



ВСЕРОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Анализ рынка кино и анимации Канады

возможности продвижения услуг российских экспортеров



Москва
2021

Содержание

1.Общая информация о рынке кино и анимации Канады.....	2
Характеристика рынка	2
Тенденции рынка.....	4
Конкурентный анализ.....	4
1.1. Рынок кино Канады.....	5
Характеристика рынка кино	5
Тенденции на рынке	6
Компании-лидеры на рынке.....	6
Продукты.....	7
1.2. Рынок анимации Канады	9
Характеристика рынка анимации	9
Тенденции на рынке	10
Компании-лидеры на рынке.....	10
Продукты.....	11
Потребители	11
1.3. Рынок сериалов Канады.....	12
Характеристика рынка	12
Тенденции на рынке	13
Компании-лидеры на рынке.....	13
Продукты.....	13
Потребители	14
2.Проблемы входа на рынок для российских компаний	14
Ограничения на иностранный контент для телевидения.....	14
Ограничения, которые планируется ввести в отношении онлайн-платформ	14
3.Особенности законодательства Канады.....	15
Рейтингование контента для несовершеннолетних	15
Применение соглашений об избежании двойного налогообложения	16
Особенности авторского права	17
4.Возможности продвижения	17
Возможности для экспорта за счет сотрудничества с канадскими компаниями.....	18
Возможности совместного аудиовизуального производства.....	18
Возможности участия в кинофестивалях и торговых мероприятиях	19
Возможности национального нетворкинга.....	20
Реализация кинопродукции через онлайн платформы для аудиовизуального контента	21
Информационные ресурсы публичных институтов	21
Стандарты ответственного ведения бизнеса.....	22
5.Рекомендации для российских компаний по продвижению услуг.....	23
Рекомендации по сегментам рынка кино и анимации Канады	24
Рынок кино	24
Рынок анимации.....	24
Рынок сериалов.....	25
Адресная книга	26

1. Общая информация о рынке кино и анимации Канады

Характеристика рынка

Рынок кино, телевидения, видео Канады достиг 7,4 млрд долл. США в 2020 году. Общий объем кино-и телевизионной продукции в Канаде снизился на 1,1% до в 2019/2020 гг. При этом, более половины рынка – **57%** занимает производство с иностранным участием.¹ Производство полнометражных фильмов в Канаде сократилось на 8,9% до 287 млн канадских долл. (230 млн долл. США) в 2019/20 году в связи с пандемией COVID-19.

В целом в период пандемии производство национального канадского контента (без иностранного участия) снизилось с 3,33 млрд канадских долл. (2,65 млрд долл. США) в 2018/ 2019 гг. до 2,92 млрд канадских долл. (2,32 млрд долл. США) в 2019/2020 гг. - на 12,4%.

Более 90% от общего объема производства в стране приходится на Онтарио, Квебек и Британскую Колумбию.

NB! В Канаде широко развито иностранное производство в сфере кино и телевидения - до 57% рынка.

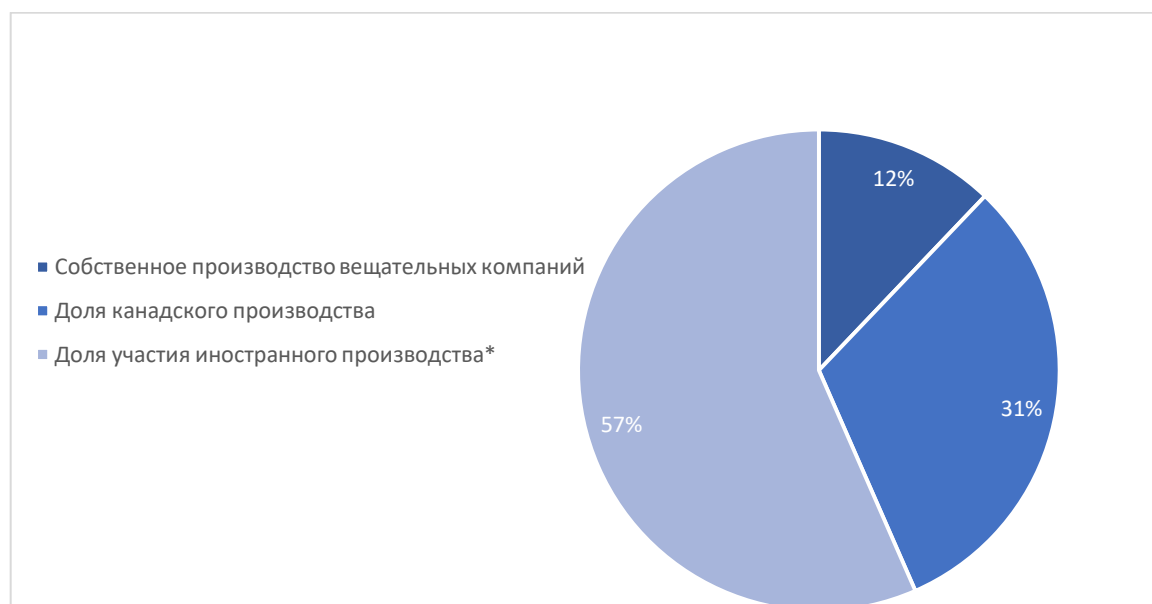


Рисунок 1. Характеристика рынка кино и телевидения США
Источник: Telefilm Canada²

Иностранные инвестиции в канадское производство в 2019/2020 годах составили 6, 01 млрд канадских долл. (4,78 млрд долл. США), из которых 5,25 (4,177 млрд долл. США) - в сфере иностранного производства фильмов, сериалов и других иностранных аудиовизуальных услуг.³

В Канаде более половины производства составляет совместное производство: **52%** проектов в 2019/2020 годах (по сравнению с 46% в 2018/2019 годах). Доход по проектам совместного производства Канады составил 322 млн канадских долл. (256,2 млн долл. США) в 2018/ 2019 гг. Доля финансирования при участии в проекте ко-производства Канады составила 41% в 2019/2020 годах по сравнению с 52% в 2018/ 2019 гг.

¹ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

² <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

³ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

Средняя стоимость производства спродюсированного фильма на английском языке – **5,6** млн канадских долл. (4,5 млн долл. США), на французском языке – **2,5** млн канадских долл. (1,99 млн долл. США).

Количество проектов производства в рамках иностранного размещения и услуг (foreign location and service) увеличилось с 465 в 2018/ 2019 гг. до 521 2019/2020 гг.

NB! Более половины канадского контента производится иностранными компаниями в рамках «иностранного размещения и услуг» (foreign location and service, FLS) - производственный сегмент, состоящий из полнометражных фильмов и телевизионных программ, снятых в Канаде иностранными производителями или канадскими производителями, оказывающими услуги производства или пост-продакшн услуги для иностранных компаний.

Франция (в части художественных фильмов) и Великобритания (в части телевизионного производства) являются ведущими партнерами Канады по совместному производству. В рамках совместного производства в период с 2010 по 2020 гг. было проведено 156 проектов с Великобританией, 148 с Францией, 33 с Германией, 29 с Ирландией, 21 с Австрией, 16 с Бельгией, 15 с ЮАР, 14 с Израилем, 8 с Бразилией (рисунок 2).

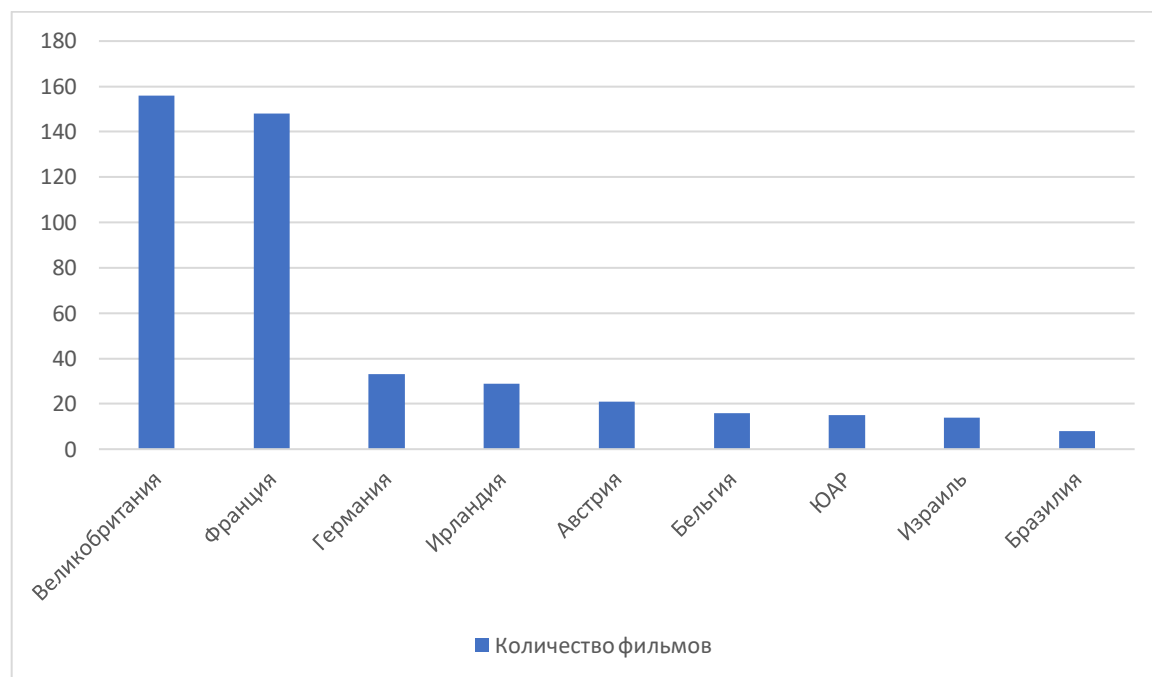


Рисунок 2. Количество фильмов, произведенных в рамках канадско-иностранного совместного производства в период с 2010 по 2020 гг., в зависимости от страны

Источник: Telefilm Canada⁴

В целом несмотря на ситуацию с COVID-19 ожидается рост рынка кино и телеиндустрии Канады в среднем на 4% ежегодно с 2020г. и достигнет около 13 млрд канадских долл. (10,42 млрд долл. США) в 2024 году.⁵ Ожидается также рост рынка платформ видео по запросу с 1,4 млрд канадских долл. в 2019 г. до более 3,3 млрд канадских долл. (1,12 млрд долл. США) в 2024 г.

