



ГЕРАСИМОВ Александр,

продюсер, директор Открытого российского фестиваля анимационного кино в Суздале

Что вы думаете о системе государственной поддержки кино? Считаете ли ее эффективной?

Господдержка, которая существует много лет, достаточно эффективна. Есть экспертные комиссии, сформированные из уважаемых, авторитетных представителей профессии. Некоторые коллеги говорят о том, что комиссии состоят из чиновников, но это не так, потому что по закону чиновников должно быть менее 50%.

Само распределение денег в анимации, которой я в основном занимаюсь, на сегодняшний день не совсем сбалансированно. Оно было практически идеальным лет пять назад, когда производилось мало мультсериалов. В течение двух или трех лет их финансировал Фонд кино, и это было большим подспорьем, потому что тогда Минкультуры сосредоточилось только на поддержке короткометражного кино — это священная корова, которую нельзя трогать. Если бы министерство перестало финансировать авторское кино и дебюты 10 лет назад, российская анимация умерла бы точно. Но и сегодня, если Минкультуры прекратит поддерживать авторские картины, дебюты, альманахи, анимация как отрасль просядет очень сильно, потому что не будет лаборатории, экспериментов, притока кадров. Никто, кроме государства, никогда не будет финансировать короткометражную анимацию, так как это убыточное дело, искусство, не бизнес.

Потом Фонд отказался от финансирования анимационных сериалов. Аргументация понятна, так как была поставлена четкая и узкая задача увеличить долю российских фильмов в кинотеатральном бокс-офисе. И господдержка всех сериалов, коих уже многие десятки, легла на плечи Минкультуры, у которого и так бюджет меньше Фондовского, да к тому же на анимацию выделяется всего лишь 15%!

И вот сейчас не меньше половины всей минкультовской господдержки анимации идет на сериалы. В том числе на те, которые популярны, давно в эфире, создаются крупными студиями, представлены в виде товаров на полках магазинов — вполне состоявшиеся бизнес-проекты. И это автоматически лишает финансирования со стороны Минкультуры очень многие короткометражки, авторские проекты и дебюты. Или сериальные стартапы, которым очень нужна безвозмездная поддержка, чтобы встать на коммерческие рельсы.

Кроме того, многие коллеги по анимационному цеху справедливо настаивают на том, чтобы Минкультуры приняло решение выделять на анимацию не менее 25% от всей суммы господдержки кинопроизводства. Аргументы в пользу такого подхода можно перечислять долго, и они очевидны.

Считаете ли вы эффективным распределение функций между Фондом кино и Министерством культуры РФ?

Я не хочу проводить анализ эффективности в прокате тех или иных фильмов, которые профинансированы Фондом. Статистика есть, она говорит сама за себя. Но что касается анимационных сериалов, то можно было их отдать Фонду. Правда, далеко не все. Только те, которые уже идут не первый год, у которых есть история коммерческого успеха, выпускаются игрушки, другие товары, проводятся различные спектакли и т.д. Или те, проекты которых развиваются в комплексе с полными метрами. Как, например, «Алиса знает, что делать», «Смешарики», «Фиксики», «Белка и Стрелка». Какая могла бы быть для этого аргументация? Финансируя сериалы, Фонд кино пусть не напрямую, но опосредованно подогревает интерес публики к полнометражному фильму, который выйдет в кинопрокат с уже полубившимися персонажами. И пусть не сразу, но через один шаг это повлияет на бокс-офис, если уж так необходимо ориентироваться именно на эти цифры. С этой точки зрения, Фонд кино вполне мог бы взять на себя такую нагрузку, недофинансировав условно один из художественных фильмов. Например, из ежегодных 3 млрд рублей выделить всего лишь 5% (150 млн. рублей) на мультсериалы. Допустим, 50% из них будут возвратные. Это будет довольно существенная поддержка индустриальных анимационных проектов.

Какие проблемы создает необходимость ведения расчетов через казначейство, введенная два года назад? Возможно, в этом есть плюсы?

