвящен анализу ключевых трендов на рынках России и стран СНГ и перспективам этих рынков в вопросах взаимного импорта, экспорта и производства.

Мы опросили представителей индустрии и госструктур, включая прокатчиков, продюсеров, кинематографистов и отраслевых аналитиков, о ситуации на рынках СНГ, основных сложностях и точках роста международного сотрудничества. Анализ их ответов и данных о динамике индустрии указывает на три ключевых тезиса:

№1

СНГ больше не является единым кинопространством, национальные рынки выстраивают собственную идентичность. Ключевые игроки, такие как Казахстан, стремительно развивают собственное кинопроизводство на национальном языке, что отражает запрос молодежной аудитории. Казахстан закрепляет позицию как крупнейший после России рынок СНГ по производству и потреблению — на него приходится 60% всего кинотеатрального бокс-офиса стран СНГ без России, и он наиболее активно в регионе развивает собственные стриминги.

№2

Фрагментация рынка усложняет перспективы экспорта российского контента в страны СНГ, где он конкурирует одновременно с Голливудом, Китаем, Турцией и местным производством. При этом формируются новые интересные возможности по импорту контента из СНГ в Россию, где в нем заинтересованы национальные диаспоры и аудитории, объединенные по религиозному принципу. Экспортно-импортные отношения между кинорынками СНГ содержат в себе колоссальный потенциал, но требуют более тонкого и разноплановового подхода к пониманию аудиторий, тем и жанров, а также системного подхода к развитию копродукции со стороны государств.

№3

В регионе намечается своя гонка кинопроизводственных хабов, продолжающая мировой тренд. Московский кинокластер, как один из глобальных игроков в этой сфере, находится в лидирующей позиции, позволяющей занять место удобной узловой площадки, на которой могут пересекаться компании из СНГ, Азии и Ближнего Востока. Система рибейтов и динамично развивающаяся инфраструктура, не имеющая аналогов в регионе, делает Москву максимально конкурентоспособной по соотношению цена-качество для съемок и аутсорса услуг пост-продакшена.

Отчет разбит на четыре главы: анализ ситуации на рынке, состояние и перспективы экспорта, импорта и копродукций, потенциал Москвы и других кинокластеров СНГ, и подборка мнений экспертов о точках роста и сферах нереализованного потенциала в разных частях киноиндустрии региона.

НОВЫЙ ЗРИТЕЛЬ В НОВЫХ РЕАЛИЯХ:

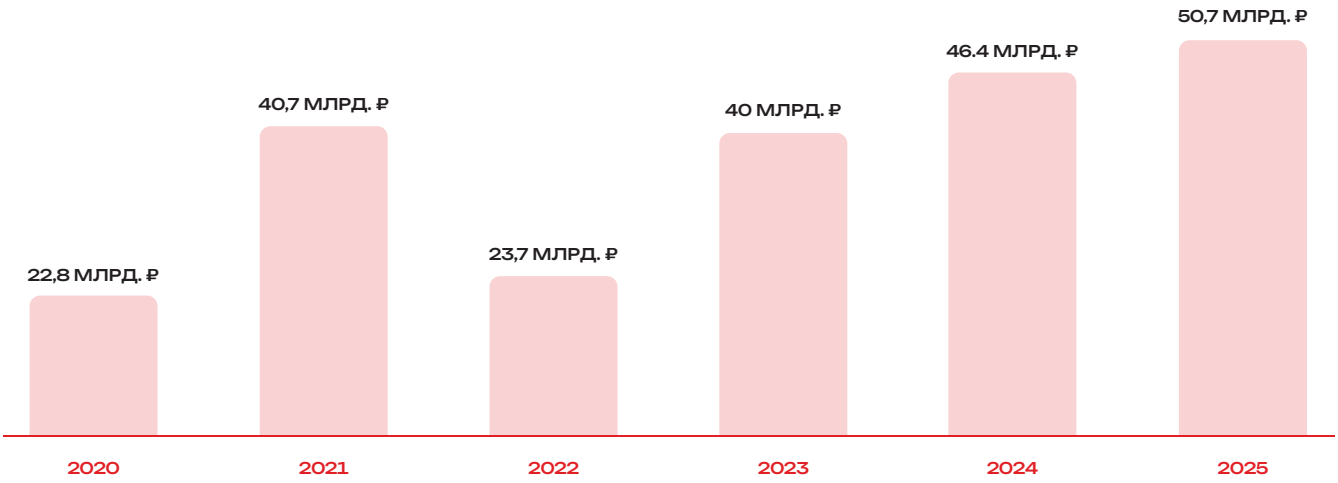


КАК МЕНЯЮТСЯ РЫНКИ РОССИИ И СНГ

По итогам последних лет российский рынок кинопроката демонстрирует противоречивую динамику. После резкого падения в 2022 году кассовые сборы стабильно растут: в 2023-м — более 40 млрд рублей, в 2024-м — 46,4 млрд рублей, в 2025-м — 50,7 млрд рублей. Одновременно наблюдается снижение посещаемости: 118,6 млн проданных билетов в 2025-м против 127,3 млн в 2024-м.

Поэтому рост бокс-офиса происходит исключительно за счет увеличения цены билета, констатируют эксперты: в прошлом году этот показатель приблизился к отметке в 427 рублей (+17,5% год к году). Причем основную кассу продолжают обеспечивать 700–800 топовых коммерческих кинотеатров, говорит член совета Ассоциации владельцев кинотеатров Роман Исаев.

КАССОВЫЕ СБОРЫ КИНОПРОКАТА В РОССИИ, 2020 – 2025



Источник: Единая автоматизированная система сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС) Фонда кино, Министерство культуры РФ



Если мы грубо оцениваем число кинотеатров, работающих в России, в 2550–2600, более половины из них — это кинотеатры, открытые в малых населенных пунктах по программе Фонда кино. Там идет нерегулярный показ: они могут работать только с четверга по воскресенье, могут показывать по сеансу в день, могут вообще неделю не работать. И при этом кассовые сборы, которые дает эта половина кинотеатров, — не более 3%. А основную кассу у нас в России как давали, так и продолжают давать 700–800 топовых коммерческих кинотеатров. К сожалению, часть из них закрывается. И новых кинотеатров — мультиплексов в полноценном смысле слова — практически не открывается.

РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АВК, ГЕНДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ

В этом контексте ключевой проблемой киноиндустрии остается нехватка контента после ухода голливудских мейджоров. Здесь стоит отметить, что с 2024-го российские фильмы доминируют в топ-5 бокс-офиса (исключение — редкие официальные зарубежные премьеры вроде «Иллюзии обмана 3»).



За прошедшее время кинопрокатный рынок стран СНГ стал менее централизованным. В связи с уходом из России голливудских студий российские дистрибьюторы сфокусировались на работе над отечественными и независимыми зарубежными релизами и гораздо реже стали выпускать фильмы в других странах СНГ. Локальные дистрибьюторы на этих рынках, в свою очередь, стали напрямую работать с голливудскими мейджорами и тоже уделять больше внимания своему местному контенту. А в России, соответственно, существенно выросла доля присутствия отечественного контента, который теперь занимает лидирующие позиции бокс-офисов.

ВЕРОНИКА СКУРИХИНА

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ИНДУСТРИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ БК МЕДИА

В сборе данных и подготовке ответов для исследования приняла участие вся редакция индустриального издания «БК Медиа»

2021 ГОД



2,99 МЛРД ₽

Человек-паук: Нет пути домой



2,06 МЛРД ₽

Веном 2



2,05 МЛРД ₽

Последний богатырь: Корень зла



1,55 МЛРД ₽

Дюна



1,29 МЛРД ₽

Душа

2022 ГОД



2,20 МЛРД ₽

Последний богатырь: Посланник Тьмы



1,56 МЛРД ₽

Анчартед: На картах не значится



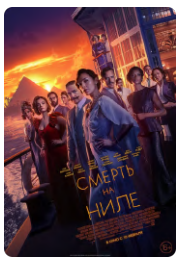
0,93 МЛРД ₽

Зверопой 2



0,92 МЛРД ₽

Сердце Пармы



0,67 МЛРД ₽

Смерть на Ниле

Источник: индустриальное издание «БК Медиа»

2023 ГОД



6,80 МЛРД ₽

Чебурашка



2,49 МЛРД ₽

По щучьему велению



2,14 МЛРД ₽

Вызов



0,87 МЛРД ₽

Джон Уик 4



0,83 МЛРД ₽

Леди Баг и Супер-Кот: Пробуждение силы

2024 ГОД



3,84 МЛРД ₽

Холоп 2



3,04 МЛРД ₽

Бременские музыканты



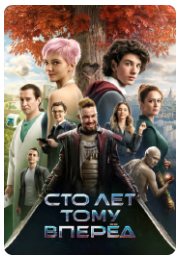
2,33 МЛРД ₽

Мастер и Маргарита



1,86 МЛРД ₽

Лёд 3



1,53 МЛРД ₽

Сто лет тому вперёд

2025 ГОД



3,35 МЛРД ₽

Волшебник Изумрудного города. Дорога из жёлтого кирпича



2,74 МЛРД ₽

Финист. Первый богатырь



1,92 МЛРД ₽

Иллюзия обмана 3



1,64 МЛРД ₽

Пророк. История Александра Пушкина



1,59 МЛРД ₽

Батя 2. Дед

Источник: индустриальное издание «БК Медиа»

Доля российских картин на внутреннем рынке уверенно растет: по итогам 2025-го в совокупных сборах она составила почти 77%, в посещаемости — 79%. Восемь таких релизов в прошлом году смогли заработать более миллиарда рублей, половина из них ожидаемо приходится на сказки. Это «Волшебник изумрудного города. Дорога из желтого кирпича» (3,345 млрд рублей), «Финист. Первый богатырь» (2,741 млрд рублей), «Горыныч» (1,538 млрд рублей) и «Алиса в Стране чудес» (1,230 млрд рублей). Уход в сторону семейного контента и отсутствие внимания к другим сферам сказывается на посещаемости: репертуару кинотеатров не хватает в первую очередь жанровых картин, стабильно собирающих умеренно-среднюю кассу.

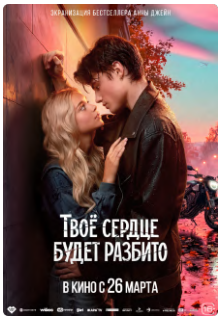


Сейчас предложение российских кинотеатров абсолютно четко может быть сформулировано как недостаточное. Потому что Россия лишилась не только крупных голливудских блокбастеров, но и огромного пласта среднего кино — жанровых картин, которые собирали по 300–500 миллионов рублей: хороших комедий, драм, байопиков, детективов, спортивных историй, триллеров. Российский кинопром пытается заместить этот сегмент, но, к сожалению, получается пока слабо. Потому что таких фильмов для нормального самочувствия индустрии в горизонте каждого года должно быть порядка 50. То, что сейчас российский кинопром дает для зрителей — это в основном пресловутые, уже набившие оскомину сказки. Да, они хорошо работают, семейная аудитория продолжает ходить в кино. Но для молодежной аудитории, для тинейджеров, для янг-эдалт в возрасте 20+ — для них предложение в кинотеатрах очень слабое, фрагментированное.

РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АВК,
ГЕНДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ

Для молодежной аудитории триггером для похода в кино по-прежнему остаются зарубежные картины, выходящие в легальном прокате — как, например, музыкальный байопик «Майкл» про Майкла Джексона (кассовые сборы в России — 2,18 млрд рублей), триллер «Горничная» с Сидни Суини (1,4 млрд рублей) и «Вот это драма!» с Робертом Паттинсоном и Зендеей (637 млн рублей). В качестве одного из первых успешных российских проектов в этой сфере называют мелодраму «Твое сердце будет разбито», заработавшую 930,4 млн рублей: создатели фильма изначально ориентировались на молодых людей и поклонников популярного янг-эдалт романа писательницы Анны Джейн, который лег в основу сценария, а в качестве референса использовали испанскую картину «Три метра над уровнем неба» (2010) и другие международные проекты.



