

Review Российский экспортный центр

Творческий сектор национального экспорта

Структурные изменения в мировой экономике не могут не затрагивать Россию, в силу этого одним из факторов будущего экономического роста в России будет развитие креативных индустрий. На Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) сессия, посвященная экспортному потенциалу творческих секторов, была одной из центральных. Поскольку глобализованные изначально креативные индустрии в российской экономике дефрагментированы, Российский экспортный центр (РЭЦ) может стать единой площадкой для их интеграции и экспорт может дать им значительный стимул к развитию, а стране — в том числе национальные образы, которые представляют ее в культуре других стран мира.

— креативные индустрии —

Открывая на ПМЭФ сессию «Экспортный потенциал креативных индустрий России», генеральный директор РЭЦ Андрей Слепнев предупредил ее участников, что речь в том числе идет об одной из центральных проблем структурных перемен в России, а не столько о проблемах развития отдельных ее секторов. «Очень важно понимать роль интеллекта в будущей экономике, которая будет предполагать максимальную автоматизацию и освобождение все большего количества людей от рутинной и переход на более творческие работы. В этом смысле именно креативные индустрии станут драйвером. Появляется такой термин, как «экономика эмоций» — когда значительная доля продуктов будет нацелена на эмоциональную сферу человека, и не только в плане потребления, но и в плане развития и самореализации», — заявил глава РЭЦ.

По данным исследований, представленных на сессии, капитализация творческих индустрий сегодня в мире составляет почти \$2,3 трлн, и в рамках их развития создано свыше 30 млн рабочих мест. Это не только тренд для развитых стран — развивающиеся рынки также достаточно активно эксплуатируют эту тенденцию, многие в целом рассматривают креативные индустрии как неотъемлемую часть новой цифровой экономики.

РЭЦ активно работает с представителями креативных индустрий.

Кампания по поддержке и продвижению индустрии производства аудиовизуального контента, включая анимационные, телевизионные и киностудии, начата группой в 2017 году. Организовано участие в международных выставках Brand licensing Europe (Лондон), MirJunior (Канн), Mircom (Канн) в формате комплексных российских стендов. В ходе деловой миссии в Китае осенью 2017 года проведена Russian Cartoon Week — неделя российской анимации в КНР. При поддержке РЭЦ состоялся презентация новых российских арт-проектов: премьера «Первого канала» и продюсерского центра «Среда» сериала «Троцкий», анимационный сериал «Герои Энвела» от компании «0+ Медиа», поддержку получают лидеры национальной проката фильмов «Лед» компании «Арт Пикчерс», «Тренер» компании «Централ Партнершип», трилогия «Тоголь» от кинокомпании «Среда» и канала ТВ-3. Совершенно новые российские проекты «Мой домовой» и «Детский мир» группы компаний «Рики», хоррор «Русалка. Озеро мертвых» (ЦПШ), фильмы «Проект Gemini» и фэнтези «Эбигейл» от компании «Киноданс» — также часть портфеля поддержки РЭЦ креативных индустрий.

В целом российский контент достаточно хорошо воспринимается на совершенно различных медиарынках. Так, например, эта продукция оказалась востребована на китайском рынке. В 2017 году компания «Цифровое телевидение» (совместное предприятие ВГТРК и «Ростеле-



По мнению главы «Союзмультфильма» Юлианы Слащевой (в центре), РЭЦ может стать естественным центром интеграции экспортной активности творческих отраслей

ком») и китайская Alibaba Group закрыли сделку по продаже в Китае прав на десять популярных мультипликационных сериалов из России — это проекты анимационной студии «Паровоз». Адаптированная для международных продаж, в Китае эта продукция распространяется через крупнейший в стране онлайн-кинотеатр YOUKU (более 500 млн посетителей в месяц). В традиционном прокате Китая востребованы российские ленты: абсолютный рекордсменом пока остается «Сталинград» (\$11,82 млн), фэнтези «Он — дракон» стало настоящим хитом в китайском прокате (\$7 млн), «Экипаж» в 2016 году собрал \$4,6 млн, «Салют-7», вышедший 12 января в широкий прокат в Китае, за десять дней собрал более \$2,5 млн. Однако не меньший успех российский кино имеет, например, в Великобритании. С 18 января в британском прокате демонстрировался фильм Федора Бондарчука «Притяжение». В формате IMAX 3D лента показывалась более чем в 30 кинотеатрах в Лондоне, Кардиффе, Ноттингеме, Эдинбурге, Ливерпуле. Для Великобритании это беспрецедентный случай, отмечают в РЭЦ: никогда до это-