Казначейство — это совершенно неповоротливая машина. Я прекрасно понимаю сверхзадачу, в стране денег все меньше, но если из казначейства хотели сделать банк, то и нормальное обслуживание там нужно было делать, — как в банке. Попытка ведения расчетов через казначейство уже была в конце 1990-х. Я это прекрасно помню. Но то, что было тогда, и то, что происходит сейчас, — это небо и земля! Сейчас никто ничего не знает, требуется куча подтверждений, цепляются к каждой строчке, постоянно меняются формы отчетности. Это колоссальный объем работы. Вся наша несчастная киношка — это одна сотая часть бюджета какого-нибудь «Росатома», «Роскосмоса» или «Роснано». У нас куча маленьких студий, у которых трехкопеечный бюджет и копеечные зарплаты, а объем бухгалтерии и документооборота стал в разы больше. Мало того, что мы сами завалены работой, сотни людей в самом казначействе тоже дополнительно загружены. Эффект государству отрицательный во всех смыслах. Оно тратит в десятки раз большие суммы на наше обслуживание, нежели на собственно кинематограф.

Стоит ли на данном этапе отказываться от государственной поддержки кинопроизводства?

Ни в коем случае. Мне трудно говорить за игровое кино, есть разные мнения на этот счет, статистика, много фильмов, которые не имеют ни зрительского, ни фестивального успеха. Но не та у нас сейчас экономика в стране, не та ситуация вообще, чтобы не выделять деньги на кино. Если мы хотим сохранить в стране кино как вид искусства, а Россию как кинематографическую державу, — государство обязано оказывать господдержку, осуществлять комплекс других протекционистских мер. Как это делается во многих более развитых и стабильных странах — таких, как Франция, Корея, Канада. И в Америке мы прекрасно знаем, пусть прямых денег государство не дает, но где-то там Пентагон вертолеты подгонит, где-то какое-то ведомство «Трансформеров» профинансирует. Ведь кино — очень важный вопрос идеологии и даже национальной безопасности. Поэтому я считаю, что ни в коем случае нельзя отказываться от господдержки кинематографа. Тем более, что это совсем крохотная цифра в масштабе бюджета всей страны.

Нужен ли, по вашему мнению, механизм возвратной поддержки кинопроизводства?

На мой взгляд, золотая середина всегда лучше. Тот частично возвратный механизм, который сейчас есть в Фонде Кино, мне кажется наиболее сбалансированным и оптимальным. Полностью возвратные средства — это нереально. Все знают, что кино — очень рискованный бизнес, причем, во всех странах. Вряд ли в нынешней ситуации продюсеры будут брать полностью возвратные деньги. Ведь условия контракта с Фондом Кино очень жесткие, т в случае провала картины продюсеру придется отвечать своим имуществом. У каждого проекта обязательно должна быть «подушка безопасности» в виде какой-то невозвратной суммы.

И в этой связи любопытно, что нет открытых данных, сколько студии или проекты получают на возвратной и безвозвратной основе. Включая «лидеров» кинопроизводства.

Однозначно на безвозвратной основе должно финансироваться документальное кино, авторское игровое, детское игровое однозначно, анимация почти вся, кроме полных метров и топовых сериалов. Так и есть со стороны Минкультуры, но у него денег меньше, чем у Фонда кино, а объем финансирования по видам и жанрам кино больше.

Насколько изменился (сократился или вырос) объем частных инвестиций в кино за 2016?

Мне трудно оценить. Но в той же анимации я вижу увеличение сериальных проектов, которые производятся без поддержки государства, появляются новые игроки. И что самое важное — телеканалы стали вкладывать собственные деньги в производство. Тот же СТС с проектом «Три кота», холдинг «Паровоз»-«Цифровое телевидение»-«0+ Медиа». То есть, те структуры, которые производят сериалы во всем мире. Это говорит о развитии нормальной рыночной модели в этом сегменте.

Мы на Суздальском фестивале видим, что в последние годы появляются десятки стартапов, которые работают без государственных денег. Причем, стартап может быть от 1 до 12-26 серий. А, например, 13 серий по 13 минут — это уже объем порядка миллиона долларов. Студии, которые традиционно занимались игровыми фильмами, сейчас приходят в анимацию. Тут зачастую, как мне кажется, срабатывает «эффект Богатырей». Люди видят стабильные хорошие бокс-офисы фильмов Мельницы, «Снежной королевы», «Смешариков», и т.д. Многих привлекает кажущийся большим КПД: у мультфильма априори больше шансов собрать хороший бокс-офис, чем у игрового фильма. Более широкая целевая аудитория, поскольку анимацию традиционно любят дети и их родители, большая универсальность и соответственно потенциал за рубежом. Грубо логика такая: с игровым кино я могу

влететь так, что будет «зеро» или минус, а с мультиком я так не рискую, и свое соберу. Если с кинотеатров не получится, то потом на международном рынке.