«ТВОЕ СЕРДЦЕ БУДЕТ РАЗБИТО»
РОССИЯ, 2026

Режиссер
Михаил Вайнберг

Жанр
Мелодрама

Бюджет
300 млн ₽

Сборы в России
930,4 млн ₽

Помимо пробелов в репертуаре, в список актуальных проблем российской киноиндустрии эксперты включают значительный рост стоимости производства из-за инфляции, удорожания логистики, сложностей с иностранным оборудованием. Генеральный продюсер Фонда поддержки регионального кинематографа Элла Тухарели оценивает скачок в 30–40%. Продюсер и генеральный директор кинокомпании Black Box Production Павел Сарычев дополняет: на данный момент стоимость производства зачастую выше, чем кассовый потенциал картины. И пока индустрия не достигнет баланса, она будет существовать за счет массового притока государственных денег. Продюсер Кинокомпании братьев Андреасян Гевонд Андреасян, в свою очередь, отдельно подчеркивает проблему пиратства.



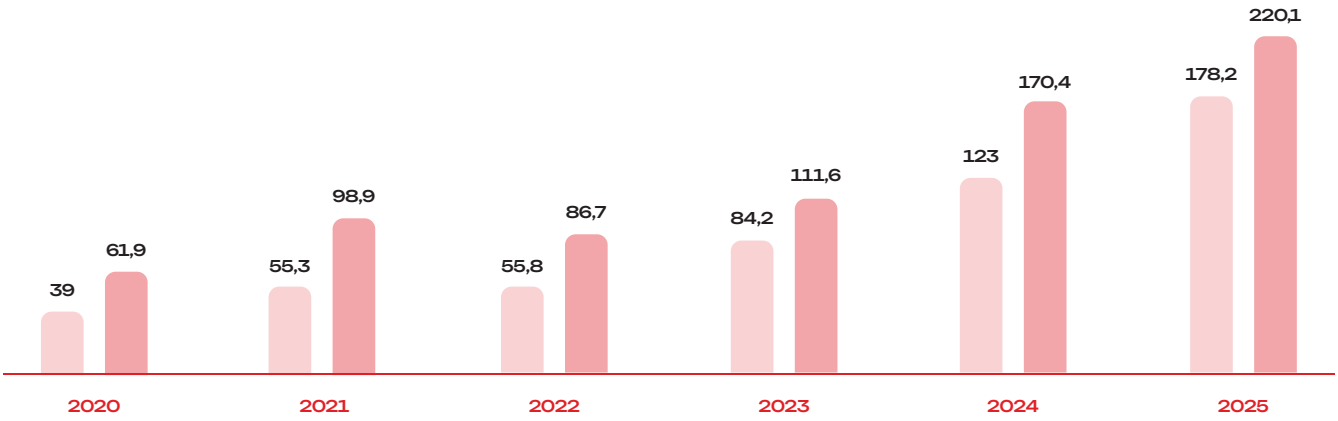
Кинотеатры крутят пиратский контент. Это глобальная проблема. Я не против голливудского кино, я за. Я всегда рад, когда есть конкуренция, но честная конкуренция. А пиратский контент... Во-первых, кинотеатры ни с кем не делятся — 100% оставляют деньги себе. И во-вторых, это всегда сюрприз — мы не знаем, в какой момент какое кино из-под полы начнет уничтожать российский фильм. Не знаем, в какой момент выйдет очередной «Аватар».

ГЕВОНД АНДРЕАСЯН

СООСНОВАТЕЛЬ И ПРОДЮСЕР КИНОКОМПАНИИ БРАТЬЕВ АНДРЕАСЯН

Тем временем зрители в России становятся заметно требовательнее и избирательнее. Сформировался спрос на позитивные, добрые истории, которые действительно цепляют, которые можно прожить вместе с героями. Есть интерес к качественным криминально-детективным проектам, романтическим комедиям и драмам о человеческих эмоциях, сопереживании, отношениях мужчины и женщины, практически отсутствующим в формате полного метра. Не получая такой контент в кинотеатрах, зрители идут за ним на стриминговые платформы, которые за последнее десятилетие заметно прибавили в количестве проектов и их качестве.

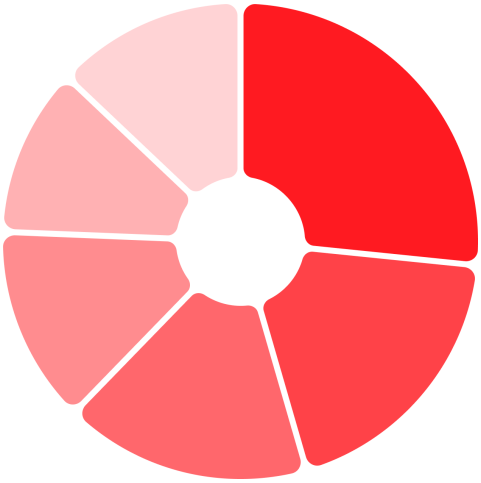
ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ В 2020 – 2025 ГОДАХ, МЛРД ₽



Источник: TelecomDaily, J'son & Partners Consulting / индустриальное издание «БК Медиа»

В 2025 году онлайн-кинотеатры вновь добились рекордных показателей: объем рынка, по оценкам нескольких аналитиков отрасли, составил 180–205 млрд рублей. Общее число подписчиков за прошлый год увеличилось почти на 30% — до 75 млн человек, подсчитали в TelecomDaily. Из них платили за просмотр контента уже 54 млн (+33,3%). По данным на июнь 2026-го, лидером по числу подписчиков на рынке остается «Кинопоиск» с долей 26,9%. На втором месте Okko (18,7%), на третьем — «Иви» (16,8%). Следом идут Wink (13,3%) и «КИОН» (11,4%).

ДОЛИ РОССИЙСКИХ ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ ПО ЧИСЛУ ПОДПИСЧИКОВ



«КИНОПОИСК»	26,9%
OKKO	18,7%
«ИВИ»	16,8%
WINK	13,3%
«КИОН»	11,4%
ДРУГОЕ	12,9%

Источник: TelecomDaily

Их пользователи — это те люди, которые могли бы ходить в кинотеатр, но выбирают платформы из-за возможности нелинейного смотрения и стоимости: подписка (в среднем 300–400 рублей) дешевле одного билета на просмотр фильма на большом экране. К тому же можно рассчитывать на то, что через 4–6 недель после релиза кинопремьера окажется в библиотеке стримингов. Свою роль играет и качество контента.



Первая проблема, о которой говорят на всех отраслевых мероприятиях — сценарный голод. Очень мало хороших историй, историй, которые сейчас зритель хотел был бы смотреть на большом экране. Это одна из самых серьезных сегодня задач, потому что мы научились снимать кино на очень высоком мировом уровне, а вот с точки зрения написания историй у нас остается большой пробел.

АННА ШАЛАШИНА

ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ WISH MEDIA, СООСНОВАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ ЖЕНЩИН-КИНОПРОДЮСЕРОВ В РОССИИ

Также на фоне бума стриминговых платформ стираются границы рынков: в каталогах российских онлайн-кинотеатров можно найти контент из США, Великобритании, Франции, Южной Кореи, Японии, Китая, стран СНГ и так далее.

Российские стриминги тем временем развиваются и в странах СНГ. Например, «Кинопоиск» сделал локализацию под Казахстан — для местных пользователей собрали отдельную секцию локального кино и дублированные версии проектов из РФ. Поэтому сервис занимает лидирующие позиции в стране: им пользуется около четверти горожан. Для сравнения, у Netflix — всего 5%. Кстати, в странах СНГ постепенно появляются и обзаводятся контентом собственные онлайн-кинотеатры: в Армении это Kinodaran, в Узбекистане — iTV, в Казахстане — Freedom Media, Unico Play и kino körü. Исследование аналитической компании J'son & Partners Consulting показало: по итогам 2025 года выручка рынка онлайн-видео в Казахстане, в частности, выросла на 49% и составила 27,65 млрд тенге (~4,92 млрд рублей). Основным источником дохода (59,3%) стала платная подписка. Эксперты резюмируют: республика постепенно переходит к модели потребления контента, при которой на рынке преобладают платные платформы.

Помимо онлайн-кинотеатров, которые эксперты называют главными конкурентами традиционного проката, за внимание зрителей сражаются цифровые платформы и индустрия развлечений в целом — театры, музеи, концертные площадки, компьютерные игры. Так, например, исследование Организации развития видеоигровой индустрии (РВИ) показало: 8 из 10 россиян в возрасте 14 лет и старше с той или иной периодичностью проводят время за гейминго. Причем каждый третий играет ежедневно (или почти каждый день). Здесь важны и цифры по совсем юной аудитории: 69% родителей отмечают, что их дети в возрасте от 7 до 14 лет регулярно играют в компьютерные игры. А вот в кинотеатрах за последний год было лишь 42% несовершеннолетних, отмечает председатель совета директоров киностудии «Союзмультфильм» и генеральный директор «Киностудии им. М. Горького» Юлиана Слащева.

Эксперты напоминают, что сегодня у зрителей появилось огромное количество доступных способов провести свободное время, многие из них бесплатны или требуют минимальных затрат. Это YouTube, TikTok, Instagram* и глобальная привычка смотреть контент быстро, в любой момент, прямо в смартфоне. И времени на походы в кино стало сильно меньше.



Мировая повестка становится все более сложной и фрагментированной, а алгоритмические ленты замыкают аудиторию в информационных пузырях.

ОЛЬГА ХЛАЩЕВА

РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО СЕКТОРА КИНОСТУДИИ «КАЗАХФИЛЬМ»

Аналогичные конкуренты актуальны и для стран СНГ. Кинопродюсер и режиссер Серик Абишев выделяет короткие видео в TikTok и Instagram* как способ быстро получить эмоции от просмотра (по сравнению с полнометражными фильмами). А председатель правления Лиги Кинематографистов Республики Казахстан Айдар Баталов отдельно отмечает YouTube, где в последнее время активно монетизируется контент на языке республики. К слову, упор на национальную идентичность и производство локального контента — общий тренд для стран Содружества.



Вообще у национального кино разных стран — будь это Китай, будь это Казахстан, будь это даже европейские страны, — у всех произошел такой хороший сдвиг в сторону своего кинематографа. Люди полюбили свои фильмы, особенно семейные фильмы, исторические. Эти изменения происходят по всему миру. Я считаю, что это связано с тем, что американское кино стало не настолько массовым и понятным всем, как раньше — как в 90-х было, грубо говоря. Поэтому появилась реальная любовь, тяга к своему.

ГЕВОНД АНДРЕАСЯН

СООСНОВАТЕЛЬ И ПРОДЮСЕР КИНОКОМПАНИИ БРАТЬЕВ АНДРЕАСЯН

Безусловно, страны СНГ по-прежнему объединяет общий культурный контекст и схожие модели потребления контента. Но практически каждая из них сформировала собственную индустрию и ориентируется на предпочтения внутренней аудитории. Совокупный бокс-офис государств (без учета России) в 2025 году составил 13,5 млрд рублей. По сравнению с 2024-м выручка снизилась на 9,6%, а вот посещаемость, наоборот, немного подросла — на 0,2%, до 39,7 млн. Распределение сборов остается крайне неравномерным: более 60% приходится на Казахстан (8,5 млрд рублей), еще порядка 10% — на Кыргызстан (1,41 млрд рублей). Беларусь, Узбекистан, Армения, Азербайджан, Молдова и Таджикистан — существенно меньшие рынки.

БОКС-ОФИС СНГ, 2025
БЕЗ УЧЕТА РОССИИ

13.5
МЛРД ₽

Источник: «БК Медиа»

* Компания Meta признана в России экстремистской. Instagram — продукт этой компании.