го фильм на иностранном языке не выходил на таком большом количестве экранов IMAX.

Наконец, очень большой интерес вызвал российский стенд, организованный РЭЦ на 71-м Каннском кинофестивале Marche du Film. На стенде работали 44 проекта ведущих кинокомпаний и анимационных фильмов. Одним из хитов выставки стала представленная компанией Wizarart четвертая часть своей франшизы «Снежная Королева: Зазеркалье» — в свое время вторая часть фильма стала самым успешным российским проектом в Китае, собрав в прокате \$4,8 млн, третья часть франшизы вышла в Китае в апреле 2018 года и превысила общие сборы второй части в 2017 году уже за первый уик-энд. Киностудия «Союзмультфильм» в Канне представила полнометражные фильмы «Гофманида» (уникальный проект в жанре кукольной анимации по эскизам в том числе Михаила Шемякина) и «Суворов». География продаж в Канне для российской медиапродукции — США, Австралия, Китай, Южная Корея и Япония.

Кино и мультипликация в России действительно на подъеме. По данным исследования Фонда кино, с 2015 года количество российских картин, вышедших в прокат на территориях иностранных государств,

увеличилось на 44% (с 43 до 62 фильмов), а совокупные кассовые сборы отечественных фильмов на зарубежных рынках выросли в четыре раза (с \$11 млн до \$44 млн). Совокупный объем продаж российского киноконента на иностранные рынки в 2017 году, по этим данным, составил около 1,2 млрд руб. При этом российские лидеры экспортных продаж в киноиндустрии (Planet Infom film distribution и Central Partnership Sales House) вообще прогнозируют увеличение экспортных сделок на 25–50% к 2019 году при условии продолжения поддержки отрасли. Мало того, на подъеме и потенциально даже более интересный сегмент рынка — российская индустрия создания цифрового контента: это не только мультипликационные фильмы и сериалы, но и IT-приложения, VR/AR-технологии, разработка компьютерных игр — все это весьма востребованный на внешних рынках продукт.

Но креативным индустриям даже в узком понимании требуются достаточно специфические инструменты поддержки: если в «обычных» секторах РЭЦ имеет возможность работать со стандартными инструментами, то для разработки цифрового контента необходима плотная работа с компаниями этой отрасли для централизованности экспортных мер.

диапродукцию по той же схеме, что и металлопрокат, невозможно.

Кроме того, на сессии ПМЭФ ведущие эксперты и участники рынка обсудили роль креативных индустрий как инструмента «мягкой силы» — это достаточно тонкий момент, но вполне уместно вписывающийся в национальные задачи. Тем не менее основной целью сессии был поиск возможных вариантов стратегий для увеличения роли России в мировом инвестиционном сообществе за счет экспорта «креативной экономики». По словам Андрея Слепнева, важная часть работы по развитию креативных индустрий России — это формирование национальных образов. «Те образы, которые создает сегодня наша анимационная и киноиндустрия, могут сформировать прочный базис для создания нового положительного образа России, который предлагает не только энергоресурсы, но и что-то доброе и полезное как для детей, так и взрослых», — отметил глава РЭЦ.