Но это очень большое заблуждение — что можно легко, «одной левой» сделать кассовый полнометражный мультфильм. Очень показательны итоги прошлого года, когда многие мультфильмы недобрали. Те же «Савва. Сердце воина», «Крепость», «Волки и овцы», «Синдбад» заработали меньше ожидаемого. Причем, мультфильмы продюсеров, которые, как говорится, на этом «собаку съели» — тоже не собрали. То есть, сейчас это уже не тот КПД, когда из пяти мультв пять прошли на «хорошо» или «отлично». И зритель стал требовательнее, конкуренция резко возросла. Ну и кризис, конечно! Если три года назад зритель условно ходил на мультфильмы два раза в месяц, то теперь позволяют себе только один. Естественно, пойдут на топовый, голливудский.

Можно ли на данном этапе говорить об окупаемости российского кино? Должно ли оно окупаться вообще? За счет чего (кинотеатральный прокат, выпуск фильмов на носителях или VOD, международные продажи)? Какова структура доходов российского фильма?

Если говорить об игровом кино, то отдельные наши фильмы-события выстреливают в прокате и окупаются. Но массово фильмов-событий у нас не может быть. По структуре доходов — это практически только кинотеатральный прокат. Телевидение сейчас почти не платит. Если еще 10-15 лет назад ТВ могло закрыть от 20% всего валового сбора, то теперь это совсем копейки. Интернет-показы тоже.

В сегменте интернета было бы любопытно ознакомиться со статистикой, сколько собирают старые любимые фильмы. Есть же картины, которые зритель смотрят многократно, — «Особенности национальной охоты», «Брат 2». Единственная более-менее честная статистика, которая могла бы быть по онлайн-кинотеатрам, как смотрятся такие фильмы с самого начала их существования на протяжении нескольких лет. Если фильм не прошел в кинотеатрах, то у него вообще ноль в интернете. А если картина популярна, то главный бич — это пиратство.

По международным продажам я тоже не наблюдаю конкретных цифр. Понятно, что случаются чудеса, как было с фильмом «Он — дракон». Выстреливают отдельные фильмы и на отдельно взятых территориях типа Китая. Но таких примеров единицы.

Когда читаешь о работе стендов на международных рынках, видно, что популярностью пользуется в основном анимация. То есть, когда мы говорим о полнометражном мультфильме, основной доход — опять же кинотеатральный прокат плюс международный рынок. Но это если фильм сделан по законам жанра, как «Снежная королева» или «Волки и овцы», «Белка и Стрелка», у которых очень неплохие показатели на международном рынке, в отличие от нашего игрового кино.

Если это сериальная история, то в России это прежде всего YouTube. И понятно, что если есть мерч-потенциал, то для продюсера сам сериал выступает уже в большей мере как большой рекламный ролик для продвижения бренда на вторичном рынке. Если тебя берут телеканалы, ты должен радоваться, даже если берут бесплатно. Хотя «Маша и Медведь» имеют 40% дохода с продажи собственно сериала. Но из них большая часть, как я предполагаю, это YouTube.

Очевидно, что любой нормальный продюсер, конечно, должен думать об окупаемости своего фильма. Но если это фильм, который направлен больше на фестивальную историю, то окупаемость не должна быть жестким условием при решении о господдержке. Нормальный продюсер должен хотеть сделать хорошее кино, но есть критерии: либо фестивальное кино, либо зрительское. И если у продюсера уже есть какая-то успешная история, как у Натальи Мокрицкой, Сабины Еремеевой, Романа Борисевича, то здесь речь идет не об окупаемости (хотя у той же Мокрицкой есть «Битва за Севастополь»), а о вкладе в нашу культуру, в престиж нашего кинематографа на международной арене. Не обязательно должна быть окупаемость, измеряемая деньгами, но должно быть хорошее кино.

И, наверное, государству нужно финансировать не только тех продюсеров, у которых уже есть мощный бэкграунд, но и доверять иногда постановки новичкам. Только так мы сможем пополнять продюсерский корпус.

Насколько важно разделение кино на авторское и зрительское в контексте работы кинофестивалей? Могли бы вы назвать критерии разделения кино на чисто авторское и условный арт-мейнстрим? Должны ли кинофестивали оставаться площадками исключительно для профессиональной публики или все-таки ориентироваться на зрителей?