КАССОВЫЕ СБОРЫ И ПОСЕЩАЕМОСТЬ В СТРАНАХ СНГ, 2022 – 2025
БЕЗ УЧЕТА РОССИИ

ТЕРРИТОРИЯ	2025		2024		2023		2022	
	СБОРЫ, МЛРД ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН	СБОРЫ, МЛРД ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН	СБОРЫ, МЛРД ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН	СБОРЫ, МЛРД ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
СНГ	13,51 -9,6%	39,68 +0,2%	14,95 +42,3%	39,61 +27,7%	10,50 +81,6%	31,02 +31,6%	5,78	23,58
Казахстан	8,49 -11,1%	26,79 +0,4%	9,56 +44,8%	26,70 +31,4%	6,60 +94,4%	20,32 +40,2%	3,39	14,50
Кыргызстан	1,41 +5,5%	4,41 +11,8%	1,33 +66,7%	3,94 +45,3%	0,80 +108,9%	2,71 +62,5%	0,38	1,67
Узбекистан	0,72 -7,4%	1,66 +5,5%	0,78 +62,9%	1,58 +30,2%	0,48 +95,9%	1,21 +33,7%	0,24	0,90
Армения	0,68 -11,6%	1,31 -2,6%	0,76 +23,4%	1,34 +5,6%	0,62 +132,5%	1,27 +55%	0,26	0,82
Азербайджан	0,66 -18%	1,66 -12,4%	0,80 +16,5%	1,90 +2,5%	0,69 +51,2%	1,85 +16,3%	0,45	1,59
Беларусь	0,42 -17%	1,52 -15,5%	0,51 +40,3%	1,80 +29,6%	0,36 -19,6%	1,39 -35,3%	0,45	2,15
Молдова	0,37 -12,2%	0,6 -6,8%	0,42 +34,3%	0,65 +5,9%	0,31 +51%	0,61 +9,8%	0,21	0,56
Таджикистан	0,11 +11,2%	0,30 +11,2%	0,10 +37,2%	0,27 +22,5%	0,07 +59,2%	0,22 +30,5%	0,05	0,17

Источник: Comscore, индустриальное издание «БК Медиа»

В топ-50 релизов в СНГ по итогам прошлого года сложилась следующая картина: верхняя часть списка — за голливудскими блокбастерами («Зверополис 2», «Аватар: Пламя и пепел», «Лило и Стич», «Муфаса: Король Лев», F1 и другие), заметно выделяется блок казахстанских релизов («Молда», «Патруль. Последний приказ», «Родной очаг», «Укради жениха, если сможешь», «Рэкетир. Новые времена» и другие»). Российские фильмы в рейтинге не представлены — они уступают не только голливудскому контенту, но и локальным хитам Казахстана и Кыргызстана. Наиболее успешным в прокате в СНГ оказался «Горыныч», которому удалось собрать 34,5 млн рублей.

ТОП-10: САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ СНГ, 2025
БЕЗ УЧЕТА РОССИИ

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ, МЛН ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
1	«Зверополис 2»	724,447	2,221
2	«Аватар: Пламя и пепел»	412,113	0,974
3	«Лило и Ститч»	359,664	1,162
4	«Муфаса: Король Лев»	343,312	0,802
5	F1	338,750	0,877
6	«Иллюзия обмана 3»	272,665	0,714
7	«Патруль. Последний приказ»	256,473	0,846
8	«Молда»	244,188	0,784
9	«Ыстық ұя»	237,292	0,858
10	«Minecraft в кино»	235,818	0,696

Источник: Comscore, индустриальное издание «БК Медиа»



В СНГ перспективы российского кино не то чтобы отсутствуют, но они невелики. Крупный российский контент уровня «Чебурашки», «Последнего богатыря» и так далее, большие семейные фильмы там, естественно, смотрят. Их смотрит и местный зритель, их смотрят и русскоязычные, которые живут в этих странах. Но для среднего контента рынка там практически нет, потому что он весь занят местными фильмами.

РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АВК,
ГЕНДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ

Казахстан в последние годы стал новым центром региона и крупнейшим рынком в Центральной Азии. Локальное кино в республике играет практически на равных с голливудским. Это отлично видно по самым кассовым картинам: лидером 2025 года стал «Зверополис 2» (427,1 млн рублей), на втором месте — «Аватар: Пламя и пепел» (256,7 млн рублей), а следом — плотный блок казахстанского кино. Это «Молда» (244,2 млн рублей), «Патруль. Последний приказ» (238,2 млн рублей), «Родной очаг» (237,3 млн рублей) и другие. В общей сложности национальные релизы обеспечивают Казахстану 40–45%-ную долю бокс-офиса.

ТОП-10: САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ КАЗАХСТАНА, 2025

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ, МЛН ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
1	«Зверополис 2»	427,090	1,484
2	«Аватар: Пламя и пепел»	256,674	0,659
3	«Молда»	244,188	0,784
4	«Патруль. Последний приказ»	238,202	0,793
5	«Ыстық ұя»	237,292	0,858
6	F1	221,143	0,625
7	«Қолыңнан келсе алып қаш»	209,150	0,751
8	«Муфаса: Король Лев»	188,492	0,512
9	«Лило и Ститч»	179,748	0,689
10	«Рэкетир 3»	170,987	0,472

Источник: Comscore, индустриальное издание «БК Медиа»



«МОЛДА»

КАЗАХСТАН, 2025

Режиссер
Абдусаид Шайхисламулы

Жанр
Комедия

Сборы в СНГ
244,188 млн ₽

Бандит в бегах становится помощником муллы и встает на праведный путь. В фильме снялись популярные казахские актеры и комики.

Примечательно, что еще пять лет назад в стране снимали около 50 казахстанских проектов в год. В 2026-м этот показатель составит уже 110 картин, ожидает Айдар Баталов. Причем до бума стриминговых сервисов в Казахстане можно было снять фильм за 100 тыс. долларов, вспоминает Серик Абишев. Сейчас это уже нереально — повысились цена и востребованность кинематографистов.

Жанровая структура проката Казахстана тем временем смещается от засилья комедий о традиционных особенностях страны к более разнообразному контенту — все чаще появляются криминальные драмы, фильмы-катастрофы с элементами фантастики, боевики, мелодрамы, которые собирают достойные кассы. Все эти тенденции — ответ на запрос меняющейся аудитории.



Зритель изменился абсолютно драматически. Сейчас это казахоязычная молодежь. И мы с 2021 года увеличили долю казахстанского кино где-то с 5-7% рынка до 40%. Это казахоязычное кино. У нас искусственным образом ушло российское кино, в том числе потому, что есть давление со стороны западных партнеров. Условно: «Будете показывать «Август», не дадим вам «Аватара». При этом локальное кино вытеснило и американское. И в жанровом плане мы развиваемся хорошо: если два-три года назад 90% были комедии, то сейчас есть и драмы, и боевики, и мелодрамы. Историческое кино пытаются делать, хотя оно и очень дорогое. У нас кинотеатры не сильно грохнулись после пандемии. Их становится больше, и они очень комфортные. Достаточно доступный ценник: порядка 7 долларов за билет. По сравнению с миром это недорого. Поэтому люди идут, для них это форма досуга.

АЙДАР БАТАЛОВ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ЛИГИ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Кыргызстан еще больше ушел в локальный кинематограф: в топ-30 релизов страны практически доминируют национальные фильмы, но топовые голливудские релизы по-прежнему собирают достойную кассу. Из года в год рынок укрепляет свои позиции: в период с 2022-го по 2025-й локальный бокс-офис увеличился почти в 4 раза, а число зрителей — более чем вдвое.

В стране строятся новые кинотеатры и реновируются старые, каждую неделю выходит как минимум один местный проект — картины подолгу крутят на больших экранах, они успевают собрать хорошую кассу, отмечает Роман Исаев.

Например, по итогам прошлого года на второй строчке топа (сразу за «Зверополисом 2») оказалась локальная комедия «Напарниктер 3» («Напарник 3») с 67,5 млн рублей, на третьей — еще одна комедия «Каражаным» с 43,7 млн рублей.





ТОП-10: САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ КЫРГЫЗСТАНА, 2025

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ, МЛН ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
1	«Зверополис 2»	68,747	0,195
2	«Напарниктер 3»	67,467	0,231
3	«Каражаным»	43,670	0,120
4	«Құдай сақтасын»	42,100	0,141
5	«Муфаса: Король Лев»	39,223	0,072
6	«Битир»	38,574	0,133
7	«Керекесин»	37,208	0,130
8	«Аватар: пламя и пепел»	36,487	0,090
9	«Ашыгым»	34,847	0,110
10	«Акыркы Дем»	34,569	0,119

Источник: Comscore, индустриальное издание «БК Медиа»

Беларусь с 1,53 млн зрителей — один из крупнейших рынков региона после Казахстана и Кыргызстана. Но по структуре он сильно отличается. Страна во многом идет в тренде России — оттуда тоже ушел Голливуд. Ключевым игроком местной киноиндустрии остается национальная студия «Беларусьфильм», которая получает значительную господдержку в виде субсидий от Министерства культуры республики. Тем не менее топ самых кассовых релизов формируется за счет доступных зарубежных релизов и российских картин.



В Беларуси пока недостаточно собственного контента. Сейчас в кинотеатрах и на телеканалах у нас в основном идет российский контент — сериалы, фильмы, продукты, которые зрители хорошо знают и выбирают. Поэтому, по сути, мы во многом живем в той же культурной и медийной реальности, что и российская аудитория. И аудитория, соответственно, во многом складывается под влиянием тех же привычных форматов и сюжетов. При этом мы активно начинаем развиваться: постепенно появляется больше белорусских проектов, запускаются новые производства, и аудитория все чаще получает возможность смотреть именно свое — локальные истории, своих авторов, более близкие по контексту темы.

ЕВГЕНИЙ АРЕНДАРЕВИЧ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКАНСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ (РОО) «БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ»

ТОП-10: САМЫЕ КАССОВЫЕ РЕЛИЗЫ БЕЛАРУСИ, 2025

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ, МЛН ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
1	«Иллюзия обмана 3»	28,245	0,093
2	«Горыныч»	19,290	0,079
3	«Дракула»	15,117	0,048
4	«Финист. Первый богатырь»	13,334	0,041
5	«Елки 12»	11,767	0,035
6	«Плохая девочка»	11,456	0,027
7	«Елки 11»	10,090	0,028
8	«Волшебник Изумрудного города. Дорога из жёлтого кирпича»	9,275	0,032
9	«Зверопоезд»	9,156	0,035
10	«Три богатыря и свет клином»	9,109	0,032

Источник: Comscore, индустриальное издание «БК Медиа»

У каждой из стран СНГ — своя специфика, уверен Роман Исаев. В Азербайджане, например, сильно присутствие турецкого кино. В Армении хорошие цифры демонстрирует местный кинематограф, но голливудское кино остается в прокате. Узбекистан пока делает первые шаги и только начинает заполнять рынок локальным контентом. В качестве общей тенденции эксперты называют стремление к национальной идентичности: местные исторические проекты, а также фильмы, построенные вокруг локального культурного года, регионального юмора или общественно-политического контекста, зачастую воспринимаются зрителем значительно лучше. На этом фоне особенно остро встает языковой вопрос.



Мы пока еще в одной, скажем так, языковой реальности, языковой контекст у нас один. Но это, конечно, тает со страшной силой. Скажем, в Азербайджане почти все говорят на русском. А в Тбилиси уже такого нет, молодежь в Грузии не очень владеет русским языком. Соответственно, как только мы упускаем языковой контекст, мы теряем эту аудиторию. Плюс давайте честно: большая часть тем, которая сейчас у нас активно в ротации, — все-таки внутрироссийская.

ПАВЕЛ САРЫЧЕВ

ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION

В «Газпром-Медиа Холдинге» тоже отмечают, что в некоторых странах СНГ русский язык уступает позиции национальным, и приводят примеры: так, в Узбекистане действуют эфирные лимиты на рекламные сообщения на иностранном языке, в Кыргызстане законодательно закреплено, что на телевидении и радио не менее 60% эфира должно вестись на кыргызском. В удаленных от крупных городов регионах русским языком практически не пользуются. Этот тезис подтверждает и кинопродюсер Серик Абишев. По его словам, казахоговорящих зрителей стало больше — с этим связано и увеличение числа фильмов на национальном языке.

Так или иначе ситуация, сложившаяся в странах СНГ, в большинстве случаев осложняет экспорт российского контента. Зато кинокартины из государств Содружества все чаще находят себе место в прокате в РФ.

ТУДА И ОБРАТНО:



ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА КИНО РФ И СНГ

Сборы российского кино за рубежом (без учета стран СНГ) демонстрируют отрицательную динамику: если в 2023 году совокупная касса составляла $17,6 млн, то в 2024-м — уже $16,6 млн, а в 2025-м — и вовсе $9,7 млн. В прошлом году на экспорт из РФ ушли 33 картины. Наиболее успешной из них оказался ретро-детектив «Красный шелк» ($1,811 млн), снятый совместно с Китаем. Вторую строчку заняла экранизация романа Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита» ($1,576 млн), третью — семейное фэнтези «Волшебник Изумрудного города. Дорога из желтого кирпича» ($1,301 млн). Ключевым рынком для российского контента, как и в 2024-м, стал Китай. Следом идут Израиль и Германия.