⁴ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

⁵ <https://www.futuresource-consulting.com/insights/canadian-video-entertainment-market-under-pressure-but-rapid-growth-expected-for-2021-and-beyond/>

Тенденции рынка

Для рынка Канады в 2021 г. характерны следующие особенности:

1. значительную долю в секторе кино- и теле-производства занимают иностранные компании, которые либо расположены на территории Канады, либо сотрудничают с местными канадскими компаниями для получения услуг в сфере аудиовизуального производства;
2. наличие политики активного привлечения иностранных компаний для совместного производства на территории Канады, в том числе за счет программ рибейта;
3. повышенный спрос на платформы потокового видео, такие как Netflix, Amazon Prime, Disney+, Crave;
4. активное участие в проектах совместного производства, которое стимулируется налоговыми льготами, возможностями для продвижения совместных продуктов на местном рынке, в том числе за счет доступа к онлайн платформам видео и телевидению;
5. наличие франкоязычной и англоязычной аудитории, что требует перевода контента на 2 иностранных языка;
6. по опросу, канадские зрители положительно относятся к иностранному аудиовизуальному контенту, так как это позволяет лучше понять мир и связывает с другими культурами;
7. в Канаде растет количество 3D и Imax экранов, также планируется развивать ScreenX (формат панорамных фильмов).

Конкурентный анализ

По данным Американской ассоциации кинокомпаний в Канаде (Motion Picture Association – Canada), рынок кино и телеиндустрии создает 244 500 рабочих мест в Канаде и приносит канадцам 9,8 млрд канадских долл. (7,86 млрд долл. США) ВВП.⁶

Одними из наиболее крупных иностранных компаний, работающих на рынке Канады, являются компании Американской ассоциации кинокомпаний, куда входит 5 компаний-дистрибьюторов (Disney, Sony, Paramount, Universal, Warner Bros. и Netflix). Также на рынке Канады работают и другие компании, например, в 2020 г. Американская развлекательная компания CBS Television Studios открыла центр теле- и кинопроизводства рядом с Торонто.

В целом из 223 млн канадских долл. (187 млн долл. США) на сборы американских студий пришлось 179 млн канадских долл. (143,5 млн долл. США), на сборы канадских студий – 8 млн канадских долл. (6,41 млн долл. США), на сборы других иностранных студий – 47 млн канадских долл. (37,7 млн долл. США) в 2020 году.⁷ То есть, на американские студии пришлось **80%** кассовых сборов в Канаде в 2020 году.

Аналогично в 2019 году: из 1,011 млрд канадских долл. (810,7 млн долл. США) на сборы американских студий пришлось 923 млн канадских долл. (143,5 млн долл. США), на сборы канадских студий – 17 млн канадских долл. (13,6 млн долл. США), на сборы других иностранных студий – 71 млн канадских долл. (57 млн долл. США) в 2019 году.⁸ То есть, на американские студии пришлось 91 % кассовых сборов в Канаде в 2019 году.

NB! Наибольшую долю кассовых сборов получают американские студии: 80 % в 2020 г., 91% в 2019 г. и 2018 г., 89,7 % в 2017 г. Поэтому наибольшую конкуренцию для российских экспортеров представляют именно американские компании.

⁶ <https://www.mpa-canada.org/what-we-do/>

⁷ <https://www.statista.com/statistics/475880/canada-box-office-revenue-production-origin/>

⁸ <https://www.statista.com/statistics/475880/canada-box-office-revenue-production-origin/>

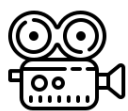
Что касается канадского производства, то, например, крупным регионом кино- и теле- производства является Британская Колумбия, где расположены крупные канадские студии, например, Mammoth, Vancouver, North Shore, Ironwood Studios, Canadian Motion Picture Park и The Crossing Studios. В Ванкувере снимается ежегодно 65 и более фильмов и 55 и более телесериалов. Прямые расходы на производство фильмов и телепрограмм в Британской Колумбии составили более 4,1 млрд канадских долл. (3,3 млрд долл. США) в 2019 г.⁹ В регионе Ванкувера насчитывается около 118 студий площадью 2,45 млн квадратных футов, и, по прогнозам Creative BC, в течение следующих 3 лет будет создано еще 37 сцен для съемок.¹⁰

Вторым крупным регионом является Онтарио, где на кино- и теле- производство было потрачено более 2,2 млрд канадских долл. (1,76 млрд долл. США) в 2019 г.¹¹ Также в Онтарио расположены крупные студии, например, студия First Studio City имеет сцены площадью 400 000 квадратных футов в городе Маркхэм, компания Markham Movieland имеет 20 звуковых сцен, одна из которых - площадью 70 000 квадратных футов.

1.1. Рынок кино Канады

КИНО

Объем рынка услуг кино и телевидения	7,47 млрд \$ США
Иностранное финансирование канадского производства	17%
Средний бюджет фильма	2,31 млн долл. США
Самые популярные жанры	комедия, драма, боевик



Характеристика рынка кино

В 2020 г. в связи с COVID-19 кассовые сборы упали на 77% до 431 млн канадских долл. (346 млн долл. США). Количество канадских художественных фильмов, выпущенных в канадских кинотеатрах, сократилось со 145 до 72.

В целом производство национальных художественных фильмов на английском языке выросло в 2019 / 2020 гг. на 2,3% до 221 млн канадских долл. (175,8 млн долл. США). На рынке франкоязычных фильмов кассовые сборы канадских фильмов упали до 6 млн канадских долл. (4,82 млн долл. США), но доля производства франкоязычных фильмов выросла до 17,5%.

Средний бюджет национальных канадских художественных фильмов увеличился до 2,9 млн канадских долл. (2,31 млн долл. США). Средний бюджет художественных фильмов, снятых на французском языке, составил 3,1 млн канадских долл. (2,47 млн долл. США).

В целом 26% произведенных фильмов стоили до 1 млн канадских долл. (0,8 млн долл. США), 30% стоили 1 – 2,5 млн канадских долл. (0,8 – 1,99 млн долл. США), 27% стоили 2,5 – 5 млн канадских долл. (1,99 – 3,98 млн долл. США), 17% - более 5 млн канадских долл. (3,98 млн долл. США) (рисунок 3).

⁹ <https://www.vancouvereconomic.com/film-television/>

¹⁰ <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/canadas-content-boom-sparks-a-race-for-shooting-space-the-global-demand-is-so-high-4136832/>

¹¹ https://www.vancouvereconomic.com/wp-content/uploads/2020/10/Oct2020_EconomyReport_Final_WithLinks.pdf

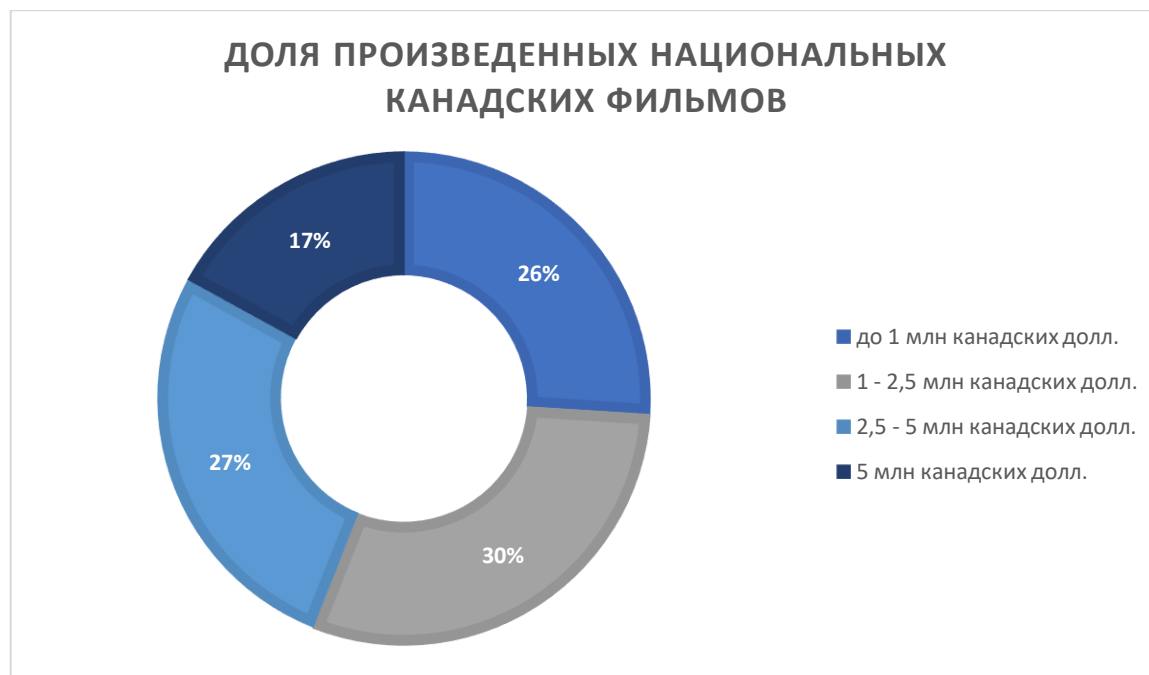


Рисунок 3. Стоимость производства фильмов на рынке Канады (млн. канадских долл.)
Источник: Telefilm Canada¹²

Иностранное финансирование канадского производства художественных фильмов увеличилось с 47 млн канадских долл. (37,4 млн долл. США) до 50 млн канадских долл. (39,8 млн долл. США) и составило 17% от общего объема финансирования. В рамках совместного производства было спродюсировано 34 фильма в 2018/2019 гг. и 25 в 2019 / 2020 гг.

NB! Для рынка кино Канада характерно большая доля иностранного присутствия, включая иностранное финансирование, размещение иностранных компаний на территории Канады, а также совместное производство.

Тенденции на рынке

- На рынке производства кино значительную долю занимают иностранные компании, особенно американские;
- В среднем, стоимость произведенного канадского художественного фильма составляет 2,31 млн долл. США (168 млн руб.) в 2019/2020 г., в России - 175,9 млн руб. (данные Фонда Кино, 2019 г.);
- Для канадских зрителей важнее всего сюжет фильма, а также жанр.

