

Мэру Москвы
Собянину С.С.

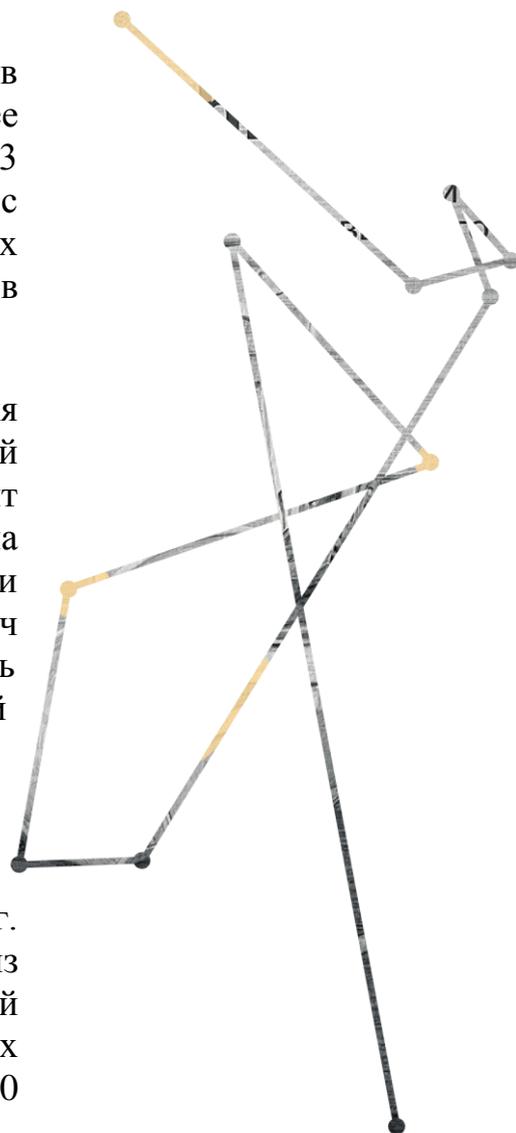
Уважаемый Сергей Семёнович!

Ассоциация коммуникационных агентств России (далее – АКАР) - ведущее и крупнейшее профессиональное объединение, созданное в 1993 году и объединяющее ведущих участников рынка с целью поддержки рынка, развития лучших практик, стандартов и элементов саморегулирования в рекламной индустрии.

Важно отметить, что рекламная индустрия является одной из системообразующих отраслей России. От ее деятельности напрямую зависит работа всех национальных и подавляющего числа региональных средств массовой информации и более 20 смежных отраслей, а также десятки тысяч рекламодателей. В настоящее время отрасль объединяет более 30 тыс. компаний Российской Федерации.

Общее количество занятых в рекламной индустрии по всей России составляет более 1 млн человек. Годовой оборот по данным 2019 г. составляет свыше 1 трлн рублей (включая НДС), из которых более 70% приходится на московский регион. По расчетам экспертов в бюджеты всех уровней индустрия выплатила в прошлом году 320 млрд рублей.

В настоящее время в связи с эпидемиологическим и экономическим кризисами отрасль терпит значительные убытки, а отдельные сегменты находятся на грани банкротства. По экспертным оценкам только в этом году отрасль потеряет как минимум 300 млрд рублей, а без работы может оказаться около 400 тыс. человек, из которых каждый четвертый работает в Москве.



Учитывая изложенное, просим Вас оказать содействие индустрии в Правительстве Российской Федерации и Правительстве Москвы по включению рекламной отрасли в список наиболее пострадавших отраслей с применением уже утвержденных мер, а также ряд инициатив, сформулированных в приложении к настоящему письму, направленных на сохранение рабочих мест и инфраструктуры бизнеса.

Приложение № 1 – меры по сохранению инфраструктуры бизнеса рынка рекламы и по сохранению максимально возможного количества рабочих мест на рынке рекламы на 3 л. в 1 экз.

С уважением,

Пискарев С.Л.

Президент АКАР



АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



Исп.: Кнутова Ирина
e-mail: akar@akarussia.ru

127018, Россия, Москва,
ул. Полковая, д.3, стр.3, этаж 4.
Тел./факс: 8 (495) 662-39-88
e-mail: akar@akarussia.ru
www.akarussia.ru

В целях сохранения инфраструктуры бизнеса рынка рекламы необходимо внести в программу поддержки бизнеса следующие меры:

1. Признание всех предприятий отрасли "Деятельность рекламных агентств" пострадавшими, в связи с тем, что выручка отрасли в первом полугодии по сравнению с аналогичным периодом прошлого года очевидно упадет более, чем на 30%.
2. Использование в качестве критерия отнесения предприятия к конкретной отрасли код ОКВЭД, указанный организацией в качестве основного вида деятельности в отчётности «Бухгалтерский баланс» и «Отчет о финансовых результатах» за 2019 год, наравне с основным кодом ОКВЭД в записях ЕГРЮЛ.
3. Принятие мер, запрещающих досрочное расторжение кредитных договоров в связи с несоответствием заемщиков ковенантам, а также обязывающих кредитные организации предоставить компаниям отсрочку выплаты кредитов не менее чем на 6 месяцев, осуществить льготное кредитование предприятий отрасли, в том числе в целях выплаты заработной платы сотрудникам, снизить существующие ставки по кредитам. Мораторий на подачу заявлений кредиторов о взыскании долгов, пеней и штрафов, а также банкротстве компаний.
4. Предоставление арендных каникул для компаний, арендующих площади у города, сроком на три месяца с последующей оплатой равными долями до конца 2021 года;
5. Предоставление льгот арендодателям коммерческой недвижимости в случае снижения арендной ставки более, чем на 30%.
6. Освобождение операторов наружной рекламы от платы за право размещения рекламных конструкций, установленных на государственных и муниципальных землях, сроком от 3 до 6 месяцев с 1 апреля 2020 года с возможностью пролонгации данных условий в зависимости от экономической и эпидемиологической ситуации в стране.
7. Безусловная пролонгация сроков действия всех договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, установленных на государственных и муниципальных землях до окончания пандемии.
8. Сохранение дистрибуции периодической печати в Москве путем обнуления арендных ставок для нестационарных торговых объектов (киосков).

Ассоциация коммуникационных агентств России просит поддержать ряд инициатив по сохранению инфраструктуры бизнеса, а именно:

- по разработке программы сроком на два года по поддержке участия компаний рекламной индустрии в государственных закупках по 44 и 223 ФЗ (выдача беспроцентной ссуды или государственной гарантии);
- по разрешению налогоплательщикам, которые понесут убытки по итогам 2020 года, уменьшить налоговую базу 2021-22 гг. на всю суммы убытка, то есть без ограничений, предусмотренных п.2.1. статьи 283 НК РФ;

- по введению моратория на работу комиссий ФНС и/или на отправку соответствующих запросов и требований налогоплательщику относительно недопустимости ведения деятельности с убытком;
- по отмене нормирования расходов на рекламу для целей налога на прибыль;
- по введению моратория на блокировку банковских счетов организаций и предпринимателей по любым основаниям;
- по запрету на начисление пени на неуплаченные налоги на время пандемии;
- по отмене избыточных ограничений в рекламе отдельных видов товаров и услуг, в частности, разрешить при соблюдении определенных требований рекламу рецептурных лекарственных препаратов, пива, вина и игристого вина основанных на риске игр, пари на всех носителях (аналогично действующим возможностям рекламирования на ТВ и радио). *Соответствующие предложения по внесению изменений в действующее законодательство будут представлены дополнительно.*

В целях сохранения максимально возможного количества рабочих мест на рынке рекламы АКАР просит рассмотреть следующие меры:

1. Отмена авансовых платежей по налогу на прибыль в 2020 году. Суммы излишне уплаченных авансовых платежей с 1 января текущего налогового периода, то есть превысивших фактический налог на прибыль за первый квартал 2020 года, вернуть налогоплательщикам. Подавляющее большинство компаний отрасли не ожидают прибыли даже по итогам 1 кв. 2020 года. Поэтому любые авансы по налогу на прибыль по сути являются замороженными средствами на неопределенный период времени. Эти средства могут быть использованы на текущие затраты компании, в том числе, выплаты социального характера, а также налоговые платежи текущих периодов без сложной процедуры субсидированных и прочих льготных кредитов.
2. Получение разрешения рекламным агентствам и их подрядчикам - компаниям, специализирующимся на производстве рекламного контента, осуществлять профессиональную деятельность по съемкам рекламных роликов в условиях объявленного в Москве карантина. Это позволило бы рекламным агентствам и их подрядчикам получать хоть какой-то доход и содержать сотрудников. Конечно же, мы предполагаем необходимость выполнения определенных условий, вроде ограничения количества людей на съемочной площадке, соблюдения безопасной дистанции, обеспечения съемочных групп масками и санитайзерами и т.п. В рамках этой меры важно также упомянуть, что рекламный контент (видео и аудио ролики, постеры и плакаты, интернет-баннеры и т.п.), создаваемый рекламными агентствами и их подрядчиками, является жизненно необходимым для функционирования СМИ, которые получают основной доход, обеспечивающий их деятельность, от размещения рекламы. Безусловно, рекламные бюджеты исходят от рекламодателей. Но те рекламодатели, которые еще не полностью сократили свою маркетинговую активность, не будут размещать медийные бюджеты, если у них не будет рекламного контента для размещения, созданием которого и занимаются креативные агентства.

Кроме того, Ассоциация коммуникационных агентств России просит поддержать ряд инициатив по сохранению рабочих мест, а именно:

- по предоставлению субсидий на выплату заработной платы сотрудникам на время вынужденного простоя всем предприятиям индустрии.
- по разрешению работодателям отправлять сотрудников в бессрочный отпуск с сохранением содержания в размере 1 МРОТ. Это то же пособие по безработице только быстро реализуемое и без статуса "безработный".