КИТАЙ
$ 1 875 840

ИЗРАИЛЬ
$ 889 975

ГЕРМАНИЯ
$ 879 718

РУМЫНИЯ
$ 869 320

ИТАЛИЯ
$ 563 074

ВЬЕТНАМ
$ 442 869

МЕКСИКА
$ 391 718

ГРЕЦИЯ
$ 266 904

БРАЗИЛИЯ
$ 264 682

ТУРЦИЯ
$ 256 676

Источник: индустриальное издание «БК Медиа»

ТОП-5: СБОРЫ РОССИЙСКИХ РЕЛИЗОВ В ЗАРУБЕЖНОМ ПРОКАТЕ, 2025
БЕЗ УЧЕТА СТРАН СНГ

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ	ЗРИТЕЛИ
1	«Красный шелк»	$1 810 941	339 959
2	«Мастер и Маргарита»	$1 576 421	152 738
3	«Волшебник Изумрудного города. Дорога из жёлтого кирпича»	$1 301 044	353 391
4	«Большое путешествие. Вокруг света»	$1 050 722	153 158
5	«Великолепная пятерка»	$753 122	104 198

Источник: индустриальное издание «БК Медиа»

Кейс «Красного шелка» показателен — на эту копродукцию, на уровне изначальной концепции рассчитанную на прокат в Китае, приходится почти весь бокс-офис российского кино в КНР.



Мне кажется, что одна из главных причин успеха — это «яркость» картины, новый неизбитый сеттинг, интрига, очень хороший каст. Разным зрителям было чем насладиться: умный зритель копался в историческом контексте, а те, кто хотел развлечься, увидел экзотические локации, экшн.

ОЛЬГА КАШИРИНА

ВОСТОКОВЕД, ПРОДЮСЕР ПРОЕКТОВ «КРАСНЫЙ ШЕЛК», «ЧЕРНЫЙ ШЕЛК»

В СНГ динамика показателей проката российского кино не выглядит стабильной, констатируют в индустриальном издании «БК Медиа». Так, в 2022 году объем этого сегмента рынка составлял 289,5 млн рублей, а к 2025-му он прибавил 28%. Если же производить оценку в зрителях, то число проданных билетов в 2025-м упало по сравнению с 2022-м на 6%. Средняя цена похода на кино-сеанс за тот же период выросла с 204 до 300,5 рублей. Пиковые за последние пять лет показатели этот рынок продемонстрировал в 2024 году. Тогда бокс-офис достиг отметки в 587,8 млн рублей, а лидером проката стал фильм «Мастер и Маргарита», собравший 134,3 млн рублей.

К середине августа 2026-го объем рынка проката российского кино в странах СНГ уже достиг годовых показателей 2025-го и, по данным Comscore, составил 400 млн рублей. С начала этого года российские релизы в странах Содружества посмотрели 1,3 млн человек. Явным драйвером проката стала семейная комедия «Чебурашка 2» с 428 тыс. зрителей и сборами в 130 млн рублей.



В целом эти цифры и эта нестабильность отлично иллюстрируют ситуацию: кинорынок СНГ становится по поведению больше похожим на международный, чем на содружественный. Его интересуют блокбастеры, а не общий срез русскоязычного контента. Безусловно, «Чебурашка» как бренд в этих странах понятнее, чем, например, в европейских и латиноамериканских странах, которые куда выше оценили «Буратино». Но важно, что это не рядовой еженедельный релиз, а фильм-событие, закупка которого оказывается коммерчески оправданной.

ВЕРОНИКА СКУРИХИНА
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ИНДУСТРИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ БК МЕДИА

Эксперты резюмируют: интерес к российскому кино в странах СНГ есть, картины стабильно выходят в прокат, хотя конкуренция и остается высокой. В Казахстане, например, только в первой половине 2025-го на больших экранах показывали 11 проектов из РФ. К концу прошлого года в первой тройке по сборам среди российских картин оказались «Елки 11» (19,2 млн рублей), «Финист. Первый богатырь» (17,5 млн рублей) и «Волшебник Изумрудного города. Дорога из желтого кирпича» (11,9 млн рублей).

ТОП-10: САМЫЕ КАССОВЫЕ РОССИЙСКИЕ РЕЛИЗЫ В КАЗАХСТАНЕ, 2025

№	ФИЛЬМ	СБОРЫ, МЛН ₽	ЗРИТЕЛИ, МЛН
1	«Елки 11»	19,208	0,042
2	«Финист. Первый богатырь»	17,559	0,045
3	«Волшебник Изумрудного города. Дорога из жёлтого кирпича»	11,995	0,032
4	«Горыныч»	10,173	0,041
5	«Финник 2»	9,512	0,044
6	«Иван Царевич и серый волк 6»	6,739	0,018
7	«Папины дочки. Мама вернулась»	6,010	0,021
8	«Маракуда»	5,938	0,025
9	«Царевна-лягушка»	5,833	0,018
10	«Домовенок Кузя»	5,248	0,014

Источник: индустриальное издание «БК Медиа»

Стабильнее всего за рубежом работают жанры, понятные без «перевода».



Мы успешны в историческом кино и сказках — это универсальные жанры. «Конек-Горбунок» купили 10 стран, «Последний богатырь» — 20. Хорроры и триллеры хорошо продаются, так как это жанровое кино, и оно не требует погружения в местные реалии. Анимация — вообще наш конек: «Смешарики» супер популярны в Китае, «Машу и Медведя» — во всем мире. Но нужно только системное продвижение.

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА



При разработке и создании проектов российские продюсеры, нацеленные на выход на зарубежные рынки, ориентируются на универсальность контента, которая позволит преодолеть культурные и языковые барьеры в тех или иных регионах. Особенно это прослеживается в мультипликационных проектах. Российская анимация обладает уникальным языком, а яркие персонажи, интересные сюжеты и визуальная красота делают ее понятной в любой точке мира. Аналогично большим успехом за рубежом пользуются и фильмы для детской и семейной аудитории.

ЭЛЬЗА АНТОНОВА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОСКИНО

Заместитель генерального директора «Газпром-Медиа Холдинга» Борис Ханчалян, в свою очередь, также подчеркивает экспортный потенциал фильмов для семейной аудитории — экранизированных и адаптированных под современность сказок вроде «Алисы в стране чудес» и «Волшебника Изумрудного города». Ханчалян напоминает: в странах Содружества в семьях в среднем по 3–5 детей, поэтому подобные проекты и пользуются популярностью. Дополнительное внимание им обеспечивает наличие в касте известных блогеров и актеров. В АО «Российский экспортный центр» отмечают, что российская анимация востребована в Китае, а в «БК Медиа» к числу перспективных рынков добавляют государства Персидского залива. В качестве примера главный редактор индустриального издания Вероника Скурихина приводит мультфильм «Мальчик-дельфин», сеттинг и персонажи которого оказались близки восточным и арабским странам.

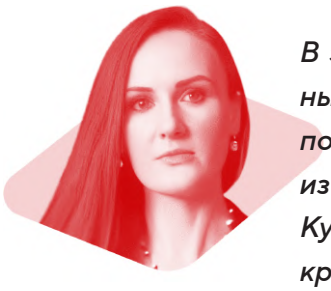


На нынешнем этапе развития российского киноэкспорта анимация по эффективности не уступает фантастическим релизам и в ряде регионов (Ближний Восток, Восточная Европа) фактически вытесняет жанровое игровое кино.

ВЕРОНИКА СКУРИХИНА

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ИНДУСТРИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ БК МЕДИА

По данным Агентства креативных индустрий (АКИ), в 2023-м в России насчитывалось 50 анимационных студий — за 10 лет их количество выросло в 3 раза. В том же году объемы этого рынка аналитики оценивали в 20,2 млрд рублей (+11,6% к 2022-му). Они ожидают, что к концу десятилетия показатель достигнет отметки в 41,1 млрд рублей, а в качестве наиболее перспективных экспортных рынков для российской анимации называют страны Ближнего Востока и Азии.



В этих странах преимущественно востребован контент, основанный на семейных ценностях, поэтому наши картины традиционно пользуются там большой популярностью и спросом. Особенно выделю Южную Корею — это для нас одно из приоритетных направлений. Мы ведём активное сотрудничество с Культурным Центром Посольства Республики Корея и Корейским агентством креативного контента в сфере видеоигр, анимации и культурных обменов. Среди азиатских партнеров также активна Малайзия, например в июле состоялись онлайн-питчинги между московскими и малайзийскими анимационными студиями, платформами и каналами.

АНАСТАСИЯ РЫБКИНА ЗАМЕСТИТЕЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ АГЕНТСТВА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ

Эксперты отмечают, что выйти за пределы внутреннего рынка российскому фильму чаще всего мешает недостаточная подготовка проекта к международной жизни. Нередко необходимая стратегия появляется уже после завершения производства, хотя она должна закладываться еще на этапе разработки сценария. В результате получается, что картина недостаточно адаптирована для зарубежной аудитории — с точки зрения маркетинга, позиционирования и понимания конкретного рынка. В этом контексте Элла Тухарели разделяет российские проекты на три лагеря: 80% — снимаются под внутреннюю аудиторию и не предусматривают адаптацию ни в каком виде; 15% — изначально закладывают бюджет на субтитры и планируют релиз одновременно в РФ и на платформах в СНГ, но не адаптируют сценарий ради экспорта; 5% — продумывают выход на международный рынок еще на этапе разработки и прописывают «интернациональную версию» истории — без локальных реалий, с понятными архетипами.



Проектов из третьей группы — кот наплакал, потому что они требуют отдельного бюджета на адаптацию (от $100 000 до $500 000), маркетинговых исследований рынка (кто в Турции или Китае пойдет на русское кино?), связей с международными дистрибьюторами, которых после 2022 года стало в разы меньше. Почему экспорт не в приоритете для наших продюсеров? Потому что «свой» рынок большой и сытный. В России — 140+ млн потенциальных зрителей. Если фильм соберет 500 млн рублей в прокате — это уже успех. Зачем лезть в Казахстан, где средний сбор нашего кино — 50–70 млн тенге ($100–150 тыс.)?

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Наиболее перспективными рынками для экспорта российского контента представители индустрии считают Казахстан, Узбекистан, Кыргызстан и Беларусь. Страны СНГ, в свою очередь, тоже активно развиваются, и все более заинтересованы в партнерстве и обмене проектами. В качестве наиболее заинтересованных сторон чаще всего называют Казахстан и Узбекистан — у них есть и деньги, и желание, и работающие механизмы.



Наиболее перспективными рынками для экспорта российского контента сегодня выглядят Монголия, Узбекистан, Киргизия и Таджикистан. Это страны с растущим спросом на качественный контент и отсутствием жёсткой конкуренции со стороны западных игроков. Особенно активно развиваются Узбекистан и Казахстан, которые уже инвестируют в собственную киноинфраструктуру и демонстрируют готовность к системному партнёрству.

БОРИС ХАНЧАЛЯН
ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ГАЗПРОМ-МЕДИА ХОЛДИНГА»

Значительно большую перспективу эксперты видят в импорте кино стран СНГ в Россию. В «БК Медиа» отмечают, что наиболее представленным на рынке РФ является казахстанское кино. Председатель правления Лиги Кинематографистов Республики Казахстан Айдар Баталов, в свою очередь, отдельно останавливается на нескольких релизах.



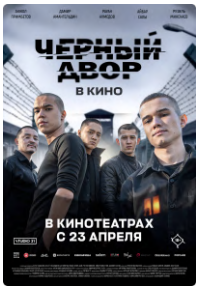
«Рэкетир. Новые времена», 2024

90 экранов в России. Скромные результаты связаны с тем, что это третья часть франшизы, которая стартовала еще в 2000-х, объясняет Баталов.



«Патруль. Последний приказ», 2025

120 экранов. Проект вырос из комедийного сериала, на счету которого уже 7 сезонов. К актерскому составу присоединился популярный российский комик Тамби Масаев. Тем не менее на больший успех проект не мог рассчитывать из-за почти полного отсутствия маркетинговой кампании.



«Черный двор в кино», 2026

Кассовые сборы в России почти 50 млн рублей. Совместное производство Казахстана и Кыргызстана со звездой «Слова пацана» Рузилем Минекаевым в касте. Баталов предполагает, что успех проекта обеспечила тематика — тюрьма, жизнь «по понятиям», запрещенная криминальная субкультура.