Компании-лидеры на рынке

Самыми крупными компаниями на рынке Канады являются американские компании. Так, например, компании Американской ассоциации кинокомпаний (MPA) (Disney, Sony, Paramount, Universal, Warner Bros. и Netflix) в 2018- 2019 гг. потратили 4,86 млрд долл. на производство в Канаде и принесли канадской экономике 6,7 млрд долл. ВВП. На студии-члены MPA пришлось **78%** всех проектов иностранного размещения и услуг (foreign location and service).

Таким образом, компании MPA имеют значительную долю на рынке Канады, том числе за счет производства на территории Канады. Например, в Канаде происходили съемки «Отряд самоубийц» (жанр - фантастика, боевик, фэнтези, приключения; 2016 г.; кассовые сборы по миру – 747 тыс долл. США), во время которых компания Warner Bros. потратила более 80 млн долл. США в Онтарио.

¹² <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

Компании Twentieth Century Fox и Marvel's потратили в Квебеке 189 млн долл. США на съемку «Люди Икс: Тёмный Феникс» (жанр - фантастика, боевик, приключения; 2019 г.; кассовые сборы – 252,5 тыс долл. США) и еще 105 млн долл. США при съемках фильма «Люди Икс: Апокалипсис» (жанр - фантастика, боевик, приключения; 2016 г.; кассовые сборы – 544 млн долл. США).

В отчете Telefilm (Канадское агентство ко-продукции) отмечается, что рынок на Канаде во многом влияют крупные американские платформы. Поэтому, Telefilm Canada совместно с монреальской производственной компанией Telescope Films планирует запустить на рынок США собственную платформу канадского производства - CANADA NOW, где будет представлено более 5 000 канадских фильмов и сериалов. Проект проходит при поддержке Генерального консульства Канады в Нью-Йорке и Национального совета по кинематографии Канады.¹³

Продукты

Количество художественных фильмов с иностранным присутствием увеличилось со 164 в 2018/2019 гг. до 166 в 2019 / 2020 гг. Общий объем иностранного производства художественных фильмов составил 1,68 млрд канадских долл. (1,35 млрд долл. США).

Так в 2019 / 2020 гг. производство канадского (национального) контента на английском языке составило 2,13 млрд канадских долл. (1,69 млрд долл. США), на французском языке - 791 млн канадских долл. (629,3 млн долл. США). На онлайн платформах потокового видео 82% контента составляют англоязычный контент, 18% - франкоязычный контент. Производство художественных фильмов на французском языке составило в 2019 / 2020 гг. 66 млн канадских долл. (52,5 млн долл. США).

NB! Важной особенностью производства и продвижения на канадском рынке является необходимость дублирования контента на английский и французский языки.

Что касается отдельных жанров, то крупным сегментом является производство документальной продукции, которая составила 213 млн канадских долл. (169,5 млн долл. США) канадского (национального) контента. Доля художественных фильмов с бюджетом более 5 млн канадских долл. (3,98 млн долл. США) увеличилась до 17%. Общий объем производства художественных фильмов в жанре фантастики достиг 259 млн канадских долл. (206 млн долл. США) - 92 фильма в 2019 / 2020 гг.

На онлайн – платформах 52% контента относится к категории «Fiction» - то есть категории «вымышленного», 48% - остальные жанры, включая документальную и детскую продукцию.

В целом одни из самых высоких кассовых сборов в Канаде в 2019 / 2020 гг. получили фильмы: «Мстители: Финал» (Marvel Studios Inc.; жанр - фантастика, боевик, драма, приключения; кассовые сборы в Канаде – 84 млн долл.); «Звёздные войны: Скайуокер. Восход» (Disney и Lucasfilm; жанр - фантастика, фэнтези, боевик, приключения; кассовые сборы в Канаде – 50 млн долл.); «Капитан Марвел» (Walt Disney Studios Motion Pictures; жанр - фантастика, боевик, приключения; кассовые сборы в Канаде – 42,3 млн долл.); «Джокер» (Warner Bros. DC Films; жанр - триллер, драма, криминал; кассовые сборы в Канаде – 39,1 млн долл.).¹⁴

В Канаде работает большое количество 3D и Imax экранов, кроме того развиваются 4D экраны, например, в 2019 году CJ 4DPLEX (южнокорейская компания по спецэффектам) подписала соглашение с крупной канадской сетью кинотеатров Cineplex по созданию 20 точек ScreenX (формат панорамных фильмов, в

¹³ <https://www.prnewswire.com/news-releases/canada-now-powered-by-telefilm-canada-joins-forces-with-telescope-to-launch-all-new-film-and-television-discoverability-tool-in-the-us-301264195.html>

¹⁴ https://www.reddit.com/r/boxoffice/comments/f1q2tr/top_10_highest_grossing_films_of_2019_in_canada/

котором представлены фильмы с расширенными двусторонними экранами на 270 градусов, проецируемыми на стены кинотеатра, который в том числе подходит для 4D) в Канаде.¹⁵

Потребители

Онлайн-платформы видео, такие как Netflix и Amazon Prime, популярны среди канадцев: 8 из 10 респондентов имеют подписку на одну из платформ (опрос Telefilm Canada). При этом Netflix пользуются 65% опрошиваемых, Amazon Prime – 41%, Disney+ – 21%, Crave – 18% (канадская площадка), Apple TV – 12%, Ici TOU.TV (французский контент) – 9%.

Респонденты в возрасте от 18 до 34 лет часто имеют подписки на 2 или более платформ, респонденты старше 55 лет чаще не пользуются платформами.¹⁶ При чем в 58% Netflix будут использовать для просмотра контента на французском и 69% на английском.

NB! Самыми популярными онлайн – платформами потокового видео являются американские платформы Netflix, Amazon Prime, Disney+.

2/3 канадских зрителей посмотрели минимум 1 фильм в кинотеатрах в 2019 г. – 24,9 млн кинозрителей. В среднем каждый канадец купил 3 билета в 2019 году, причем мужчины покупали примерно на 1 билет больше, чем женщины на душу населения. Наиболее частыми кинозрителями являются зрители в возрасте от 13 до 44 лет – до 3 билетов на душу населения в 2019 году.

По опросу Telefilm Canada (опрос 2 000 зрителей), при выборе кино канадский потребитель обращает внимание на сюжет фильма (важно для 76% опрошенных), жанр (для 65%) и актеров (для 40%), менее важным для канадского зрителя является: происхождения контента (важно для 32% опрошенных), автор сценария и выигранные призы (24%) (рисунок 4).¹⁷

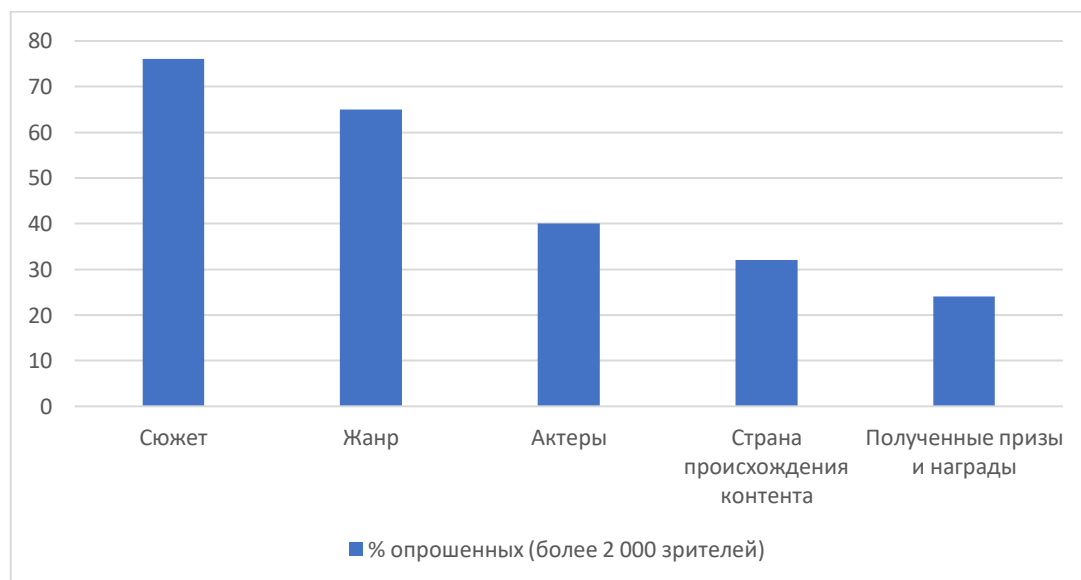


Рисунок 4. Опросу Telefilm Canada: на что чаще всего обращает внимание канадский зритель при выборе фильма?

¹⁵ <https://www.boxofficepro.com/cj-4dplex-and-cineplex-announce-canadian-expansion-plans-for-screenx/>

¹⁶ <https://telefilm.ca/en/studies/study-of-audiovisual-content-consumption-habits-and-the-expectations-and-perceptions-of-the-canadian-public>

¹⁷ <https://telefilm.ca/en/studies/study-of-audiovisual-content-consumption-habits-and-the-expectations-and-perceptions-of-the-canadian-public>

Канадские потребители часто смотрят контент по рекомендации семьи или друзей. Также канадцы потребляют большую долю американского контента, это связано со схожестью канадского контента с американским. Американский аудиовизуальный контент воспринимается как развлекательный (выделяется 50% респондентов), высококачественный (41%) и способный охватить широкую аудиторию (35%), при этом американский аудиовизуальный контент не является образовательным контентом (9%).

Иностранный контент пользуется популярностью среди канадских зрителей, потому что обеспечивает лучшее понимание мира (выделяется 30% респондентами), связывает с другими культурами (29%), имеет разнообразных персонажей (22%) и является развлекательным (22%).