В России роль фестивалей довольно большая. Гораздо больше, чем во многих других странах, потому что кинотеатральный рынок почти на 80% состоит из зарубежной продукции,

в основном ориентированной на зрителей. Кино как кино практически нет — в основном аттракцион. Телевидение тоже все меньше показывает современные мало кому известные фильмы — проще показать «Иронию судьбы» или фильмы Гайдая, под них хотя бы гарантированно продашь рекламу. Если фильм не раскручен, то и в интернете его не найдешь. Поэтому фестивали остаются одной из немногих форм популяризации отечественного кино. Фестивали по своей сути разные. Классический пример: «Кинотавр» — премьерный фестиваль авторского кино. Фестиваль «Окно в Европу» уже позиционирует себя как смотр зрительского кино. Примеров фестивалей полностью коммерческого кино в России я не знаю. Недавно проходил каннский МирTVи там было объявлено, что в рамках этого рынка будет фестиваль сериалов. Это как раз пример фестиваля коммерческого кино.

Наш фестиваль в Суздале очень серьезно отличается от всех остальных. Во-первых, у нас фестиваль-смотр, мы показываем все, что было сделано в российской анимации за год. У нас нет отбора 10 из 300 присланных, у нас есть отбор 300 из 300 — просто фильмы идут в разных категориях. Кроме того, в рамках фестиваля мы проводим акцию «Открытая премьера». В этом году по всей России было около 400 площадок, где мы показывали фестивальные фильмы зрителям, прекрасно понимая, что иначе их никто не увидит. Мы уговариваем студии предоставить нам безвозмездно права, так же отдаем их площадкам — бесплатно — только показывайте!

Такая «просветительская» функция фестивалей важна. Ведь на них часто показывают фильмы, которые либо вообще не попадают в прокат, либо в ограниченный. Можно сказать, что фестивали в современной России являются системой альтернативного кинопоказа. И недаром в Минкульте при принятии решения о поддержке того или иного фестиваля одним из основных критериев стоит количество зрителей, посмотревших фестивальные программы.

Влияет ли фестиваль успех на прокат фильмов?

«Кинотавровцы» любят говорить, что фильм, который показан там, априори имеет прокатную судьбу. Наверное, так и есть. Я помню, что некоторые продюсеры специально подгадывали выпуск в прокат после «Кинотавра». Но поскольку это все-таки элитарное, модное, авторское кино, прокат его ограничен в принципе. У нас фильмы, которые «Оскар» получают, выходят в основном ограниченным тиражом. А если фестиваль маленький, то и эффект для проката будет нулевой. Но для режиссеров и продюсеров участие фильма в фестивале — это уже хорошо. Значит он прошел определенный отбор, селекцию. Если фильм получает приз, значит он еще лучше. И это так же идет в копилку продюсера при подаче заявок на получение господдержки.

Конечно, каждый фестиваль — это бренд. Если мы возьмем самые успешные примеры — Каннский, Берлинский, Венецианский, Торонто — это мировые бренды, другой уровень. Яркий пример в России — тот же «Кинотавр». Но и мы не отстаем, нам лестно, что многие коллеги по цеху и не только называют фестиваль в Суздале как лучший, передовой в анимационной индустрии. Это значит, что «Суздальфест» играет серьезную роль в развитии и продвижении всей отечественной анимации. Если на 400 площадках новые российские мультфильмы посмотрели 150 тысяч детей — это уже огромная победа! У ребенка в голове останется образ, он потом друзьям расскажет, родителям.

Технологии сейчас позволяют максимально упростить доставку контента к зрителям. Во Владимирской области, например, в этом году на фестивале работало уже 65 площадок, в 2 раза больше, чем в прошлом. Мы идем в школы, в лицеи, детсады. Везде есть возможность просмотра — где-то проектор, где-то плазма, все по интернету скачивается. И когда детей не срывают с уроков и не гонят за тридевять земель в какой-нибудь ДК, а вместо «класного часа» предлагают посмотреть мультики, для детей это праздник. Дома его не оторвешь от планшета или компьютера, он будет смотреть «Свинку Пеппу», а тут он российские посмотрит. Для таких зрительских программ мы стараемся комплектовать наши лучшие мультфильмы, правильные, добрые.

Каково отношение к российским кинофестивалям и премиям за рубежом?

За рубежом знают о наших фестивалях. Фестиваль в Суздале национальный, а не международный, но те, кто внутри мирового анимационного цеха, конечно, о нем знают. Многие хотят приехать. У нас каждый год есть некоторое количество иностранных представителей, демонстрируем внеконкурсные программы зарубежной анимации — как правило это перекрестные акции между фестивалями. У нас в партнерах более десятка зарубежных фестивалей, куда мы тоже комплектуем программы лучших фильмов, призеров. Это важная линия, благодаря которой о нашей анимации больше узнают в других странах.