В этом году на российские экраны уже вышли два казахстанских фильма — упомянутый выше «Черный Двор в кино» и хоррор «Дастур: Проклятие», заработавший в прокате 3,3 млн рублей.

На 3 сентября намечена еще одна премьера, поддержанная в том числе правительством Москвы, — драма Айдара Баталова «Почтальон победы». Над ним совместно работали Казахстан, Россия и Беларусь.



«ПОЧТАЛЬОН ПОБЕДЫ»

КАЗАХСТАН, РОССИЯ, БЕЛАРУСЬ, 2026

Режиссер	Жанр
Айдар Баталов	Драма



Казахстан — самый мотивированный и амбициозный в контексте выхода на российский рынок. Они предлагают копродукцию на условиях 50/50 или даже 40/60 (где 60 — их деньги, 40 — наши, потому что им нужен доступ к нашему прокату). Идут на российские фестивали, питчинги, форумы. Их главная боль: они хотят, чтобы их кино воспринималось не как «национальный продукт для галочки», а как полноценный конкурент российским фильмам.

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Есть первые примеры успешного проката кино из Кыргызстана. В частности, заметную кассу собрали две части роуд-муви о духовном поиске — «Рай под ногами матерей» (2024) и «Рай под ногами матерей 2: Письмо матери» (2025). В РФ их привез кинопрокатчик Ray of Sun Pictures во главе с Романом Исаевым. Картины заработали в России 84,4 млн рублей и 202,1 млн рублей соответственно.



«РАЙ ПОД НОГАМИ МАТЕРЕЙ 2: ПИСЬМО МАТЕРИ»

КЫРГЫЗСТАН, 2025

Режиссер	Жанр	Сборы в России
Руслан Акун	Драма	202,1 млн ₽

Парень с аутизмом и его юный друг едут из Кыргызстана в Москву, чтобы исполнить мечту мальчика. Их ждут испытания и встречи с людьми, всегда готовыми оказать помощь.



Тот факт, что фильм из СНГ собрал 200+ миллионов рублей, — это, конечно, потрясающий, беспрецедентный результат. Во многом в силу того, что картина получилась универсальной, понятной большому количеству зрителей в России, прежде всего в сегменте мусульманской аудитории, так как это кино из мусульманской страны. Но, тем не менее, за счет присутствия российских актеров во второй части — Омара Алибутаева, Станислава Бондаренко, Павла Майкова, Алексея Щербакова — кино расширило свой аудиторный горизонт в разы.

РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АВК,
ГЕНДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ

В «БК Медиа» кыргызскую франшизу называют самым успешным релизом из СНГ за последние 5 лет и подчеркивают, что с учетом «повсеместного кризиса сиквелов» это редкий случай, когда второй фильм смог в 2,5 раза увеличить кассовые сборы первого.



Это подлинные сарафанные хиты, которые действительно удивили рынок. Оба фильма прекрасно себя чувствовали в регионах с сильной мусульманской общиной. При этом хороший «сарафан» позволил им выйти за пределы этого сегмента: перед зрителями попросту развернулась добрая, духоподъемная, смешная история, роуд-муви, в котором приняли участие в том числе и российские звезды.

ВЕРОНИКА СКУРИХИНА

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
ИНДУСТРИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ «БК МЕДИА»

Кинопродюсер и режиссер Серик Абишев считает, что религия может стать фактором, объединяющим зрителей из разных стран СНГ. Хорошо работает и общий контекст — советский период, эпоха 90-х. Для Содружества особенно актуальны жанровые картины — криминальные драмы, хорроры и так далее. А если они будут становиться еще более универсальными, с еще большим привлечением российского продакшена и актеров, то у таких проектов «очень большие перспективы», уверен Роман Исаев. А вот в «Газпром-Медиа Холдинге» указывают на ряд сдерживающих факторов.



В «Газпром-Медиа» закупают контент из стран СНГ, но пока не массово. И на это есть две причины. Первая — зрительский запрос. Российская аудитория привыкла к определенному уровню качества и драматургии, и не всякий контент из СНГ ему соответствует. Хорошая история всегда найдет своего зрителя, но массового спроса на контент из стран Содружества в России пока нет. Вторая — системный подход. Мы не хотим закупать точечно, мы хотим выстраивать партнерства. Поэтому мы активно работаем с коллегами из СНГ не столько над покупкой готовых продуктов, сколько над совместными проектами, которые изначально создаются с прицелом на обе аудитории. Такой подход дает больше гарантий, что проект «зайдет» и в России, и в стране-партнере.

БОРИС ХАНЧАЛЯН

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ГАЗПРОМ-МЕДИА ХОЛДИНГА»

В случае с обменом аудиовизуальным контентом между странами СНГ действительно существует несколько структурных ограничений. Особенно остро стоит вопрос культурных различий: условно, то, что нравится казахстанской аудитории, может оказаться неинтересным для российской. И наоборот: даже герои «Трех богатырей», которых так любят зрители в России, в странах СНГ мало кого заставят пойти в кинотеатр. Продюсер Павел Сарычев объясняет это тем, что индустрия в РФ «очень вестернизирована» — по историям и нарративу. «Мы даже сказки наши пытаемся пересказывать в неком режиме супергероев», отмечает Сарычев.

Кроме того, у каждого рынка — свои смысловые границы.



Каждая страна хочет, чтобы ее народ показали «достойно». Российский продюсер думает: «Мне нужен туповатый персонаж для юмора». Казахстанский говорит: «А можно не туповатого, а просто веселого? Мы не хотим, чтобы наши выглядели дураками». В каждой стране СНГ своя цензура (Узбекистан режет алкоголь, Казахстан — сцены насилия), свои форматы (не везде 16:9 или 5:1), свои законы об авторском праве. Чтобы продать кино в Узбекистан, нужно разобраться в их прокатной системе, найти дистрибьютора, решить вопросы с таможней и переводом. Нет единого стандарта. Что в итоге? Российские продюсеры в массе своей — домоседы. Они умеют снимать кино для России, но экспорт воспринимают как приятный бонус, а не как стратегию.

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Сдерживающим фактором остается и пиратство. Острота проблемы, по оценкам экспертов, сильно варьируется в зависимости от региона. Например, в России достаточно эффективно работает «антипиратский меморандум» «Яндекса», крупных стриминговых сервисов и прокатных компаний. В Узбекистане, отмечают эксперты, «черный» рынок — большая проблема: мошенники дублируют контент, а сами пользователи не привыкли платить за кино, сериалы и телевидение. В Казахстане все зависит от того, о каком именно проекте идет речь: за нелегальным распространением американских релизов никто не следит, а вот пиратские версии местного контента отслеживает специальный отдел МВД.

Несмотря на ряд препятствий, Россия развивает сотрудничество со странами СНГ и другими партнерами в формате копродукции. Это не просто привлечение иностранных инвестиций в проект, а создание фильма, который официально признается совместным производством двух или нескольких стран в соответствии с международными соглашениями или законодательством сторон. Такой статус позволяет картине считаться национальной сразу в нескольких государствах и дает возможность претендовать на существующие меры государственной поддержки, налоговые льготы и другие механизмы стимулирования.

На сегодняшний день у России действует несколько двусторонних соглашений о совместном кинопроизводстве, в том числе с Узбекистаном, Китаем и Сербией. Например, сотрудничество с Сербией правительство РФ закрепило в августе 2025 года. В документе прописано, что вклад каждого из сопродюсеров должен включать как минимум одного члена съемочной группы, одного исполнителя главной роли, одного исполнителя второстепенной роли. А для того, чтобы проект получил статус «фильм совместного производства», стороны обязаны подать заявки в профильные ведомства не позднее чем за 60 дней до начала съемочного периода. Первой официальной российско-сербской копродукцией станет экранизация книги Василя Быкова «Альпийская баллада».



Кадр из фильма

«АЛЬПИЙСКАЯ БАЛЛАДА»

РОССИЯ, СЕРБИЯ

Режиссер	Жанр	Дата выхода
Андрей Богатырев	Боевик, военный	30 сентября 2027

Экранизация повести Василя Быкова о любви и подвиге во время Второй мировой войны. В главных ролях Иван Янковский, Милош Бикович и итальянская актриса Дениз Сардиско.

Кроме того, Россия — участник многостороннего Соглашения государств СНГ о совместном фильмопроизводстве. Этот документ создает правовую основу для реализации совместных проектов в регионе.



Мы движемся от разовых сделок к системному взаимодействию. Представители киноиндустрий Казахстана, Таджикистана, Кыргызстана и Узбекистана демонстрируют живой и растущий интерес к сотрудничеству и совместным проектам. Среди примеров — «Казбек» (Беларусь — Узбекистан), «Тропа гнева» (Россия — Таджикистан), «Волшебная лампа» (Россия — Узбекистан — Кыргызстан). В 2025–2026 годах велись съемки второго фильма «Волшебник Изумрудного города» в Казахстане. В конце 2025 года актив «Газпром-Медиа Холдинга» — Кинокомпания 1-2-3 Production — подписал соглашение о сотрудничестве в съемках военно-исторического сериала «Искра» с кинокомпаниями четырех стран: Казахстана, Кыргызстана, Беларуси и Таджикистана.

БОРИС ХАНЧАЛЯН

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ГАЗПРОМ-МЕДИА ХОЛДИНГА»

В копродукции с Россией широко представлена Беларусь — из-за такого формата сотрудничества и максимально близких культурных кодов зрители «зачастую даже не догадываются, что эти фильмы наполовину белорусские», отмечает главный редактор «БК Медиа» Вероника Скурихина. К слову, руководство Союзного государства планирует рассмотреть вопрос о введении специальных субсидий кинокомпаниям двух стран — на реализацию общих проектов. Соглашение о совместном кинопроизводстве РФ намерена заключить и с Казахстаном.

Но на практике не все торопятся заходить на территорию копродукции — такой формат ко многому обязывает, признают эксперты: жесткие формы отчетности в каждой стране, участвующей в процессе, аудит со стороны профильных ведомств, продолжительный процесс получения удостоверения национального фильма. Айдар Баталов, например, называет все это «хождением по мукам» и напоминает, что «Почтальон победы» на бумаге — российское кино, но оно полностью снято в Беларуси и сделано на деньги Казахстана. Вместо «копродукции» он называет такую схему «коллаборацией».

Многие представители индустрии обращают внимание на то, что для копродукции не хватает единой инфраструктуры и общих правил игры. Основные барьеры здесь — разные законодательства и налоговые режимы, несовместимые системы финансирования и бюрократические процедуры, тормозящие процесс. Например, права на исходный материал, сценарий, музыку, персонажей и форматы для будущих ремейков могут принадлежать разным сторонам. А нечеткое определение прав на интеллектуальную собственность способно привести к затяжным спорам. Еще одна сложность — финансовые транзакции между странами в условиях санкционного давления.



Часть наших банков под международными санкциями, часть стран боится проводить платежи через российские банки, чтобы не попасть под вторичные санкции. Начинаются схемы: платят через дружественные юрисдикции, открывают счета в Казахстане, используют криптовалюту, а что делать если наша налоговая спросит продакшен "откуда биткоин?"?

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА

Есть и более точечные проблемы — не везде можно найти необходимое оборудование для съемок, не хватает информации о доступных локациях. К тому же в странах СНГ различается уровень профессиональной подготовки продюсеров, операторов и художников-постановщиков.

В РОСКИНО признают: несмотря на наличие совместных проектов, большинство из них пока не имеют официального статуса копродукции. Чтобы укрепить связи, государственная организация активно сотрудничает со странами СНГ и проводит мероприятия для представителей индустрии. Одним из наиболее значимых событий называют первый масштабный «Кинофорум стран-участниц Содружества Независимых Государств «Центральная Азия+», который прошел в июне 2026 года в городе Алматы в Казахстане. Там состоялись деловые сессии и показы национальных фильмов. А в ноябре РОСКИНО вновь примет участие в организации программы Кинофорума в рамках Международной недели «Народы России». Поддерживает развитие индустрии и Минэкономразвития РФ.



Минэкономразвития создает экспортные каталоги российской продукции, которые ориентированы на потребителей и бизнес-партнеров на внешних рынках, в том числе продвигают отечественный кинематограф за рубежом. В 2025 году опубликован Сборник креативных продуктов России, ориентированных на страны ШОС. В 2026 году создан англоязычный Каталог экспортной цифровой продукции для стран АСЕАН, в котором представлены российские фильмы: «Легенды наших предков», «Чебурашка», «Майор Гром», «Кракен», «Волшебник изумрудного города. Дорога из желтого кирпича», «Мира», «Вызов»; кроме того, мультфильмы — «Сказочный патруль», «Фиксики», «Лунтик» и другие.