Среди жанров, по опросу Telefilm Canada, чаще всего канадские зрители предпочитают комедию - 25%, драму - 19%, боевики - 11%, документальные фильмы - 11%, саспенс - 8% и научную фантастику - 8%, романтическое – 5%, ужасы – 5%, полицейскую драму – 5%.¹⁹

Комедии в большей степени предпочитают зрители в возрасте 13-34 лет (66%), зрители в возрасте 55 лет и старше предпочитают драму (24%) и документальные фильмы (16%), боевики предпочитают зрители в возрасте 13 – 17 лет (17% зрителей возраста). Среди мужчин и женщин, женщины чаще предпочитают драму (23% против 15% среди мужчин), а мужчины часто предпочитают боевики (16% против 6% среди женщин). При этом 57% любителей боевиков считают, что боевики важно смотреть именно в кинотеатрах.²⁰

NB! Чаще всего канадские зрители смотрят фильмы в жанре комедия, драма (при чем жанр популярнее среди женщин), боевик (жанр популярнее среди мужчин). Более молодые зрители предпочитают комедии и боевики, более возрастные – драмы и документальное кино.

1.2. Рынок анимации Канады

АНИМАЦИЯ

Объем национальной анимационной продукции	187,8 млн \$ США в 2019/2020 гг.
Объем телевизионной анимации	195,6 млн \$ США в 2019/2020 гг.
Расходы на производство анимации и визуальных эффектов в Британской Колумбии	800 млн долл. США в 2019 г.
Количество анимационных фильмов, которое в среднем смотрит 1 зритель Канады в год	0,8



Характеристика рынка анимации

В 2019/ 2020 гг. производство детской и молодежной продукции (канадского национального контента) составило 415 млн канадских долл. (330 млн долл. США). В целом в 2019 / 2020 гг. объем канадской национальной анимационной продукции снизился и составил 236 млн канадских долл. (187,8 млн долл. США) по сравнению с 372 млн канадских долл. (296 млн долл. США) в 2018 – 2019 гг. (рисунок 5).

¹⁸ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

¹⁹ <https://telefilm.ca/en/studies/study-of-audiovisual-content-consumption-habits-and-the-expectations-and-perceptions-of-the-canadian-public>

²⁰ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/canadian-moviegoing-in-2019.pdf>

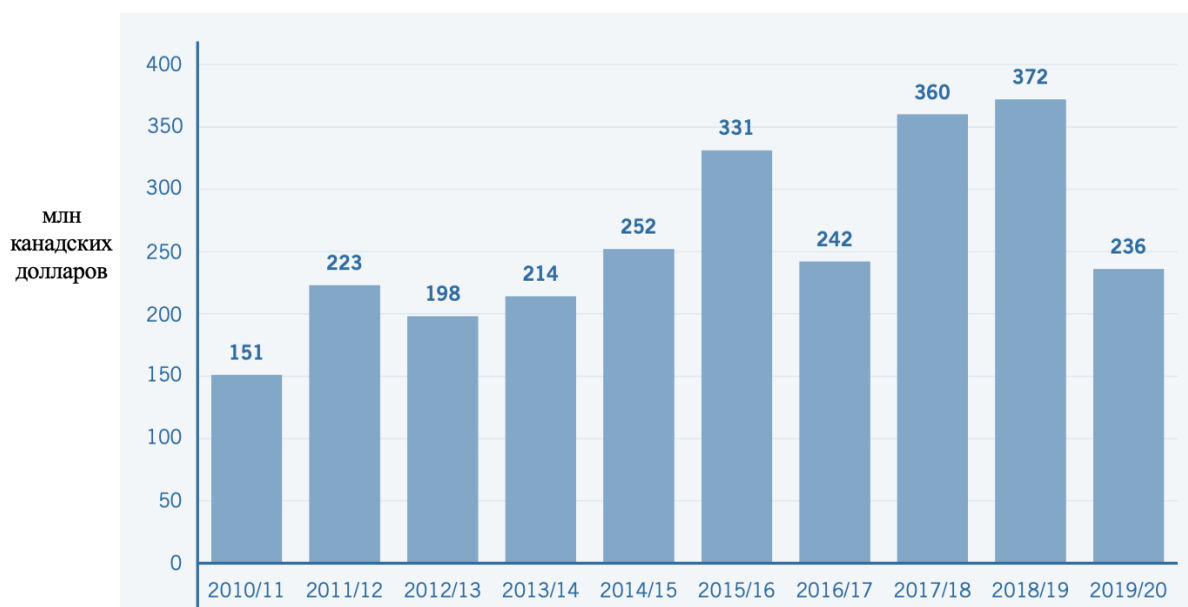


Рисунок 5. Размер рынка национальной канадской анимации (млн канадских долл.)
Источник: Telefilm Canada²¹

Производство канадской телевизионной анимации в 2019 – 2020 гг. составило 224 млн канадских долл. (195,6 млн долл. США), из которых 214 млн канадских долл. (171,6 млн долл. США) составила анимация на английском языке, 10 млн канадских долл. (8 млн долл. США) на французском языке.

NB! Одни из наиболее крупных провинций Канады, где производится анимация и визуальные эффекты являются: Британская Колумбия, Квебек и Онтарио. Например, расходы в 2019 г. в сфере анимации и визуальных эффектов в Британской Колумбии составили 1 млрд канадских долл. (800 млн долл. США).²²

С учетом того, что в Канаде находится ряд крупных компаний в сфере анимации и визуальных эффектов, то наиболее востребованным профессиями являются: художник-мультипликатор 3D, создатель визуальных эффектов, 3D-дизайнер движения, специалист по компьютерной графике и пр.

Тенденции на рынке

- 3/4 анимационного производства в Канаде принадлежит иностранным компаниям;
- В Канаде работают крупные компании в сфере производства анимации и визуальных эффектов, в связи с чем иностранные компании, особенно американские, часто производят фильмы и анимацию на территории Канады;
- В Канаде расположены крупные учебные заведения, которые готовят специалистов в сфере производства анимации.

Компании-лидеры на рынке

Иностранные компании приезжают для производства анимации на территорию Канада в связи с разнообразием анимационных студий, а также наличием рибейтов и налоговых льгот. Например, при производстве «Соник в кино» (Sonic the Hedgehog, жанр - боевик, комедия, фантастика, приключения; 2020 г.;

²¹ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

²² <https://www.vancouvereconomic.com/blog/media/b-c-s-film-tv-vfx-animation-industry-set-new-records-in-2019-spending-more-than-4-billion/>

кассовые сборы по миру - 311 млн долл. США) компания Paramount потратила более 37,5 млн долл. США в Британской Колумбии.²³

При этом в Британской Колумбии расположено более 100 студий анимации и производства визуальных эффектов (например, Sony Pictures Imageworks, Industrial Light & Magic (ILM), MPC, Double Negative, DHX Media, Animal Logic и Bardel Entertainment).

Также в Квебеке расположены крупные компании анимации и визуальных эффектов: более 6 000 человек заняты в секторе в Монреале. В Монреале расположено 35 студий, которые выполнили 225 проектов анимации и визуальных эффектов в 2019 году.

NB! Канадские компании предлагают иностранным студиям анимации услуги создания изображений, сгенерированных компьютером, 3D-моделирование, 2D-моделирование, композицию, цветовую градиацию, визуализацию и пр.

Продукты

84% канадской национальной анимации составляет продукция для детей и молодежи, 16% - остальная анимация. В 2018 / 2019 гг. объем анимации на английском языке составил 143 млн канадских долл. (115 млн долл. США) и 102 млн канадских долл. (82 млн долл. США) на французском языке; а в 2019 / 2020 гг. 132 млн канадских долл. (106 млн долл. США) на английском языке и 90 млн канадских долл. (72 млн долл. США) на французском языке.²⁴

NB! Рекомендуются, чтобы анимационная продукция дублировалась на английский и французский языки.

«Соник в кино» стал самым кассовым фильмом в Канаде 2020 году. Также самыми кассовыми анимационными фильмами в Канаде в 2019 / 2020 гг. стали: «Король Лев» (Disney; жанр - мультфильм, мюзикл, драма, приключения, семейный; кассовые сборы в Канаде – 49,8 млн долл.); «Холодное сердце 2» (Disney; жанр - мюзикл, фэнтези, комедия, приключения, семейный; кассовые сборы в Канаде – 42,8 млн долл.); «История игрушек 4» (Pixar Animation Studios, Walt Disney Pictures; жанр - фэнтези, комедия, приключения семейный; кассовые сборы в Канаде – 27,3 млн долл.).²⁵

Потребители

NB! В среднем 1 канадец смотрит 0,8 анимационного фильма в год.²⁶

По опросу 2000 респондентов в Канаде (зрители старше 13 лет), только 2% выделяют анимацию как наиболее предпочтительный жанр (по сравнению с другими жанрами, например комедией, боевиком, драмой и пр.): 5% среди респондентов в возрасте 13 – 17 лет, 3% - в возрасте 18 – 34 лет, 1% - в возрасте 35 – 54 лет. При чем среди опрошенных чаще анимацию предпочитают мужчины, чем женщины.

²³ <https://www.mpa-canada.org/what-we-do/driving-economic-growth/>

²⁴ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

²⁵ https://www.reddit.com/r/boxoffice/comments/f1q2tr/top_10_highest_grossing_films_of_2019_in_canada/

²⁶ <https://telefilm.ca/en/studies/study-of-audiovisual-content-consumption-habits-and-the-expectations-and-perceptions-of-the-canadian-public>

1.3. Рынок сериалов Канады

СЕРИАЛЫ

Объем производства сериалов иностранного размещения и услуг (FLS)	2,4 млрд \$ США в 2019/2020 гг.
Количество отснятых серий канадского происхождения	757 в 2019/2020 гг.
Количество отснятых серий FLS	224 в 2019/2020 гг.
Доля производства сериалов в FLS во всем FLS производстве	58%



Характеристика рынка

Сериальное производство составляет 87% канадского телевизионного производства – 2,285 млрд канадских долл. (2,4 млрд долл. США).