Естественно, многие знают «Крок», потому что это международный фестиваль, и в анимационном движении он входит в десятку лучших смотров мира. Межфестивальный, между-

народный контакт ценим и мы, и наши коллеги. Им всегда интересна Россия, наше творчество, самобытность. Они не только стараются включать наши фильмы в конкурс, но и придумывают какие-то внеконкурсные программы, специальные показы.

Российское кино на данный момент наиболее успешно за рубежом в своем фестивальном или коммерческом сегменте?

Конечно, в основном там интересуются авторским кино. В коммерческом только сейчас появляются первые ласточки — полнометражные анимационные фильмы и сериалы. Но если брать количество призов на зарубежных фестивалях и продажи — это несопоставимые вещи. Вот, например, 10-минутный мультфильм «Среди черных волн» молодого режиссера из Екатеринбурга Анны Будановой собрал менее чем за год уже больше 20 призов крупнейших международных фестивалей. Надеюсь, он будет выдвинут на Оскар.

Какие территории больше проявляют интерес к российскому кино?

Страны бывшего СССР, Восточная Европа, где есть память о советском прошлом, страны, где есть большие русскоязычные диаспоры. В Индии, Китае.

Должны ли фестивали финансироваться государством?

Не все. Во-первых, у фестиваля должна быть какая-то история. Я противник того, чтобы давать деньги на первый фестиваль. Пусть люди для начала сделают его за свой счет, найдут спонсоров, инвесторов, местные бюджеты, если это в регионах проводится, проведут первые два-три фестиваля. И если они зарекомендовали себя среди профессионального сообщества, зрителей, прессы, то могут претендовать на господдержку.

Во-вторых, нельзя скапливать все фестивали в одном регионе. Москва просто пресыщена мероприятиями, Питер тоже избалован. В то же время есть города-миллионники, где вообще нет крупных кинофоумов.

В-третьих, у фестиваля должно быть свое «лицо», отличительная особенность. В анимации, например, сейчас сложилась, на мой взгляд, сбалансированная ситуация. Суздальфест — профессиональный национальный фестиваль, «Крок» — международный, Большой фестиваль мультфильмов — зрительский. Еще есть хороший фестиваль детских анимационных студий «Жар-птица» в Новосибирске — это очень важная часть нашего сообщества.

В игровом кино я не скажу, что фестивалей перебор, но на них одни и те же картины. В год выпускается примерно 100 фильмов, из них 10-15, дай бог, достойны фестивалей. Это беда. При таком количестве фильмов с таким количеством фестивалей вся идея фестивального движения дискредитируется. Начинаются разговоры о выброшенных деньгах, междусобойчиках.

Поэтому нужно поддерживать фестивали разные по жанру, по своему региональному присутствию, тематике и те, которые положительно зарекомендовали себя.

Ощущаете ли вы недостаток специалистов, способных работать в кинопроизводстве? Если да, то каких специалистов не хватает?

Общая боль — сценаристы. Не хватает хороших режиссеров. Сейчас пошел рост производства и режиссеров растаскивают. Например, в анимации режиссеров выпускает ВГИК, СПбГУКИТ, школа-студия «Шар». Но из них процентов 70% — это авторы, которые заточены на фестивальное кино, а рынок требует сериальных режиссеров, постановщиков жанрового кино, тех, кто может снимать хорошие детские фильмы. И таких у нас мало. Я уж не говорю о режиссуре анимационных полных метров. В Китае в год готовят 100 тысяч аниматоров, у нас — просто 100. Не хватает, естественно, и второго звена. Мультипликаторы, художники, специалисты по 3D, ригеры, рендеры, моделеры — уникальные специалисты, которых надо готовить по многу лет. И особенно остро недостаток кадров ощущается в Москве, где открываются новые студии, в большом количестве запускаются новые проекты.

Следите ли вы за отраслевой статистикой? Какие каналы для этого используете?

Так как сфера деятельности холдинга «Мастер-Фильм» несколько шире, чем только кино, то я читаю материалы соответствующих профильных информагентств: «Профисинема», «Синемаплекс», «Вестник НАТ», «Вестник лицензионного рынка». Когда мы, например, готовим полнометражный фильм к кинотеатральному прокату, начинаем интенсивно отслеживать бокс-офисы, просматриваем ЕАИС, который в этом смысле существенно облегчает деятельность.