Модератором сессии выступила Екатерина Черкес-Заде, руководитель Университета креативных индустрий Universal University, спикером сессии — директор «Мультимедиа Арт Музея» (МАММ) Ольга Свиблова, председатель правления киностудии «Союзмультфильм» Юлиана Слащева, президент Mercedes-Benz Fashion Week Russia Александр Шумский и другие. Один из выводов сессии сформулировала Юлиана Слащева: «Сегодня нужна платформа, которая объединит все креативные индустрии, потому что мы все между собой тесно связаны. И я надеюсь, что этой платформой может стать РЭЦ, может быть, совместно с кем-то еще из государственных организаций. Тогда мы сможем системно продвигать нашу продукцию на международные рынки», — подчеркнула она.

Отметим, платформенная интеграция необходима не только для медиаэкспорта из России. Так, на сессии достаточно активно обсуждались перспективы экспорта и вовлеченность в него, например, российских дизайнеров. В перспективе от российского дизайна существенно зависит возможность российского экспорта одежды, ряда другой продукции, а в будущем роль этих «креативных составляющих» обычной индустрии будет расти практически во всех новых секторах экспорта.

Наталья Галкина

Окно в мир международной торговли

— технологии —

Основные идеи РЭЦ в этой сфере, обсуждавшиеся в том числе и на ПМЭФ, и в проектной мастерской, следующие. В первую очередь это идея преимуществ для получения экспортной господдержки для компаний, заключающих с РФ специнвестконтракты, а также входящих в экспортно ориентированные производства в формате государственно-частного партнерства. В качестве одной из идей в этой сфере выдвигается мысль о возможном направлении сверхплановых доходов от экспорта на поддержку компаний, обеспечивающих прирост экспорта или наращивающих экспортный потенциал. Кроме этого есть и отдельные моменты в регуляторике. Часть их уже реализуется правительством — например, для упрощения подтверждения нулевой ставки НДС в Налоговый кодекс уже внесен ряд важных изменений, которые существенно облегчили деятельность экспортеров. В числе инициатив РЭЦ — упрощение порядка таможенного, налогового и валютного администрирования и контроля, внедрение риск-ориентированного подхода, в том числе в валютном законодательстве, отмена валютного контроля в отношении отдельных товаров и услуг, где объем операций незначителен. Наконец, в приоритетах РЭЦ — сотрудничество с государством в вопросах развития логистической инфраструктуры, в вопросах организации новых автомобильных пунктов пропуска на границе в приоритетных направлениях, в перспективе — разработка КРП по экспорту для компаний с госучастием. Эти планы будут комплексными программами РЭЦ.



Система поддержки экспорта в России уже достаточно развита, но есть и серьезные задачи для ее дальнейшего эволюционного развития

Логистические вопросы особенно важны РЭЦ именно на нынешнем этапе: одним из приоритетов российского Белого дома до 2024 года в майских указах объявлено развитие в том числе железнодорожных (в первую очередь контейнерных) и автомобильных логистических маршрутов в КНР в рамках развития инициативы «Нового шелкового пути», а стимулирование экспорта в Китай российской продукции, в первую очередь агропродукции, в 2016–2017 годах было одним из приоритетов РЭЦ, давших свои плоды и требующих развития. Краснодарский край считается РЭЦ наиболее перспективным регионом в плане экспортных поставок продукции АПК в КНР, в связи с этим считается необходимым развивать проект новых экспортных коридоров из Краснодарского края в Китай — это региональных про-

ект «Южный экспортно-импортный хаб», на ПМЭФ он обсуждался уже предметно.

Перспективы развития системы поддержки экспорта на ПМЭФ хорошо иллюстрировались и заключенными на форуме соглашениями РЭЦ с отдельными игроками и институтами. Это помимо семи регионов (см. стр. ...) крупнейшие компании и институты, имеющие ключевое значение для развития экспортного сектора и в отдельных отраслях, и по целым общеэкономическим каналам продвижения товаров и услуг.