Производство телесериалов занимает 68% всех телевизионных проектов, производство телепередач – 11%, другой телеконтент, включая мини-сериалы, односерийные телевизионные программы – 21%. (рисунок 6)

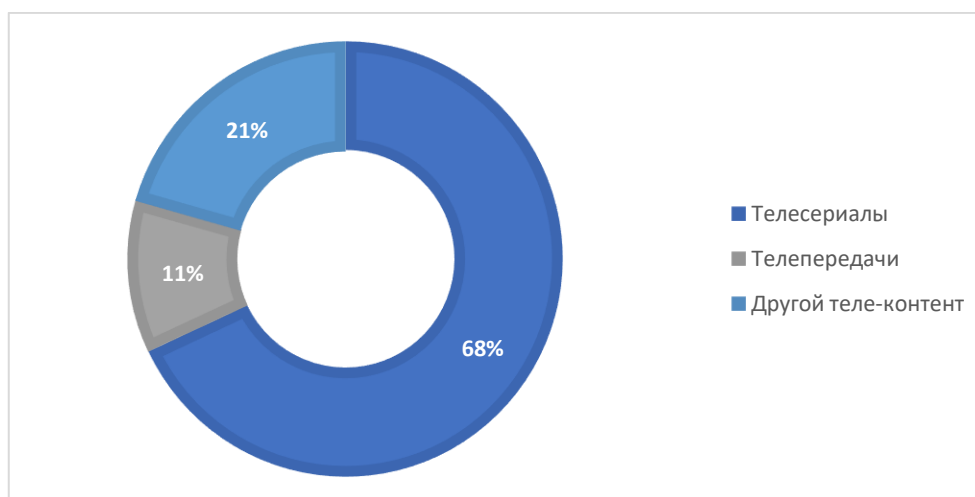


Рисунок 6. Количество телевизионных проектов, по видам
Источник: Telefilm Canada²⁷

72% сериального контента представлено на английском языке, 28% - на французском языке.

NB! Производство сериалов является крупным сегментом телевизионного производства – до 68 % всех телевизионных проектов.

При этом 74% населения Канады подключено к минимум одному сервису потокового видео, а 41% использует такие сервисы каждый день.²⁸ В Канаде стимулируется производство веб сериалов (которые выходят только на платформах потокового видео), в частности, Канадский медиа-фонд в 2019 / 2020 году профинансировал создание 30 веб-серий, на что ушло 31% всего финансирования Фонда - 21,1 млн канадских долл. (16,86 млн долл. США).

²⁷ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

²⁸ <https://www.statista.com/topics/5235/streaming-in-canada/>

Тенденции на рынке

- Иностранные компании производят на территории Канады теле и веб – сериалы;
- В Канаде находится большое количество компаний, оказывающих услуги по производству сериалов, созданию визуальных эффектов, услуги постпродакшн;
- Канадцы смотрят теле- или веб- сериалы чаще, чем фильмы.

Компании-лидеры на рынке

В Канаде иностранные компании производят сериалы. Например, в Британской Колумбии снимались первые 3 сезона сериала Warner Bros. «Ривердэйл» (с 2017 г.; жанр - драма, мелодрама, криминал, детектив), что принесло 103 млн долл. США Британской Колумбии, было создано 1785 местных рабочих мест.²⁹

Также проходили съемки сериала «Стрела» (2012 – 2020 гг.; жанр - фантастика, боевик, драма, криминал, детектив, приключения) от Warner Bros., было потрачено более 360 млн долл. США и создано 7 000 рабочих мест.

Еще одним крупным сериалом, который был произведен американской компанией с использованием услуг канадских производителей, является сериал Warner Bros. Television's «Сверхъестественное», в результате чего компания потратила более 500 млн долл. США создала 9 500 рабочих мест в Британской Колумбии.

При съемках четвертого сезона сериала «Штамм» (FX; 2014 – 2017 гг.; жанр ужасы, фэнтези, триллер, драма) было потрачено около 51 млн долл. США, из которых 27 млн долл. США было потрачено на специалистов из Онтарио и 24 млн долл. США на закупки товаров и услуг у предприятий Онтарио. Всего с первого по четвертый сезон расходы в Онтарио составили 209 млн долл. США, было создано 3 331 рабочее место.³⁰

NB! Иностранные компании проводят съемки сериалов в Канаде в связи большим количеством студий, специалистов в сфере производства и продвижения кино и сериалов, а также наличием налоговых льгот при совместном производстве.

Продукты

В 2019/ 2020 гг. в рамках иностранного размещения и услуг (foreign location and service) в Канаде в общей сложности проходили съемки 224 телевизионных серий по сравнению с 208 сериями в 2018/2019 гг. Объем производства телесериалов в 2019/ 2020 гг. составил 3,06 млрд канадских долл. (2,4 млрд долл. США) по сравнению с 2,74 млрд канадских долл. (2,19 млрд долл. США) в 2018/2019 гг.³¹ При этом, сериалы занимают 58% всего иностранного FLS производства по сравнению с 32% производства кино.

NB! Общий объем производства телесериалов FLS увеличился на 11,7% в 2019/ 2020 гг.

В Канаде прошли съемки ряда телесериалов и мини-сериалов компаний США, таких как «Ход королевы» (Netflix; 2020 г.; жанр - драма, спорт); «Академия Амбрелла» (Netflix; 2019 г.; жанр - фантастика, фэнтези, боевик, драма, комедия, приключения); «Стрела» (The CW; 2012 – 2020 гг.; жанр - фантастика, боевик, драма, криминал, детектив, приключения); «Титаны» (DC Universe; с 2018 г.; жанр -

²⁹ <https://www.mpa-canada.org/what-we-do/driving-economic-growth/>

³⁰ <https://www.mpa-canada.org/press/fxs-the-strain-has-an-eye-opening-impact-on-ontarios-economy-spending-over-50-million-and-creating-800-jobs-in-fourth-season-of-production/>

³¹ <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

фантастика, фэнтези, боевик, драма, криминал, приключения); «Ривердэйл» (The CW, с 2017 г.; жанр - драма, мелодрама, криминал, детектив); «Рассказ служанки» (Hulu; с 2017 г.; жанр - фантастика, триллер, драма) и пр., которые транслируются на телевидении США и онлайн-сервисах потоковой передачи видео.

Количество снятых сериалов канадского происхождения – 757 теле-серий в 2019/ 2020 гг. по сравнению с 900 в 2018/2019 гг.³²

Потребители

NB! Сериалы являются самым популярным видом контента, потребляемого канадцами, в среднем канадцы смотрят 3,1 сериала в год.

55% канадцев смотрят телесериалы, 32% - сериалы в Интернете, 18% - сериалы на YouTube (данные Telefilm Canada, опрос 2 000 зрителей).

По опросу Telefilm Canada (опрос 2 000 зрителей), при выборе кино канадский потребитель обращает внимание на историю, представленную в фильме (важно для 76% опрошенных), жанр (для 65%) и актеров (для 40%), менее важным для канадского зрителя является: происхождения контента (важно для 32% опрошенных), автор сценария и выигранные призы (24%).³³ Перечисленные критерии имели значение при выборе сериалов, таких как «Шиттс Крик» (Канада, США; жанр - комедия; 2015 - 2020 гг.), «Расследования Мердока» (Канада, Великобритания; жанр - драма, криминал, детектив; с 2008 г.), «Переломный момент» (Канада; жанр - драма; с 2019 г.), «Заправка на углу» (Канада; комедия; 2004 2009 гг.), «Мой сын» (Канада; драма; 2020 г.), «Хартленд» (Канада; драма, семейный; с 2007 г.) – самые популярные сериалы в Канаде.

2. Проблемы входа на рынок для российских компаний

Ограничения на иностранный контент для телевидения

Комиссия Канады по радио, телевидению и телекоммуникациям (Canadian Radio-television and Telecommunications Commission) устанавливает квоты на показ местного канадского контента для телевизионных станций в 55% от всего контента за год и не менее 50% канадского контента должно транслироваться с 18.00 – 00.00 часов.³⁴

Для того, чтобы телевизионный контент был признан «канадским», Комиссия проводит специальную программу сертификации.

Более подробная информация доступна по ссылке:
<https://crtc.gc.ca/eng/cancon/mandate.htm>

NB! В Канаде действуют квоты на трансляцию иностранного контента телевизионными станциями.

Ограничения, которые планируется ввести в отношении онлайн-платформ

На данный момент в Канаде рассматривается законопроект Bill C-10, в рамках которого планируется распространить Закон Канады о вещании на весь потоковый аудио- или видео- контент в Интернете, включая платформы потокового видео. Платформы будут переданы под контроль Комиссии Канады по радио, телевидению и телекоммуникациям, что создает риски установления квот на местный контент. То

³² <https://telefilm.ca/wp-content/uploads/profile-2020en.pdf>

³³ <https://telefilm.ca/en/studies/study-of-audiovisual-content-consumption-habits-and-the-expectations-and-perceptions-of-the-canadian-public>

³⁴ <http://os.mnzhiiy.m5rs4y3b.cmle.ru/eng/archive/2016/2016-224.htm>

есть платформы будут нести обязательства по трансляции определенной доли местного канадского контента, что создает ограничения для трансляции иностранного контента.³⁵

NB! Следует обратить внимание, что в связи с планами по распространению Закона Канады о вещании на онлайн-платформы видео, могут вводиться квоты для национального контента на платформах. Данное правило частично возможно будет обойти за счет совместного производства, так как аудиовизуальный контент будет признаваться «национальным» канадским.

3. Особенности законодательства Канады

Рейтингование контента для несовершеннолетних




Рейтингование контента **является обязательным** в Канаде. В Канаде действуют 7 провинциальных комиссий и органов по классификации фильмов (в Британской Колумбии, Альберте, Манитобе, Онтарио, Саскачеван, Квебеке, и одна комиссия для Нью-Брансуика, Новой Шотландии и Острова Принца Эдуарда), которые предъявляют свои правила к классификации контента, при этом требования преимущественно похожи.

NB! Для того, что иметь возможность показывать кино и анимацию в прокате, дистрибьютор проходит обязательную процедуру категоризации аудио-визуального продукта.




В части единообразия требований провинций существует соглашение Британской Колумбии, Саскачевана, Манитобы и Онтарио о предоставлении услуг классификации фильмов, то есть в перечисленных провинциях будет действовать одна система классификации. При этом базово требования к рейтингованию разработала Consumer Protection BC Британской Колумбии. Для прохождения процедуры классификации, дистрибьютор, который имеет лицензию на дистрибуцию фильмов в Канаде, направляет копию фильма в Consumer Protection BC и уплачивает комиссию.