АНАСТАСИЯ ЗОЛОТУХИНА

ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ И СЕКТОРА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ

Здесь стоит отметить, что у индустрии давно сформировался запрос на более широкую поддержку экспорта готового аудиовизуального контента и копродукции.



Можно было бы для СНГ сделать общее «кинопространство», проще и яснее распределение долей и так далее. Кинокомиссию можно было бы сделать — в рамках Евразийского экономического союза. Мы проверяли эту возможность. Сложность заключалась в том, что кино не является продуктом. Но при желании можно было бы сделать какие-то преференции, и оно само пойдет.

СЕРИК АБИШЕВ

КИНОПРОДЮСЕР, РЕЖИССЕР, КИНОКОМПАНИЯ SHORT BROTHERS

В АО «Российский экспортный центр» признают: на данный момент система работает только в индивидуальном порядке. Если продюсер позвонит и попросит помощи в выходе, например, на Таиланд или Узбекистан, ему помогут «в ручном режиме» — сведут с коллегами, чтобы коммуникация состоялась. Но регулярно ставить международные проекты на рельсы и сопровождать все компании, заинтересованные в копродукции, РЭЦ пока не может.

В экспортном центре фиксируют смещение фокуса индустрии на Восточную и Юго-Восточную Азию с упором на КНР и Южную Корею. Но и с выходом на китайский рынок есть свои сложности.



Отчасти это жесткие сроки, в которые не заложены получения необходимых в Китае разрешений и прохождения цензуры — как на этапе сценария, так и после сдачи финального монтажа. Другое препятствие это отсутствие взаимно признаваемых звезд (за исключением Джеки Чана), а ведь маркетинг в основном опирается на каст. Ну и культурные различия все равно играют свою роль — лучше всего копродукции получаются на основе каких-либо признанных обеими сторонами IP (а как много вы читали китайских книг?) или общих исторических событий.

ОЛЬГА КАШИРИНА

ВОСТОКОВЕД, ПРОДЮСЕР ПРОЕКТОВ «КРАСНЫЙ ШЕЛК», «ЧЕРНЫЙ ШЕЛК»

Также у кинематографистов из России есть интерес к сотрудничеству с регионом MENA (Ближний Восток и Северная Африка) и Латинской Америкой. Это в первую очередь ОАЭ, Саудовская Аравия, Перу, Бразилия, то есть крупные рынки с платежеспособной аудиторией. Эффект от такого продвижения даже при небольших усилиях будет больше, чем в странах СНГ, уверены в РЭЦ.



Рынок MENA активно растёт. Усиливается конкуренция за новые истории и качественный контент. Российская анимация уже находит покупателей в регионе: например, контент «Союзмультфильма» приобретен для аудитории ОАЭ, Саудовской Аравии и ещё ряда стран. Потенциал российских проектов в универсальных семейных сюжетах, которые понятны зрителям разных стран и легко адаптируются для локальных платформ.

ЕКАТЕРИНА КОНДАКОВА — РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ ПО ПОДДЕРЖКЕ ЭКСПОРТА УСЛУГ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Возможностью для развития эксперты называют альтернативную модель экспорта — продажу не готовых продуктов, а форматов. Например, в 2015 году Грузии купила права на адаптацию российского сериала «Кухня», после чего там отсняли свою версию под названием Mzareulebi («Повара») с участием местных актеров. Большой интерес к этому направлению сейчас проявляет Монголия, где популярны такие шоу как «Интерны» и «Универ». Кстати, в телеэфире стран Содружества активно крутят российские сериалы. Помимо уже перечисленных, это «Мажор», «Полицейский с Рублевки» и другие проекты.

Большой потенциал видят и в экспорте контента через платформы. Так, российские документальные фильмы все чаще выходят на крупнейших стримингах Китая — iQIYI и Youku. Пользователей в КНР, как правило, интересуют природа и Байкал, дикие животные, заповедные зоны и северное сияние, а также истории выживания в суровых условиях — в Якутии, тайге и так далее. Тем временем в странах СНГ (и не только) набирает обороты Rutube. В «Газпром-Медиа Холдинге», который владеет видеохостингом, приводят следующие цифры: в 2025 году за рубежом контент на сервисе активнее всего смотрела аудитория из Казахстана (147 млн просмотров), США (144 млн) и Беларуси (126 млн).

ПРОИЗВОДСТ-ВЕННАЯ ДРАМА:



ГОНКА КИНОКОМИССИЙ НАКАЛЯЕТСЯ

После 2022 года число зарубежных игровых проектов, снимающихся в России, объективно сократилось, отмечают эксперты. Но интерес со стороны дружественных стран сохраняется — прежде всего это Индия, Китай, СНГ и Ближний Восток. Причина в первую очередь экономическая — кинопроизводство в РФ дешевле, чем в Европе или США. Так, в Москве средняя стоимость одного съемочного дня составляет 50 тыс. долларов. Для сравнения, в Париже этот показатель достигает 80 тыс. долларов, в Лондоне — 100 тыс. долларов, а в Лос-Анджелесе — 150 тыс. долларов. Но цена — далеко не единственный фактор.



Например, для азиатских стран Россия выглядит очень другой. Они у нас в Петербурге и Лондон снимают, и Париж снимают, и Будапешт. Любую иностранную локацию у нас могут найти. Плюс в России достаточно природных локаций интересных. Это и водопады, и наша сумасшедшая природа, и горы. И, конечно же, большим плюсом является высокий уровень производства в стране. То есть у других стран есть определенный кредит доверия — не только потому, что они все Тарковского смотрели, но и потому, что они видят, что российские фильмы даже при ограниченных бюджетах выглядят по уровню производства иногда не хуже американских.

АННА ШАЛАШИНА ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ WISH MEDIA, СООСНОВАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ ЖЕНЩИН-КИНОПРОДЮСЕРОВ В РОССИИ

Индия, например, активно интересуется Москвой. «У них есть особенность — снимать иностранные локации», объясняет руководитель международного департамента «Москино» Лариса Магкаева. В качестве примера она приводит проект «Смэш». Это российско-индийский фильм про бадминтонистку, которая едет в составе российской сборной на турнир в азиатскую страну. Съемочной площадкой выбрали кинопарк «Москино», который активно разрабатывает меры для привлечения иностранных компаний. Так, программа рибейтов позволяет компенсировать до 45% затрат (до 50 млн рублей на один проект). Помимо этого, кинопроизводителям из других стран помогают в получении туристических и деловых виз, предоставляют скидки до 50% на проживание в отелях и дают возможность использовать съемочную инфраструктуру кинокластера на льготных условиях.



Самое большое преимущество Москвы в том, что здесь можно найти все с точки зрения технического обеспечения и локаций. У нас разноплановый город: есть и прекрасный Сити, и «Сколково», и исторический центр, музеи, отреставрированные усадьбы в прекрасном состоянии. У нас на высоком уровне находятся все реквизиторские цеха. То есть с точки зрения производства мы находимся на хорошем международном уровне. Это наше конкурентное преимущество.

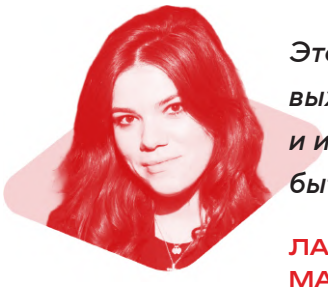
АННА ШАЛАШИНА ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ WISH MEDIA, СООСНОВАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ ЖЕНЩИН-КИНОПРОДЮСЕРОВ В РОССИИ

В кинопарке «Москино» уже воссозданы разные локации: кварталы столицы 1940-х годов, средневековые княжеские палаты, сказочные объекты, вокзал с небольшим перроном, тюрьмы, больницы. При этом всегда есть потенциал для развития, отмечает Анна Шалашина: у индустрии сформирован запрос на отдельные водные павильоны, квартирный комплекс и так далее. Страны СНГ пытаются перенять опыт кинопарка столицы России — в частности, «Кыргызфильм» строит свои первые павильоны для съемок. Но пока «Москва далеко впереди» — и по самому кинопроизводству, и по программам поддержки, подчеркивают эксперты. А Лариса Магкаева уверена: «Москва имеет все необходимое, чтобы стать городом номер один по производству контента». Возможностями Московского кинокластера уже активно пользуются проекты стран СНГ. Например, на 2026 год в Москве намечены съемки фильма «Битва за Москву. Ташкентская дивизия», совместного производства московской и узбекской кинокомпаний. Ранее в декорациях кинопарка «Москино» были сняты эпизоды историко-драматического фильма «Жусуп» студии «Кыргызфильм».



Декорации кинопарка «Москино»

Вклад в привлекательность столицы вносят и институциональные решения. Одно из них — создание кинозавода «Москино», который Лариса Магкаева описывает как форму резидентства для иностранных компаний. По ее словам, на данный момент у России нет системного подхода к выстраиванию межкультурных связей со странами СНГ, и кинозавод должен отчасти закрыть эту проблему. Похожий потенциал она видит и в Московской международной неделе кино.



Это возможность для компаний представить себя, получить встречи, получить выхлоп. У нас очень хорошее расположение: и из СНГ к нам можно приехать, и из Азии, и из стран Ближнего Востока, и раньше из Европы. То есть мы можем быть вот этой удобной узловой точкой.

ЛАРИСА МАГКАЕВА

РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ДЕПАРТАМЕНТА «МОСКИНО»

В Агентстве креативных индустрий особое внимание обращают на потенциал московских анимационных компаний, выручка которых за последние 5 лет подскочила более чем вдвое — с 3,9 млрд до 8,3 млрд рублей (при этом на столицу приходится 55% экспортной выручки сектора по стране). Ключевым драйвером этого роста в АКИ считают системную поддержку города. Так, в ноябре 2025 года в «Сколково» открыли кластер видеоигр и анимации — уникальное пространство площадью 55 тыс. кв. метров с полным циклом разработки анимационного и игрового контента. На данный момент в списке его резидентов — 11 анимационных компаний, которые разрабатывают более 30 проектов, подчеркивают в АКИ.



Это уникальное пространство, аналогов которому в мире нет. Само существование такой богатой инфраструктуры является стимулом для интереса со стороны иностранных заказчиков — они могут быть уверены, что московские студии работают на оборудовании, которое соответствует самым высоким мировым стандартам. Резиденты получают доступ к профессиональному оборудованию (студии захвата движения, фотограмметрии и звукозаписи, просмотровый зал). Наша задача — сделать Москву не просто центром производства анимации, а глобальной площадкой для коллабораций, где зарубежные заказчики смогут находить надежных партнеров с мировым уровнем компетенций.

АНАСТАСИЯ РЫБКИНА ЗАМЕСТИТЕЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ АГЕНТСТВА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ

Элла Тухарели, в свою очередь, отмечает работу Московской кинокомиссии и называет ее «одной из самых загруженных и технологичных». Она помогает с подбором локаций, согласовывает работу с городскими службами, сопровождает сложные сцены с трюками, транспортом и массовкой. Все заявки принимают через цифровую киноплатформу «Москино» — там же можно забронировать локации и найти реквизит.

Отсюда — рекордно высокий спрос на Москву: по оценкам продюсера Павла Сарычева, в столице одновременно снимается в среднем более 100 проектов. Поэтому кинокомиссия вынуждена расставлять приоритеты. Съемочные группы же в таких условиях нередко принимают решение отправиться в регионы.

~100

КИНОПРОЕКТОВ ОДНОВРЕМЕННО СНИМАЕТСЯ В МОСКВЕ



Мы с нашими задачами, наверное, Москве слегка под ноги бросаемся. У меня была одна сцена: слоны должны были убежать из цирка и бегать по городу. В Самаре нам это сделали, а в Москве, я думаю, все были бы не рады. То есть, грубо говоря, в Самаре перекрыть центральную улицу под кадр — не проблема. В Красноярске, например, перекрывали для одного сериала мост через Енисей. В Москве такое сделать не дадут никогда. Поэтому я лучше поеду туда, где я все-таки «продюсер из Москвы».