Так, с банком «Открытие» РЭЦ заключил договор о (в том числе) разработке концепции оператора вернерного размещения продукции российских компаний на международных маркетплейсах, а также пилотного проекта по размещению и анализу заявок на поиск

российской продукции по запросу импортеров. В целом эта деятельность ориентирована на работу малого и среднего бизнеса (МСБ): по словам главы «Открытия» Михаила Задорнова, «важнейшим аспектом развития предприятий МСБ становится доступ к рынкам сбыта — как российским, так и международным. Создание эффективных инструментов для выхода на международные рынки откроет новые горизонты для российских предпринимателей и обеспечит рост российской экономики». Отметим, маркетплейсами РЭЦ занимается с самого момента создания, а в 2017–2018 годах РЭЦ уже открыл пять российских павильонов на популярных маркетплейсах в Азии: Tmall, JD, 1688, Lazada и Rakuten, лидером по продажам российской продукции является китайский Tmall.com, «дочка» Alibaba.

С группой ЧТПЗ на ПМЭФ группа РЭЦ подписала соглашение о сотрудничестве в области развития и поддержки экспорта высоко-

технологичной продукции. По словам гендиректора группы ЧТПЗ Бориса Коваленкова, «подписанное соглашение будет способствовать дальнейшему раскрытию значительного экспортного потенциала компании». Похожее по смыслу соглашение заключено и с ПАО «Мечел» — оно рассчитано на поддержку РЭЦ экспорта высокомаржинальной продукции предприятий, входящих в группу «Мечел». Планируется, что РЭЦ будет оказывать финансовое и страховое содействие в производстве, кредитовать иностранных покупателей продукции «Мечела». На ПМЭФ РЭЦ также вошел в крупную сделку на поставку до 2026 года 1 тыс. пассажирских вагонов для казахстанских железных дорог — это сделка «Трансмашхолдинга», АО «Казахстанские железные дороги» и «БРК-Лизинг». Наконец, на ПМЭФ подписан меморандум между РЭЦ, Африканским экспортно-импортным банком (Афрэксимбанк), ВЭБом, корпорацией «Ир-

кут» и АО «Гражданские самолеты Сухого» по организации и финансированию проекта поставки африканским авиакомпаниям российских гражданских самолетов SSJ100 и MC-21. Напомним, в конце 2017 года РЭЦ вошел в число акционеров Афрэксимбанка — это также одна из стратегических сделок группы.

Международная сеть РЭЦ, что также обсуждалось на ПМЭФ, в ближайшее время начнет переформатироваться. Сегодня у РЭЦ действует девять представительств за рубежом — это Белоруссия, Таджикистан, Казахстан, Азербайджан, Вьетнам, Узбекистан, Китай, Иран и Аргентина. Часть представительств группа намерена в 2018 году переформатировать в торговые дома с выставочными площадями, офисами и т. д. В целом же один из приоритетов РЭЦ на 2018 год — создание партнерств с экспортными агентствами других стран, в том числе для совместной поддержки экспортных проектов в третьи страны и интернациональных проектов. Сейчас у группы есть более 20 соглашений о сотрудничестве с зарубежными агентствами и коммерческими страховщиками, среди которых агентства стран БРИКС и ЕАЭС, индонезийская Asuransi Asei, японский институт поддержки экспорта NEX, австрийский OeKB.

В целом же и в международной сфере экспортная экосистема РЭЦ будет также интегрироваться в общую схему развития мировой торговли, продвигаемой как в рамках российской юрисдикции, так и ЕАЭС. Так, Вероника Никишина, министр по торговле Евразийской экономической комиссии, на ПМЭФ заявила о необходимости создания не точечных решений, а формирования системных условий по упрощению выхода на зарубежные рынки, в том числе благодаря созданию зон свободной торговли (ЗСТ). ЗСТ — еще одна составляющая общеэкономической стратегии, в которой РЭЦ придется заниматься складыванием «экспортного пазла» в единую систему.

Результатом же происходящего должно стать, собственно, не столько удвоение сырьевого экспорта из РФ, сколько во многом новый уровень интеграции экономики России в мировую и новый уровень ее устойчивости, потенциала развития и возможностей. Видимо, самый главный вывод ПМЭФ 2018 года в этой связи и основной посыл для инвесторов: РФ действительно намерена использовать трансформационные возможности в экспортной сфере для преодоления как проблем экономического роста, так и внешнеполитических сложностей.

Василий Воронин