Подробное описание процедуры: <https://www.consumerprotectionbc.ca/motion-picture-ratings/get-content-rated/#step6>

Consumer Protection BC присваивает следующие категории:

	«Общие». Может содержать эпизодическое насилие, нецензурную брань и грубую лексику, а также самые невинные сцены сексуального характера и обнаженные тела. Подходит для зрителей любого возраста.
	«Под руководством родителей». Может содержать более откровенные сцены сексуального подтекста и обнаженных тел, более реалистичное изображение насилия, чаще содержать нецензурную брань чем в категории «Общие»; Тема или контент могут не подходить для всех детей, хотя возрастных ограничений нет. Рекомендуются сопровождение родителей.
	«Для зрителей с 14 лет». Может содержать сцены насилия, нецензурной лексики или сцены сексуального характера или любую их комбинацию. Подходит для зрителей от 14 лет. Зрителей младше 14 лет должен сопровождать взрослый.

³⁵ <https://openparliament.ca/bills/43-2/C-10/>

	«Для зрителей с 18 лет». Может содержать сцены откровенного насилия, частые грубые выражения, брань или сцены, имеющие более сексуальный подтекст, чем в категории 14A. Подходит для зрителей от 18 лет. Зрителей младше 18 лет должен сопровождать взрослый.
	«Ограниченный». Это «фильмы для взрослых», которые могут содержать откровенно сексуальные сцены, сцены насилия ³⁶ . Категория присваивается кинофильмам, если тема, предмет или сюжет фильма для взрослых являются художественными, историческими, политическими, образовательными или научными. Предназначены только для зрителей от 18 лет. Лица младше 18 лет не допускаются ни при каких обстоятельствах.
	«Для взрослых». Это «фильмы для взрослых», которые могут содержать откровенные сексуальные сцены или сцены жестокости или пыток по отношению к людям или животным, или любую их комбинацию, которые изображены в реалистичной и явной манере. Только для зрителей от 18 лет. Лица младше 18 лет не допускаются ни при каких обстоятельствах.

Подробности системы рейтингования доступны по ссылке: <https://www.consumerprotectionbc.ca/motion-picture-ratings/what-ratings-mean/>

Правительство Альберты, Северо-Западных территорий и Нунавута имеют единую систему рейтингования. Правительство Альберты представило разъяснение в отношении рейтингования фильмов с примерами: <https://www.alberta.ca/how-film-genres-can-be-rated.aspx>

Морской классификационный совет по фильмам разработал систему рейтингования для Новой Шотландии, Нью-Брансуика и Острова Принца Эдуарда: <https://beta.novascotia.ca/search-movie-ratings-classifications>

NB! Для проката фильма в нескольких провинциях необходимо проходить процедуру категоризации в соответствующем органе провинции, при этом некоторые провинции по соглашению друг с другом взаимно признают категорию, присвоенную аудиовизуальному продукту в другой провинции.

Стоит отметить, что органы, классифицирующие фильмы в Канаде, на данный момент не оценивают контент, который транслируется онлайн. Платформы потокового видео (Netflix, iTunes или CraveTV) могут предъявлять собственные критерии рейтингования фильмов.

Применение соглашений об избежании двойного налогообложения

В соответствии со статей 12 (доходы от авторских прав и лицензий) Соглашение между Правительством РФ и Правительством Канады от 05.10.1995 «Об избежании двойного налогообложения и предотвращении уклонения от налогообложения в отношении налогов на доходы и имущество»³⁷, доходы от авторских прав и лицензий облагаются в государстве, где лицо постоянно пребывает. То есть, если российский экспортер продает имущественные права канадскому покупателю, то полученный доход облагается в России. Между тем, такие доходы от авторских прав и лицензий

³⁶ https://www.bclaws.gov.bc.ca/civix/document/id/complete/statreg/96314_01#section3

³⁷ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_13488/d163bf8e7082ad71cf6e7eb2501f6ce41a7c8014/

могут также облагаться налогом в государстве, где они возникают, если получатель фактически имеет право на доходы. Взимаемый налог - до 10%.

NB! Помимо уплаты налога в России российский экспортер рискует дополнительно уплачивать до 10% от доходов в Канаде, как в стране, где возникают доходы.

Особенности авторского права

Канадское ведомство интеллектуальной собственности дает рекомендации, как выстроить стратегию защиты прав интеллектуальной собственности: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/wro4563.html#8.1>

По общему правилу в Канаде авторские права защищаются с момента создания произведения. При этом, в Канаде существует возможность регистрации авторских прав в специальном реестре, что дает дополнительные возможности для защиты прав интеллектуальной собственности. Регистрацию можно пройти онлайн: <https://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/wro3915.html>

В Канаде также действует Совет по защите прав ИС (Copyright Board of Canada), который устанавливает лицензионные платежи, выплачиваемые за использование произведений, защищенных авторским правом, когда авторские права на такие произведения находятся в коллективном ведении общества.

Официальный сайт: <https://www.cb-cda.gc.ca/en>

Также действует Канадское ведомство интеллектуальной собственности, которое является государственным органом по защите прав ИС.

Официальный сайт: http://www.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/h_wro0003.html

NB! Для коммерциализации прав интеллектуальной собственности Канадское ведомство интеллектуальной собственности рекомендует разработать бизнес-стратегию по использованию интеллектуальной собственности

4. Возможности продвижения

Российские компании по производству кино и анимации могут продвигать аудиовизуальные услуги и продукты:

- ⇒ **участвуя в отраслевых мероприятиях, включая кинофестивали и торговые шоу** (на выставочных мероприятиях) с целью поиска партнеров и дистрибьюторов;
- ⇒ **участвуя в проектах совместного производства**, которые пользуются налоговыми льготами на федеральном и региональном уровне, получают доступ на местные платформы потокового видео; участвуют в программах продвижения канадского контента за рубежом. Возможно воспользоваться базой данных компаний, которые активно участвуют в совместном производстве;
- ⇒ **продвигая кино и анимацию через платформы потокового видео**, которыми пользуются 74% зрителей;
- ⇒ **сотрудничая с отраслевыми бизнес-ассоциациями**, на площадках которых компании могут находить партнеров, поставщиков, специалистов; получать информацию о трендах на рынке, о закупках публичных институтов и частных компаний, о проектах и мероприятиях; о программах финансирования; доступа на местные платформы потокового видео и доступ к телеканалам и пользоваться другими услугами, позволяющими интегрироваться в деловую среду на рынке;
- ⇒ **пользуясь ресурсами публичных государственных органов и компаний**, которые проводят программы поддержки индустрии, в частности,

создают независимые фонды для финансирования аудиовизуального производства, в том числе иностранного с канадской долей участия; предлагают программы совместного производства;

- ⇒ **внедряя стандарты ответственного ведения бизнеса**, что упрощает поиск партнеров, с учетом того, что некоторые предъявляют социально-экологические требования к поставщикам, а также участвуя в экологических инициативах для поиска местных партнеров.

Возможности для экспорта за счет сотрудничества с канадскими компаниями

Российскому экспортеру следует обратить внимание, что продажа прав дистрибьюторам, кинотеатрам и другим посредникам возможна только при наличии лицензии у канадской компании. Существует всего 7 типов лицензий, включая лицензию кинематографического дистрибьютора (в частности, у кинотеатров), видео дистрибьютора (например, для розничных продавцов), дистрибьютора фильмов для взрослых и пр.³⁸

NB! Проверьте наличие лицензии дистрибьютора при сотрудничестве с компанией дистрибьютором или сетью кинотеатров.

Крупные сети кинотеатров Канады: Cineplex, Guzzo, IMAX, Landmark Cinemas, Magic Lantern Theatres, Ciné Entreprise, Cinema City, Golden Theatres, Ogec Ecoles Privées Puységur, Premier Theatres, Rainbow Cinemas, May Theatres, Alliance, Imagine Cinemas, Cinéstarz, Western Film.

Возможности совместного аудиовизуального производства

Между Россией и Канадой действует Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Канады об отношениях в аудиовизуальной сфере. В России необходимо обратиться в Департамент кинематографии и цифрового развития Минкультуры России с заявлением, в котором указывается название кинопроекта, его краткое содержание, перечень всех стран и компаний-производителей, включая их финансовые вклады в общий бюджет проекта, а также международный договор Российской Федерации, в рамках которого необходимо рассмотреть вопрос о предоставлении статуса совместного производства.

Разъяснения Минкультуры России в отношении совместного производства:
https://culture.gov.ru/about/departments/departament_kinematografii_i_tsifrovogo_razvitiya/activities/3197853/

NB! Более половины аудиовизуального контента в Канаде было произведено в рамках совместного производства с иностранными компаниями.

В рамках совместного производства возможны следующие выгоды:

1) Статус «национального производства», что дает доступ к федеральным и региональным программам поддержки кино.

2) Возможность включения в квоту канадского контента для вещательных компаний (например, на телевидении, где квоты на иностранный контент ограничены), что дает дополнительные лицензионные сборы и продвижение контента на территории Канады.

3) Возможность получить федеральный налоговый кредит на услуги по производству фильмов или видео (Film or Video Production Services Tax Credit) в

³⁸ <https://www.consumerprotectionbc.ca/get-keep-licence/motion-pictures/>

размере 16 % от квалифицированных затрат на рабочую силу в Канаде. Кто может участвовать в программе: налогооблагаемая канадская компания или компания, находящаяся в иностранной собственности; компания вовлеченная (более 50%) в деятельность, связанную с постоянным представительством в Канаде бизнеса по производству фильмов или видеопроизводства или бизнеса по производству фильмов или видеопродукции; владелец авторских прав на аккредитованную продукцию в течение всего периода, в течение которого продукция производится в Канаде (или заключил договор напрямую с владельцем авторских прав на производство на оказание услуг по производству).

Более подробная информация по получению налогового кредита: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/funding/cavco-tax-credits/film-video-production-services.html>

4) Возможность получить налоговую льготу в провинции, в том числе воспользоваться программами рибейта. Например, в Онтарио действует налоговый кредит на производственные услуги (Ontario Production Services Tax Credit), доступный для иностранных компаний - до 21,5 % от всех производственных затрат (может суммироваться с федеральным налоговым кредитом на услуги по производству фильмов или видео), отвечающих требованиям в Онтарио.