Как вы оцениваете ситуацию с прокатом российского кино?

Мы, кинопродюсеры, производители, как 28 панфиловцев в родной стране. Отчаянно бьемся за эту долю в 20%. Конечно, показатели эффективности нужны. И я буду только рад,

если доля вырастет. Другое дело, что я бы не упирался только в нее. Можно и другие показатели использовать, более широкие. Может быть, рейтинги фестивалей, международных продаж. Если комплексный проект, включающий франшизу полных метров и сериал, спин-оффы — то успех каждой составляющей.

Мы психологически зажаты в кино в формате 1,5 часа и кинотеатральном прокате как форме реализации продукта. А уже давно существуют и другие формы, виды доставки контента к зрителю, мультиплатформенность. VR наступает, технологии второго экрана. Современные проекты настолько универсальны и комплексны, что охватывают множество индустрий. Особенно ярко это видно в анимации. Сейчас мы еще немного поспим, потом проснемся и с удивлением обнаружим, что весь мир существует в другой реальности, а мы только кино в кинотеатрах крутим.

Нужна ли финансовая поддержка со стороны государства на прокат российских фильмов (как это сейчас происходит со стороны Фонда кино)?

Я считаю, что это правильно — поддержать в прокате. Понятно, что пленка умерла, но, как ни крути, каждая DCP-копия долларов 100 да стоит, даже ее пересылка по спутнику. Самое главное — нужно рекламировать, продвигать кино. Хорошо, когда сел на франшизу и не паришься, как с «богатырями». В таких проектах можно максимально оптимизировать затраты, проект сам «вытаскивает» новый фильм. Но когда совершенно новая картина выходит, без рекламы, то кто о ней узнает? А каждый чих стоит денег. Даже когда говорят о социальных сетях — там тоже любая популярная группа имеет свой прайс. Вот часто и получается, что продюсер на последние деньги сделал фильм, а на выпуск уже не хватает. И задача государства — помочь продюсеру на этом финальном этапе. Тем более, что это зачастую гораздо меньшие деньги, чем стоит сам фильм. На который то же государство денег уже дало.

Какие виды рекламы вы считаете наиболее эффективными для российского кино?

Прежде всего, кинотеатры: трейлеры перед сеансом, стенды, плакаты. Интернет-реклама, если она грамотно продумана. Может, с вирусами, даже скандалами. Либо какая-то красиво сгенерированная акция, когда по соцсетям пошла волна, обсуждение фильма. ТВ тоже работает, но стоит очень дорого.

Как вы относитесь к озвученной некоторыми продюсерами и чиновниками идее о повышении стоимости прокатных удостоверений до 5 млн рублей?

На первый взгляд, инициатива выглядит как минимум экстравагантно. И не знаю, есть ли что-то подобное в других странах. Но, наверное, люди, которые ее предлагают, не дураки, и такой барьер по-своему защитит отечественного производителя. Но дальше возникает вопрос: сколько будет стоить ПУ для российских фильмов? Если наши продюсеры будут также платить эти 5 млн, а потом государство их каким-то способом скомпенсирует — вот этого не надо! И какие фильмы «отсечет» такой запрет? Кто-то из профессионалов уже посчитал, что это не более 5% рынка. Если так, то зачем это нужно? В общем, больше вопросов, чем ответов.

Как бы вы оценили текущий рынок кинопоказа? Достаточно ли количество залов, устраивает ли вас качество предлагаемых кинотеатра или услуг?

Согласно свежим исследованиям — достаточно, даже более. Во многих крупных городах уже превышен среднестатистический порог 1 зал на 20 тыс. населения. В более мелких городах мы уже близки к насыщению рынка. Этому во многом способствовала госпрограмма кинофикации малых городов. Если хотя бы половина этих залов останется в течение ближайших лет в работающем состоянии, будет хорошо.

Другое дело, что коммерческий кинопрокат по большому счету существует отдельно от этих кинотеатров, основной бокс-офис у нас делают пресловутые 10 сетей. Возможно, государству стоило бы подумать о финансировании культурного воспитания детей и молодежи. Вот откроются все модернизированные по линии Фонда Кино 800 залов, следующим шагом со стороны государства должно быть поддержание показа в них современных российских мультфильмов. Это будет выгодно всем. О форме можно подумать. Все равно эти кинотеатры не очень конкурентоспособны с точки зрения бизнес-модели. Им и нам — производителям короткометражной анимации — нужна господдержка. Это задача стратегическая!