ПАВЕЛ САРЫЧЕВ

ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION

Правда, разброс по программам поддержки и рибейтам в регионах велик. Компенсация обычно составляет от 20% до 50% подтвержденных расходов в зависимости от субъекта. Например, Калининградская область возвращает до 40% затрат, Пермский край — до 50%. В Краснодарском крае механизм действует с 2021 года: кинокомпании могут получить возмещение до 30% (максимум на один проект — 12 млн рублей). Таким образом за 6 лет там поддержали 70 проектов, общая сумма компенсаций составила более 250 млн рублей. Аналогичные программы работают в Приморском крае, Мурманской области, Якутии, Татарстане и других регионах.

МАКСИМАЛЬНЫЙ РИБЕЙТ В СТРАНАХ СНГ

50% РОССИЯ

40% АЗЕРБАЙДЖАН

35% АРМЕНИЯ

25% УЗБЕКИСТАН

Эксперты сравнивают нынешнюю структуру региональных кинокомиссий, которая начала активно развиваться в 2022 году, с футбольной лигой: есть регионы-гранды, есть крепкая середина, а есть аутсайдеры, которые формально числятся в списке, но по факту не работают. Павел Сарычев приводит собственный рейтинг самых сильных кинокомиссий в России — помимо Москвы, это Пермь, Красноярск, Мурманск и Калининград. Следом идут «догоняющие»: Свердловская, Самарская и Владимирская области, Дальний Восток, Московская область. Для них это возможность развивать креативный потенциал и получить дополнительные вложения в экономику: за месяц съемочная группа может оставить в регионе «несколько десятков миллионов», подчеркивает Сарычев.

Свой список эффективно работающих региональных кинокомиссий приводит и Элла Тухарели:

ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

Кинокомиссия продвигает регион через кино и упрощает работу российских и иностранных съемочных групп: помогает арендовать технику, найти подходящие локации и местных специалистов. Ко всему прочему край состоит в Международной ассоциации азиатских кинокомиссий (AFCNet), что помогает привлекать продакшены из Азии.

РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН

Помимо компенсации затрат, в регионе есть мощный административный ресурс: кинокомиссия при Министерстве культуры Татарстана бесплатно согласовывает съемки в историческом центре Казани, на объектах культурного наследия, в Казанском кремле.

СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

У местной кинокомиссии сильная инфраструктура: своя киностудия с павильонами, оборудованием, костюмерными. Это позволяет снимать «как в Москве, но дешевле», отмечает Тухарели. Регион может похвастаться и опытной командой: там много профессиональных кинематографистов, выпускников местных вузов. Размер рибейта — 20%–40%. Сумму могут увеличить, если фильм посвящен исторической личности Свердловской области или самому региону.

КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

Местная кинокомиссия охватывает Сочи, Краснодар и Геленджик, основное преимущество которых — климат и море. Но есть оговорки: в высокий сезон города заняты туристами, логистика хаотичная, а цены взлетают до уровня Москвы, обращает внимание Тухарели.

КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

В данном случае для кинопроизводителей вопрос не столько в возврате денег, сколько в уникальных локациях с европейской архитектурой, морем, песчаными дюнами, замками — все это без выезда за границу. В Калининграде снимают фильмы про XIX век и военное время.

НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Предлагает компенсацию не только затрат на съемки, но и на транспорт, проживание, питание, что редко для региональных кинокомиссий.

Проблема в том, что сколько кинокомиссий — столько и правил: каждый раз, приезжая в новый регион, продюсеру приходится заново разбираться, как все устроено. Поэтому здесь особенно важен человеческий фактор — вплоть до возможности встречаться напрямую с вице-губернатором и договариваться об условиях съемок, считает Павел Сарычев.



Для меня, скорее, важно, чтобы регион подходил именно организационно — чтобы там действительно было то, что мне нужно, и давали, скажем так, маленькие радости. Например, готовились мы к большому проекту в крупном регионе: нам надо было, чтобы у нас свободно летали вертолеты (проект связан с экстренной медициной). И мы встречались с вице-губернатором, чтобы обсудить этот вопрос. Деньги деньгами, но конкретное взаимодействие на месте — оно, конечно, тоже важно. В регионах ты можешь сказать: «Нам нужно перекрытие и чтобы нам дали милицейскую машину». И все говорят — «окей». Там это проще, по звонку делается.

ПАВЕЛ САРЫЧЕВ ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION

Гибкость согласований и возможность компенсации затрат — ключевые факторы, влияющие на решение съемочной группы при выборе локации. Но рибейт — не гарантированные деньги, предупреждает Павел Сарычев. Во-первых, сначала придется пройти достаточно сложный конкурсный отбор, а затем пристально следить за документооборотом. Во-вторых, есть риск «изъятия» рибейта заказчиком.



Основные заказчики в лице платформ и каналов поняли, что есть рибейты. И как только ты обращаешься к ним, они говорят: «Ну-ка, а сколько вы получите? А вот сколько получите, столько мы у вас потом из бюджета-то и заберем». И получается, что нам становится совсем невыгодно. То есть это как бы приманка, чтобы заманить продакшн, а заказчик у меня потом эти деньги заберет.

ПАВЕЛ САРЫЧЕВ ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION

Тем не менее на систему рибейтов, как самую логичную меру поддержки производителей, опираются и страны СНГ. Так, в Узбекистане можно претендовать на компенсацию 10–25% от затрат, в Армении — до 35%, в Азербайджане – до 40%. В Казахстане рибейты существуют на бумаге, но на практике не применяются (однако это не снижает интереса). Айдар Баталов объясняет: местные региональные и республиканские власти до сих пор не могут договориться о том, из какого бюджета должны идти отчисления.

Но в некоторых случаях, как оказалось, возможны исключения: Министерство культуры в индивидуальном порядке пообещало частично вернуть деньги, потраченные на съемки боевика «Доспехи Бога 4» с Джеки Чаном. Дело в том, что Казахстан выбрали главной площадкой — съемки уже прошли в Мангистауской и Алматинской областях, а также в Алматы. Производством занимается местная кинокомпания Salem Entertainment, а режиссером выступает казахстанец Роберт Кун, ранее работавший в Голливуде. Более того, казахстанская сторона предложила расширить географию проекта и провести часть съемок в Азербайджане при поддержке Министерства культуры и Киноагентства Азербайджанской Республики (ARKA).



Кадр со съемок

«ДОСПЕХИ БОГА: УЛЬТИМАТУМ»

КИТАЙ

Режиссер	Жанр	Дата выхода
Роберт Кун	Боевик, приключения	2027 год

Джеки Чан возвращается к роли Азиатского ястреба. Он вновь оказывается втянут в опасную миссию, связанную с охотой за древним артефактом.

Общее конкурентное преимущества у стран СНГ — более низкая стоимость производства по сравнению с Россией. У каждого государства есть и собственные плюсы. Например, Казахстан может обеспечить профессиональной техникой и необычными локациями — туда приезжают за каньонами и пустынями. В Армении тоже есть интересные места для съемок и талантливые режиссеры, отмечает Элла Тухарели. Кыргызстан, по ее словам, предлагает освобождение от уплаты НДС на ввоз оборудования, бесплатные локации по согласованию с мэрией (национальные парки, исторические объекты) и возможность арендовать студию «Кыргызфильм» по сниженным тарифам. Беларусь, по мнению Тухарели, привлекает тем, что качество производства там за последние 10 лет выросло в разы: «По сути, можно приехать только с режиссером, продюсером, оператором, а все остальное найти на месте».



У нас очень комфортно, недорого и, что важно, удобно по логистике. Если сравнивать с Москвой, то по общей картине для иностранной съемочной группы выходит ощутимая разница в стоимости: и по услугам, и по организации процесса. Отдельно отмечают парковки — у нас они бесплатные или по демократичной цене, и это реально влияет на повседневную «операционку» производства.

ЕВГЕНИЙ АРЕНДАРЕВИЧ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ РОО «БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ»

Так, Беларусь намерена развивать партнерство в сфере кинематографа с Индией. В начале августа заместитель генерального директора Национальной киностудии «Беларусьфильм» Александр Гостев принял участие в BRICS WAVES Bazaar 2026 в Мумбаи. Там состоялись переговоры о возможном сотрудничестве. Речь шла о проведении Дней белорусского кино в Индии и расширении проката белорусских фильмов в стране, а также об участии партнеров в XXXII Минском международном кинофестивале «Лістапад» в октябре–ноябре этого года.

Эксперты наблюдают растущий интерес к странам СНГ и со стороны Запада. Например, в сентябре 2025 года New York Film Academy открыла в Казахстане свой филиал — первый в Центральной Азии. Но появляются у региона и крупные конкуренты — страны Персидского залива и, в частности, ОАЭ, на опыт которых стоит ориентироваться. Абу-Даби с помощью государственной компании Creative Media Authority выстраивает вокруг себя целую экосистему: привлекает продакшены из разных стран, помогает им с локациями, предлагает до 50% компенсации расходов. Именно там, среди прочего, снимали «Дюну» и F1 с Брэдом Питтом.

БОЛЬШИЕ НАДЕЖДЫ:



СКРЫТЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ТОЧКИ РОСТА

При составлении отчета мы отдельно попросили наших респондентов озвучить свое видение направлений деятельности и трендов, заключающих в себе позитивных потенциал развития индустрии. Мы получили набор разнообразных ответов, отражающих ширину задач и процессов, формирующих киноиндустрию, от производства до решения вопросов господдержки и международного сотрудничества.

Одни видят потенциал в расширении жанровой палитры, другие — в профильной подготовке кадров и работе с молодыми лицами, третьи — в технологиях и искусственном интеллекте. Каждый из ответов указывает на перспективное направление работы, заслуживающее внимания со стороны игроков отрасли.



Проблема в том, что у нас нет всех тех жанров, которые работают в мировом формате. Мы достаточно ограничены. И я считаю, что наш потенциал — это расширение жанров, чтобы зритель поверил в эти жанры. Это очень важно. Нам, как создателям, надо доказать, что те или иные жанры, которые сейчас не пользуются спросом, могут пользоваться в будущем.

ГЕВОНД АНДРЕАСЯН

СООСНОВАТЕЛЬ И ПРОДЮСЕР КИНОКОМПАНИИ БРАТЬЕВ АНДРЕАСЯН



Так как я оптимист, я вижу главный потенциал в возможности возвращения зрителя к кинохождению — даже того, которого мы считаем безвозвратно потерянным. На протяжении этого года мы точно видим, что есть большой сегмент зрителей, который хочет возвращаться в кино с дивана и от просмотра стримингов. Просто ему нужен тот контент, та интересная история, тот сюжет, те герои, которые ему близки, которых он любит и хочет видеть на экране, потому что, как мы помним, невозможно пригласить девушку на свидание в планшет. Это наш любимый в АВК слоган.

РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АВК, ГЕНДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ



РОСКИНО осуществляет свою деятельность по продвижению российского кинематографа более чем в 100 зарубежных государствах, включая страны БРИКС, СНГ, MENA, Азии, Европы, Африки, Латинской Америки. Мы проводим колоссальное количество международных мероприятий, постоянно расширяя географию нашей деятельности и охватывая все направления: от фестивального движения и участия в кинорынках до бизнес-диалога. Работа в этих разноплановых направлениях заключает основной потенциал развития и уверенное усиление позиций отечественного кинематографа на мировой арене.

ЭЛЬЗА АНТОНОВА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОСКИНО



Первое — обучение актеров. Экспериментальный курс ВГИК со странами СНГ — это находка. Мы оттуда берем молодых актеров, которые понимают культуру и язык, что дает доступ к уникальным талантам. Второе — RUTUBE. Видеоплатформа имеет большой потенциал для развития в странах СНГ среди русскоязычной аудитории. Страны проявляют интерес, заводят свои СМИ и архивное кино — это создает новую точку входа для контента. Третье — анимация. В странах СНГ традиционно многодетные семьи, а иностранные мультфильмы часто не соответствуют местным культурным ценностям. Производство анимации — процесс долгий и дорогостоящий, поэтому спрос на качественный продукт сейчас значительно превышает предложение. Здесь открывается огромное поле для совместных проектов. У нас есть чем поделиться. Опыт есть, экспертиза есть — и мы готовы масштабировать это на страны СНГ.