Подробности получения налогового кредита на производственные услуги Онтарио: <https://ontariocreates.ca/tax-incentives/opstc>

Северо-западные территории предлагают программу рибейта при использовании 25% местной рабочей силы.

Более подробная информация о льготах доступна по ссылке: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage/services/audiovisual-treaty-coproduction/producers-coproduction-certification/benefits-producers.html>

NB! Совместное производство с канадскими компаниями – это возможность пользоваться налоговыми и другими льготами на федеральном уровне и на уровне отдельных провинций, а также возможность участия в программе рибейта.

Канадские компании, которые активно участвуют в совместном производстве: 1976 Productions inc., Aircraft Pictures Limited, Amérique film inc., Breakthrough Enterprises Inc., Cineflix Media Inc. и пр. – всего более 170 компаний.

Перечень компаний доступен по ссылке: <https://telefilm.ca/en/coproduction/production-company-directory#resultats>

Возможности участия в кинофестивалях и торговых мероприятиях

В рамках поддержки продвижения канадских фильмов Telefilm Canada (Канадское агентство ко-продукции) оказало финансовую поддержку 75 кинофестивалям и 88 отраслевым мероприятиям и инициативам, которые проходили в Канаде в 2019- 2020 гг. В целом в Канаде проводятся следующие крупные фестивали кино и анимации (на основе Индекса Успеха Telefilm Canada):

- Международный кинофестиваль в Торонто (Toronto International Film Festival, TIFF) - самый крупный кинофестиваль, через который происходит поиск дистрибьюторов и продажи кино и анимации; в 2018 году побывало более 652 000 посетителей - <https://www.tiff.net/>;

По инициативе Международного кинофестиваля в Торонто также проводится Международный кинофестиваль для детей (Kids International Film Festival).

- Канадский международный фестиваль документального кино Hot Docs – в 2021 году представлено 36 проектов из 19 стран - <https://www.hotdocs.ca/>;

- imagineNATIVE Film + Media Arts Festival - <https://imagnativenative.org/>;

- Международный кинофестиваль Fantasia (Montreal's Fantasia International Film Festival) – фестиваль ежегодно посещают более 100 000 зрителей - [https://fantasiafestival.com/fr](https://fantasiafestival.com/fr;);
- Международный кинофестиваль в Калгари (Calgary International Film Festival) (г. Калгари) – в 2021 году представлено более 200 мультижанровых проекта из более 40 стран - <https://www.ciffcalgary.ca/>;
- Международный кинофестиваль в Садбери Cinéfest – ежегодно посещают около 34 000 зрителей, проходят показы в среднем 125 фильмов - <https://cinefest.com/>;
- Международный фестиваль фильмов для детей в Монреале (Festival international du film pour enfants de Montréal) – ежегодно проходят показы в среднем 90 проектов из 30 стран – <https://fifem.com/>;
- Международный кинофестиваль в Атлантике FIN (FIN Atlantic International Film Festival) – в среднем проекты представляют ежегодно 22-25 стран - <https://www.finfestival.ca/>;
- Международный кинофестиваль в Ванкувере (Vancouver International Film Festival) – располагаются более 10 экранов, где ежегодно представляют проекты более 70 стран; количество посетителей – более 140 000 - <https://viff.org/Online/default.asp>;
- Кинофестиваль независимого кино в Виктории (Victoria Film Festival) (г. Виктория) – ежегодно участвуют более 40 стран - <https://www.victoriafilmfestival.com/>;
- Кинофестиваль в Уистлере (Whistler Film Festival) (г. Уистлер) – ежегодно проходят показы более 90 фильмов - <https://whistlerfilmfestival.com/>.

В сфере анимации наиболее крупным фестивалем является Международный фестиваль анимации в Оттаве (Ottawa International Animation Festival), который посещает ежегодно более 30 000 зрителей, включая 1 500 представителей анимационной индустрии. В 2021 году было представлено 107 анимационных фильмов и сериалов из 38 стран.

Официальный сайт: <https://www.animationfestival.ca/>

Возможности национального нетворкинга

В Канаде существуют следующие ассоциации в сфере кино и анимации:

1) **Канадская ассоциация медиапродюсеров** (Canadian Media Producers Association). Целью ассоциации является продвижение канадского медиа контента на международном уровне. Например, существует база данных ключевых международных ОТТ платформ, которая содержит информацию о возможностях продвижения чрез платформу, а также актуальную информацию о компаниях и руководителях, включая контактную информацию. Также ассоциация занимается публикацией исследований, проводит конференции и фестивали, создает бизнес-площадки и пр. Членство для иностранных компаний не предоставляется, однако возможно пользоваться услугами Ассоциации в совместном производстве с канадской компанией. Например, в рамках Ассоциации проводится программа International Co-production Accelerator, которая помогает канадским компаниям участвовать в международных проектах ко-продукции, поэтому российские экспортеры могут сотрудничать с Ассоциацией.³⁹

Официальный сайт: <https://cmpa.ca/>

2) Бизнес-ассоциацией компаний США является **Американская ассоциация кинокомпаний** в Канаде (Motion Picture Association), куда входит 5 компаний-дистрибьюторов Disney, Sony, Paramount, Universal, Warner Bros. и Netflix. Ассоциация работает над законодательными и нормативными инициативами,

³⁹ <https://cmpa.ca/international-affairs/icap-21/>

защитой авторских прав и контента, сотрудничает с группами правообладателей для продвижения прав в целях защиты интеллектуальной собственности, по вопросам, связанными с соглашениями о коллективном управлении.

Официальный сайт: <https://www.mpa-canada.org/>

3) **Ассоциация канадского коммерческого производства** (Association of Canadian Commercial Production) - некоммерческая торговая ассоциация индустрии телевизионного коммерческого производства в Торонто, которая занимается производством экранного цифрового рекламного контента для распространения на телевидении и в Интернете.

Официальный сайт: <https://www.theacsp.tv/home>

Также можно выделить **ассоциации в сфере кино и анимации в отдельных провинциях и территориях Канады**, через которые осуществляется продвижение местных канадских услуг, что может быть полезно с точки зрения поиска партнеров и продвижения на территории Канады:

1) Creative BC - доступна информация о возможностях совместного производства, услуг продвижения на территории Канады, а также о получении местных налоговых льгот - <https://www.creativebc.com/>

2) Альянс анимации и визуальных эффектов Британской Колумбии - <http://animvfxbc.ca/>

3) FilmOntario - <http://www.wvandco.com/filmontario/>

4) Interactive Ontario - некоммерческая торговая ассоциация, созданная для индустрии интерактивных цифровых медиа, предлагает программы сотрудничества и финансирования – <https://interactiveontario.com/>

5) Квебекская ассоциация медийного производства (Association québécoise de la production médiatique) - <https://www.aqpm.ca/>

NB! Перечисленные ассоциации и организации предлагают сотрудничество, услуги продвижения, возможности поиска партнера в Канаде, а также поиска финансирования для проектов с долей канадского участия.

Реализация кинопродукции через онлайн платформы для аудиовизуального контента

В Канаде наиболее крупными иностранными платформами потокового видео являются: Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Paramount+, AppleTV+. Наиболее крупными местными платформами являются: Crave, Shudder, CBC Gem, Vidéotron's Club Illico в Квебеке и пр.

По данным eMarketer, Netflix является самым популярным сервисом. В 2020 году количество канадских зрителей Netflix выросло на 13,4%, а к 2024 году, ожидается, что Netflix в Канаде будут использовать 18,4 млн зрителей. Amazon Prime Video – второй сервис по популярности в Канаде.

NB! Сотрудничество и совместные проекты с иностранными платформами, действующими в Канаде, а также местными канадскими платформами являются возможностью для экспорта аудиовизуальной продукции.

Информационные ресурсы публичных институтов

В сфере кино и теле- индустрии действуют следующие государственные публичные институты:

- **Telefilm Canada** – канадская корпорация, которая осуществляет продвижение канадской аудио-визуальной продукции и услуг на международные рынки, включая создание и финансирование программ совместного производства, проведение кинофестивалей и бизнес-мероприятий и пр.

Официальный сайт: <https://telefilm.ca/en>

- **Canadian Radio-television and Communications Commission**

(Комиссия Канады по радио-телевидению и телекоммуникациям) – государственный орган, который регулирует и контролирует вещание и телекоммуникации, в частности, деятельность 2000 вещательных компаний, включая телевизионные службы, радиостанции и пр. Комиссия осуществляет лицензирование, установление тарифов и квот. Также планируется передать в ведение Комиссии регулирование платформ видео по запросу (таких как Netflix, iTunes или CraveTV).

Официальный сайт: <https://crtc.gc.ca/eng/home-accueil.htm>

- **Министерство наследия Канады (Canadian Heritage)** отвечает за политику в сфере искусства, в частности, спонсирует кинофестивали.

Официальный сайт: <https://www.canada.ca/en/canadian-heritage.html>

Кроме того, действуют отдельные органы и организации сфере кино- и теле-производства провинций и территорий Канады:

- Экономическая комиссия Ванкувера (Vancouver Economic Commission) - <https://www.vancouvereconomic.com/>

- SODEC Квебек (поддержка предприятий в сфере культуры - <https://sodec.gouv.qc.ca/>

- Montréal International (Агентство экономического развития Большого Монреаля) - <https://www.montrealinternational.com/en/>

- Комиссия по кинематографии Онтарио Ontario Creates - <https://digitallibrary.ontariocreates.ca/DigitalLibrary/default.aspx>

NB! Российские экспортеры могут пользоваться в Канадскими информационными ресурсами публичных институтов Канады (особенно Telefilm Canada), чтобы узнать новости правового регулирования, информацию о международных проектах, включая программы ко-продукции, узнавать о возможностях получения налоговых льгот.

Стандарты ответственного ведения бизнеса

На данный момент канадские компании внедряют программы ответственного ведения бизнеса, устанавливая социальные и экологические политики. Например, в Канаде работает организация Sustainable Media Production Canada, которая разработала руководство по экологическим ресурсам для медиапроизводства Канады. Руководство было разработано при поддержке Ontario Creates, Отделом по климату и энергии города Торонто и Отделом по кино и СМИ города Торонто. Планируется сформировать список «зеленых» поставщиков, которые соблюдают экологические стандарты, куда входят канадские компании в сфере кино- и теле- индустрии.