БОРИС ХАНЧАЛЯН
ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ГАЗПРОМ-МЕДИА ХОЛДИНГА»



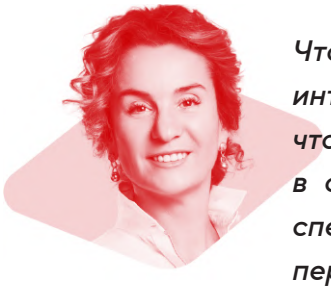
Основной потенциал развития индустрии — в кинообразовании. Причем я имею в виду не сложное пятилетнее высшее образование, а структурное дополнительное образование практически по всем цехам, по всем направлениям: курсы, специализации. Потому что даже если ты суперхудожник, ты должен немножко понимать бухгалтерию и юриспруденцию. Важно понимать, что кино — сложный процесс, и здесь быть суперденежным или суперюридическим человеком так же невозможно, как быть суперхудожником и только художником. Важно иметь понимание, как весь механизм в целом устроен. А у нас такого нет: у нас либо пятилетние курсы, либо курсы кройки и шитья. А образование нужно в том числе, чтобы все это заработало как система.

ПАВЕЛ САРЫЧЕВ
ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION



Главный потенциал казахского кино — это то, что оно может стать ядром евразийского кино. Мы говорим на казахском, говорим на русском, снимаем на казахском, снимаем на русском. У нас есть славянские лица, говорящие по казахски, и наоборот — азиатские лица, говорящие по-русски. То есть наша мультикультурность, она может стать ядром евразийского кино. Вот есть российское кино, есть кыргызское кино, казахское кино, но нет термина «евразийское кино». Я в него вкладываю кино стран, входящих в Евразийский экономический союз и схожих по культуре. У Казахстана большой потенциал выхода на международную арену, потому что у нас есть свое видение. Так что — увеличивать внутренний рынок и евразийскую направленность интеграции.

АЙДАР БАТАЛОВ
ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ЛИГИ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



Что касается потенциала, то он видится в появлении искусственного интеллекта: ожидается снижение цен на компьютерную графику и анимацию, что позволит увеличить количество и качество детского семейного продукта в сериалах, анимации и кино. При этом потребность в дефицитных ранее специалистах снизится, а большинству работников индустрии предстоит переучиваться для работы с нейронными сетями, программами и агрегаторами. В отрасли наступила новая технологическая эра, к которой многие игроки рынка пока относятся недостаточно серьезно, хотя в текущем году осознание этого процесса уже приходит, и это рассматривается как крайне положительная тенденция, предполагающая, что возврата к прежним технологическим подходам не будет, а движение возможно только вперед.

ЮЛИАНА СЛАЩЕВА

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ КИНОСТУДИИ «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ»,ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КИНОСТУДИИ ИМ. М. ГОРЬКОГО»



Я верю в азиатские рынки и рынки так называемого Глобального Юга. Несмотря на культурные различия, интерес к России и российской культуре растет, поэтому при наличии системной работы я уверена, что определенную нишу во Вьетнаме, Индонезии или Индии занять можно.

ОЛЬГА КАШИРИНА

ВОСТОКОВЕД, ПРОДЮСЕР ПРОЕКТОВ «КРАСНЫЙ ШЕЛК», «ЧЕРНЫЙ ШЕЛК»



Потенциал развития я вижу в региональном кино. В регионах много талантов, много тем, много историй. Мы живем в эпоху засилья массовой культуры. У нас есть один типизированный герой — а-ля Том Круз, который летит на самолете и спасает мир от чего-то. И вот этих Томов Крузов мы штампуем. А региональное кино, оно против штамповки, оно за индивидуальность. Люди уже устали от этой типизации, от «Ёлок 1, 2, 3», где стандартный дом, стандартные герои, стандартные проблемы, но они не трогают жителя Новосибирска, так как это не «история его деревни». Региональные истории — это про нас с вами, про «маленьких людей», где любой оленевод из алданского улуса может узнать себя. Поэтому мы фокусируемся на региональном кино и считаем, что Россия — это не Москва, а мозаика всех регионов России, которые создают целую картину. Чем больше мы поддержим талантов именно из регионов и дадим им возможность выстрелить, тем для нас лучше.

ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА



Локальные истории, которые будут адаптированы под рынки, но говорящие о российскости — это тот тренд, который запрашивается и со стороны зарубежных партнеров, в целом сообщества. Надо нарабатывать качество и поиск вот этой аутентичности локального контента. Это поможет занять нишу и в Китае, и в Турции, например. И мы не забываем о том, что все-таки Европа до сих пор потребляет российский контент, потому что наши актеры, визуал им близок. Поэтому важно не терять и вот эту связь с недружественными странами.

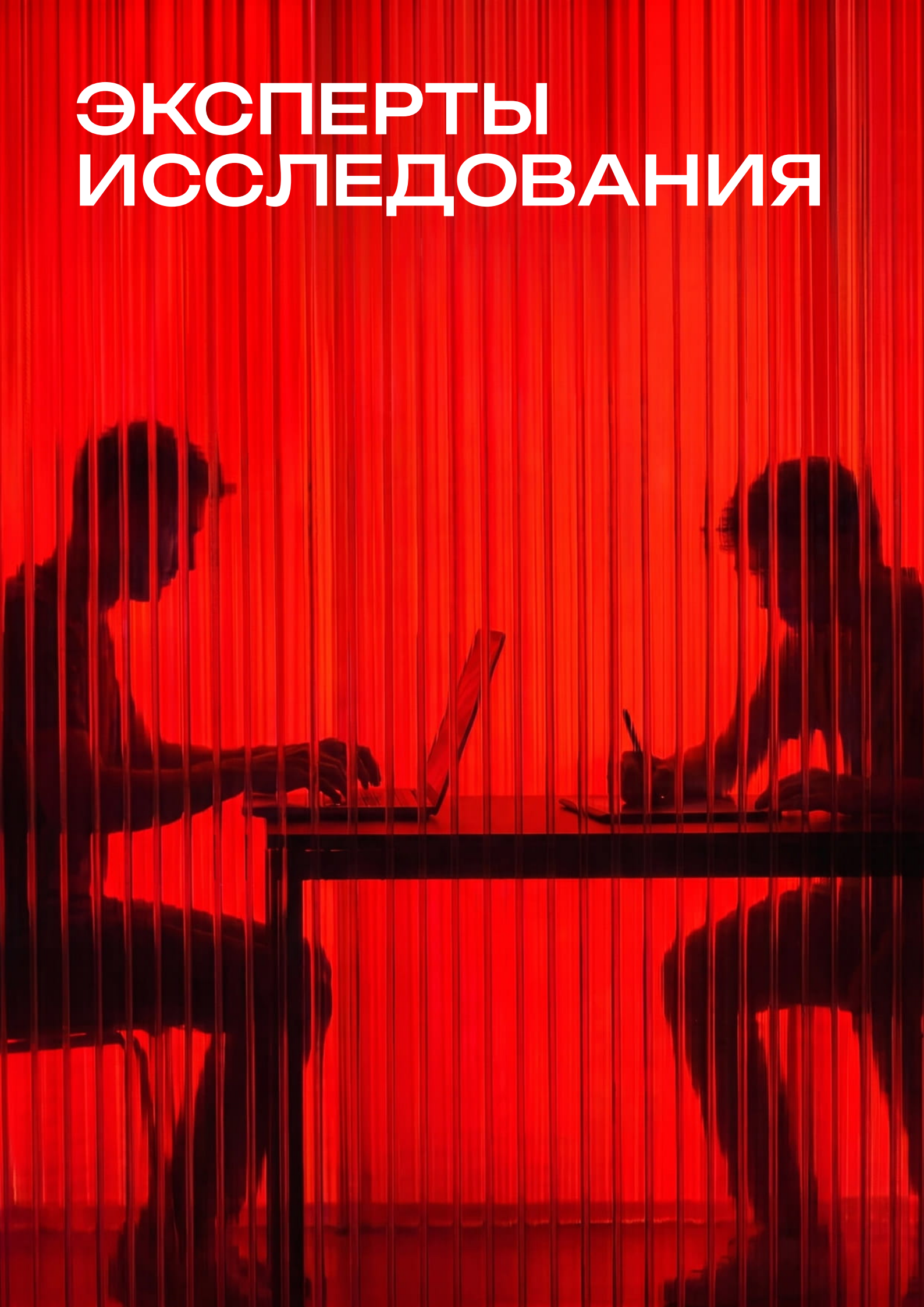
ЕКАТЕРИНА КОНДАКОВА
РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ ПО ПОДДЕРЖКЕ ЭКСПОРТА УСЛУГ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА



Мне кажется, сейчас очень большое внимание к дебютантам и новым голосам. Мы видим это очень активно, когда, условно, молодые режиссеры снимают свои дебютные фильмы, и им уже доверяют снимать большие сериалы. И выходят, собственно, дебютанты с огромными проектами, как Феликс Умаров, Сережа Малкин, Антон Коломеец (мы с ним сняли авторскую картину «Свет» и сериал «Паша»). Это очень классная, положительная тенденция, что молодым голосам начинают верить — к ним есть кредит доверия и большой интерес. Наверное, не было еще такого периода в российском кино, и, мне кажется, нужно этим воспользоваться.

АННА ШАЛАШИНА
ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ WISH MEDIA, СООСНОВАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ ЖЕНЩИН-КИНОПРОДЮСЕРОВ В РОССИИ

ЭКСПЕРТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ





РОМАН ИСАЕВ

ЧЛЕН СОВЕТА АССОЦИАЦИИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ КИНОТЕАТРОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РЕНТРАК РОССИЯ/СНГ, СО-ОСНОВАТЕЛЬ И РУКОВОДИТЕЛЬ КИНОПРОКАТНОЙ КОМ- ПАНИИ RAY OF SUN PICTURES



ГЕВОНД АНДРЕАСЯН

СООСНОВАТЕЛЬ И ПРОДЮСЕР КИНОКОМПАНИИ БРАТЬЕВ АНДРЕАСЯН



ВЕРОНИКА СКУРИХИНА

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ИНДУСТРИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ «БК МЕДИА» *



ПАВЕЛ САРЫЧЕВ

ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ BLACK BOX PRODUCTION



АЙДАР БАТАЛОВ

ПРОДЮСЕР, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ ЛИГИ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН



ЕВГЕНИЙ АРЕНДАРЕВИЧ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКАНСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ (РОО) «БЕЛОРУССКИЙ СОЮЗ КИНЕМАТОГРАФИСТОВ»



ЭЛЛА ТУХАРЕЛИ

РЕЖИССЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРОДЮСЕР ФОНДА ПОДДЕРЖКИ РЕГИОНАЛЬНОГО КИНЕМАТОГРАФА (ФПРК)



ЮЛИАНА СЛАЩЕВА

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ КИНОСТУДИИ «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ», ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР «КИНОСТУДИИ ИМ. М. ГОРЬКОГО»



СЕРИК АБИШЕВ

КИНОПРОДЮСЕР, РЕЖИССЕР, КИНОКОМПАНИЯ SHORT BROTHERS



БОРИС ХАНЧАЛЯН

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА «ГАЗПРОМ-МЕДИА ХОЛДИНГА»

* В сборе данных и подготовке ответов для исследования приняла участие вся редакция индустриального издания «БК Медиа».



ЭЛЬЗА АНТОНОВА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР РОСКИНО



АННА ШАЛАШИНА

ПРОДЮСЕР, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИНОКОМПАНИИ WISH MEDIA, СООСНОВАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ ЖЕНЩИН-КИНОПРОДЮСЕРОВ В РОССИИ (WRAP)



ОЛЬГА КАШИРИНА

ВОСТОКОВЕД, КРЕАТИВНЫЙ ПРОДЮСЕР ПРОЕКТОВ «КРАСНЫЙ ШЕЛК», «ЧЕРНЫЙ ШЕЛК»



ЛАРИСА МАГКАЕВА

РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ДЕПАРТАМЕНТА «МОСКИНО»



ОЛЬГА ХЛАЩЕВА

РУКОВОДИТЕЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО СЕКТОРА КИНОСТУДИИ «КАЗАХФИЛЬМ»



ЕКАТЕРИНА КОНДАКОВА

РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ ПО ПОДДЕРЖКЕ ЭКСПОРТА УСЛУГ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА (РЭЦ)



АНАСТАСИЯ ЗОЛОТУХИНА

ДИРЕКТОР ДЕПАРТАМЕНТА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ И СЕКТОРА НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ



АНАСТАСИЯ РЫБКИНА

ЗАМЕСТИТЕЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ АГЕНТСТВА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ РАЗВИТИЮ