Справочник зеленых поставщиков: <https://sustainablemediacan.ca/vendors/#>

В Британской Колумбии Creative BC (ассоциации в сфере культуры) запустила платформу Reel Green TM, в рамках которой компании обмениваются опытом по имплементации устойчивых практик в сфере кино- и теле- производства.

Сведения о Reel Green TM: <https://www.creativebc.com/industry-sectors/motion-picture/reel-green/>

Аналогичная инициатива проводится Экономической комиссией Ванкувера.

NB! Внедрение стандартов ответственного ведения бизнеса (включая внедрение экологических политик, политик защиты прав человека и прав трудящихся) позволяет найти партнеров и покупателей, с учетом того, что некоторые компании могут предъявлять социально-экологические требования к поставщикам.

5. Рекомендации для российских компаний по продвижению услуг

Для выхода на рынок кино и анимации Канады и закрепления на рынке российским экспортерам в каждом сегменте кино и анимации рекомендуется:

- ⇒ участвовать в проектах совместного производства, которые пользуются налоговыми льготами на федеральном уровне и на уровне провинций и территорий, получают доступ на местные платформы потокового видео; участвуют в программах продвижения канадского контента за рубежом;
- ⇒ участвовать в кинофестивалях с целью презентации товаров и услуг и поиска контрагентов и партнеров;
- ⇒ учитывать, что может требоваться перевод контента на французский и на английский языки;
- ⇒ сотрудничать с отраслевыми бизнес-ассоциациями, на площадках которых компании могут находить партнеров, поставщиков, специалистов; получать информацию о трендах на рынке, о программах финансирования, получать доступ к платформе потокового видео и доступ к телеканалам, пользоваться другими услугами, позволяющими интегрироваться в деловую среду на рынке;
- ⇒ внедрять стандарты ответственного ведения бизнеса, что упрощает поиск партнеров, с учетом того, что некоторые компании предъявляют социально-экологические требования к поставщикам, а также участвовать в экологических инициативах для поиска местных партнеров;
- ⇒ продвигать контент через платформы потокового видео за счет заключения соглашений с такими платформами, в том числе с местными, например, Crave, а также крупными международными (Netflix, Amazon Prime, Disney+ и пр.);
- ⇒ пользоваться публично доступными материалами, исследованиями, руководствами, стандартами от профильных бизнес-ассоциаций;
- ⇒ учитывать необходимость рейтингования (классификации) контента в специальных комиссиях по кино в разных провинциях и территориях (единая система классификации отсутствует, однако системы сильно не различаются, а некоторые комиссии взаимно признают рейтинг, присвоенный другой комиссией).

Российским экспортерам рекомендуется использовать государственные **меры поддержки продвижения российского кино и анимации:**

- ⇒ **финансовые меры поддержки.** Компании в сфере кино и анимации могут получить субсидии, которые покрывают затраты на продвижение аудиовизуальной продукции, в частности, затраты на рекламу, в том числе на иностранных языках, на юридическое сопровождение экспортных сделок, на маркетинговые исследования внешних рынков, на дублирование аудиовизуальной продукции, перевод на иностранные языки, изготовление субтитров, регистрацию товарных знаков и пр. Около 60,5% затрат экспортера видео- и аудио – контента компенсируется

Правовое основание: Постановление Правительства РФ от 05.12.2019 № 1596 «О государственной поддержке проектов повышения конкурентоспособности, связанных с продвижением, сертификацией и (или) адаптацией Российской продукции, в том числе содержащей результаты интеллектуальной деятельности, к требованиям внешних рынков»

Ознакомиться с условиями можно ознакомиться на портале ГИСП: <https://gisp.gov.ru/support-measures/list/12446646/>

Видео-инструкция от Московского инновационного кластера: <https://i.moscow/measure-supports-card/3fb7c2d9a81e4a358461e28a51bcb0c3>

- ⇒ **меры защиты интеллектуальной собственности.** Компании могут получить субсидию для компенсации расходов на получение патентов в зарубежных, региональных патентных ведомствах. Могут быть компенсированы расходы на оплату пошлин (до 100%) и оплату услуг по подготовке заявок и делопроизводству (70%). Предельные значения поддержки зависят от региона и страны.

Правовое основание: Постановление Правительства РФ от 15.12.2016 N 1368 «О государственной поддержке российских производителей в целях компенсации части затрат, связанных с регистрацией на внешних рынках объектов интеллектуальной собственности»

Ознакомиться с условиями можно на портале РЭЦ:
https://www.exportcenter.ru/services/subsidirovanie/subsidii-na-patentovanie/subsidii-na-patentovanie_/

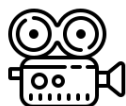
- ⇒ **меры поддержки участия в зарубежных мероприятиях.** Компании могут получить софинансирование части затрат на участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях, включенных в перечень мероприятий РЭЦ. Перечень обновляется ежегодно до 15 сентября. Экспортер софинансирует свою долю участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях (20 % для МСП, 50 % для крупных компаний). В международных деловых миссиях софинансирование участия со стороны компании не требуется. Мера не направлена на компенсацию фактически понесенных затрат на участие.

Правовое основание: постановление Правительства РФ от 28 марта 2019 г. № 342 «О государственной поддержке акционерного общества «Российский экспортный центр».

Ознакомиться с условиями можно на портале РЭЦ:

https://www.exportcenter.ru/services/prodvizhenie-na-vneshnie-rynki/vystavki-i-spetsializirovannye-biznes-missii/finansirovanie_zatrat_na_prodvizhenie_vysokotekhnologichnoy_produkcii/

Рекомендации по сегментам рынка кино и анимации Канады



Рынок кино

Российским экспортерам рекомендуется учитывать следующие особенности, характерные для рынка кино:

- ⇒ учитывать, что для канадских зрителей кино важнее всего сюжет фильма, а также жанр;
- ⇒ учитывать, что основными конкурентами являются американские компании, которые занимают половину рынка;
- ⇒ учитывать, что чаще всего канадские зрители смотрят фильмы в жанре комедия, драма (при чем жанр популярнее среди женщин), боевик (жанр популярнее среди мужчин). Более молодые зрители (13 – 17 лет) предпочитают комедии и боевики, более возрастные – драмы и документальное кино.



Рынок анимации

Российским экспортерам рекомендуется учитывать следующие особенности, характерные для рынка анимации:

- ⇒ учитывать, что в Канаде работает большое количество компаний, которые производят анимацию и визуальные эффекты, составляя конкуренцию российским компаниям (например, только в Монреале расположено 35 студий, которые провели за 1 225 проектов);

- ⇒ учитывать, что канадцы в меньшей степени потребляют анимационный контент, например, среднем 1 канадец смотрит 0,8 анимационного фильма в год (по сравнению с 3,1 сериалами).



Рынок сериалов

Российским экспортерам рекомендуется учитывать следующие особенности, характерные для рынка сериалов:

- ⇒ учитывать, что телепроизводство, в том числе создание теле- и веб- сериалов занимает большую часть рынка производства аудиовизуального контента Канады, и чтобы телевизионные станции могли транслировать иностранные сериалы, необходима доля канадского участия;
- ⇒ учитывать, что в Канаде существуют квоты на трансляцию национального канадского контента через телевизионные станции, что является барьером для иностранного контента. На данный момент существует риск внедрения аналогичных квот и на платформы потокового видео.

Адресная книга

Российские экспортеры могут получить полезную информацию и консультационную поддержку в профильных российских организациях и публичных институтах.

На территории Канады:



Торговое представительство Российской Федерации в Канаде

Официальный сайт: <https://can.minpromtorg.gov.ru/>

Адрес: 95, Wurtemberg Street, Ottawa, Ontario, Canada, K1N 8Z7

Телефон/факс : 8-10, код: 1-613, тел: 789-12-22 789-10-66, IP- 6558, 6560 (1613) 789-2951

E-mail: Ottava@economy.gov.ru, rustrade@rogers.com

На территории России:



Министерство экономического развития РФ

Официальный сайт: <https://www.economy.gov.ru/>

Адрес: 125039 Москва, Пресненская наб., д. 10, стр. 2

Телефон: +7 495 870-29-21

Факс: +7 495 870-70-06

E-mail: mineconom@economy.gov.ru

Торгово-промышленная палата
Российской Федерации



Торгово-промышленная палата РФ

Официальный сайт: <https://tpprf.ru/ru/>

Адрес: 109012 Москва, ул. Ильинка, 6/1, с.1

Телефон: 8-495-620-0009

Факс: 8-495-620-0360

E-mail: tpprf@tpprf.ru



Российский Экспортный Центр (РЭЦ)

Официальный сайт: <https://www.exportcenter.ru/>

Адрес: 123610 Москва, Краснопресненская наб. 12, п. 9

+7 (495) 937-4747, 8-800-550-01-88

Факс: +7 (495) 783-11-22, +7 (495) 937-47-41

E-mail: info@exportcenter.ru



Школа
экспорта РЭЦ

Школа РЭЦ

Официальный сайт: <https://exportedu.ru/>

Адрес: 123610 Москва, Краснопресненская наб. 12, п. 9

тел.: +7 (495) 937-4742

support@exportedu.ru



Роспатент

Официальный сайт: <https://exportedu.ru/>

Адрес: Москва, Бережковская наб., д. 6

Телефон: +7 495 230-17-45; 8 800 333-36-62

E-mail: support@exportedu.ru



Фонд Кино

Официальный сайт: <https://exportedu.ru/>

Адрес: 127006, г. Москва, Воротниковский переулок, д. 12 стр. 1

Телефон: +7 (495) 287-84-42

E-mail: info@fond-kino.ru



**Всероссийская академия внешней торговли
Министерства экономического развития РФ**

Официальный сайт: <http://www.vavt.ru/>

Адрес: 119285 Москва, Воробьевское шоссе, 6А

E-mail: info@vavt.ru



**Центр Россия-ОЭСР РАНХиГС
(Аналитический центр)**

Официальный сайт: <https://oecd-russia.org/>

Новости в сфере ОВБ в зарубежных странах:

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