

Губернатору Челябинской области
Текслеру Алексею Леонидовичу

Уважаемый Алексей Леонидович!

Ассоциация коммуникационных агентств России (далее - АКАР) является старейшим и крупнейшим профессиональным объединением компаний, оказывающих услуги в сфере рекламы, маркетинга и PR.

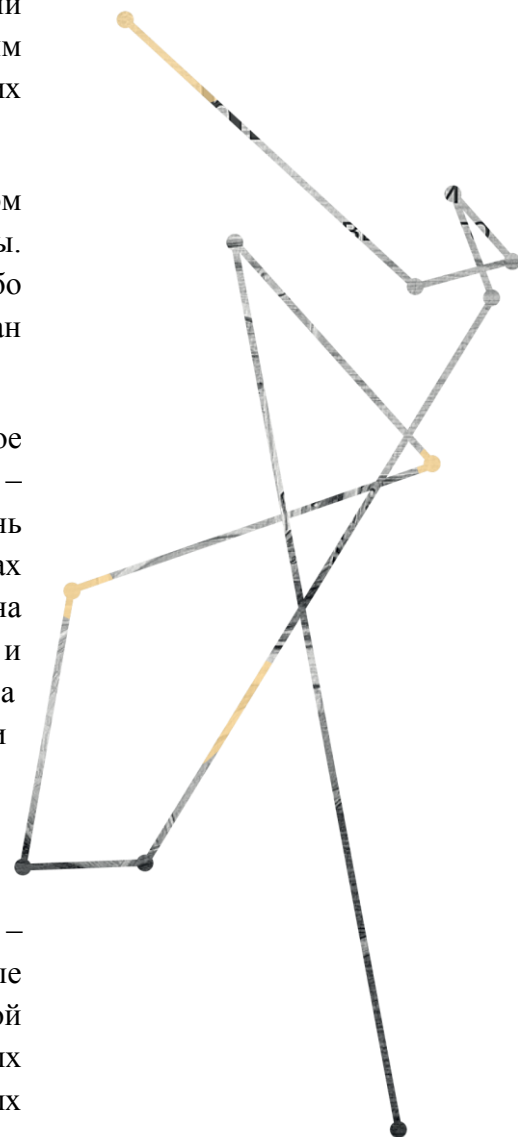
Члены АКАР – это организации с многолетним опытом работы, соблюдающие законодательство и этические нормы. Неблагонадёжные агентства в АКАР не принимаются, либо же исключаются согласно Уставу ассоциации, когда доказан факт противоправного поведения.

В 2017 году было создано Уральское представительство АКАР (далее - АКАР Урал). Агентства – члены АКАР Урал вносят большой вклад в жизнь Челябинска и Челябинской области: участвуют в конкурсах и грантах на социальную рекламу, принося победы на международных конкурсах, размещают социальную и общественно значимую рекламу и информацию на собственных носителях, организуют городские события и международные мероприятия, разрабатывают и реализуют маркетинговые концепции для городских комитетов.

В настоящее время из-за мер по борьбе с распространением коронавирусной инфекции агентства – члены АКАР Урал во всех сегментах терпят значительные убытки. Это, в первую очередь, связано с отменой мероприятий, закрытием спортивных и развлекательных учреждений, заведений общепита, непродовольственных розничных сетей и общим снижением маркетинговых бюджетов большей части компаний-заказчиков из-за вынужденной приостановки деятельности.

Кроме того, режим самоизоляции привёл к существенному снижению количества людей на улицах, а также пассажиропотока в городском транспорте, метрополитене, аэропорту, на ж/д вокзалах и в поездах, что ставит под угрозу банкротства операторов наружной и транзитной рекламы.

Положение операторов наружной рекламы осложняется тем, что совсем недавно вся отрасль прошла



через непростой период перезаключения договоров на право установки и эксплуатации рекламных конструкций. По итогам торгов платежи за право размещения рекламоносителей были предельно увеличены, операторы взяли на себя существенные финансовые обязательства перед бюджетом, которые потребовали привлечения заемных средств. Все это не позволило операторам аккумулировать какие-либо запасы финансовой стабильности. При отсутствии государственной поддержки уход рекламодателей ведет к невозможности исполнения операторами своих обязательств перед городом, кредиторами, своими сотрудниками и банкротству профессиональных участников рынка, которые не одно десятилетие являлись надежными деловыми партнерами города.

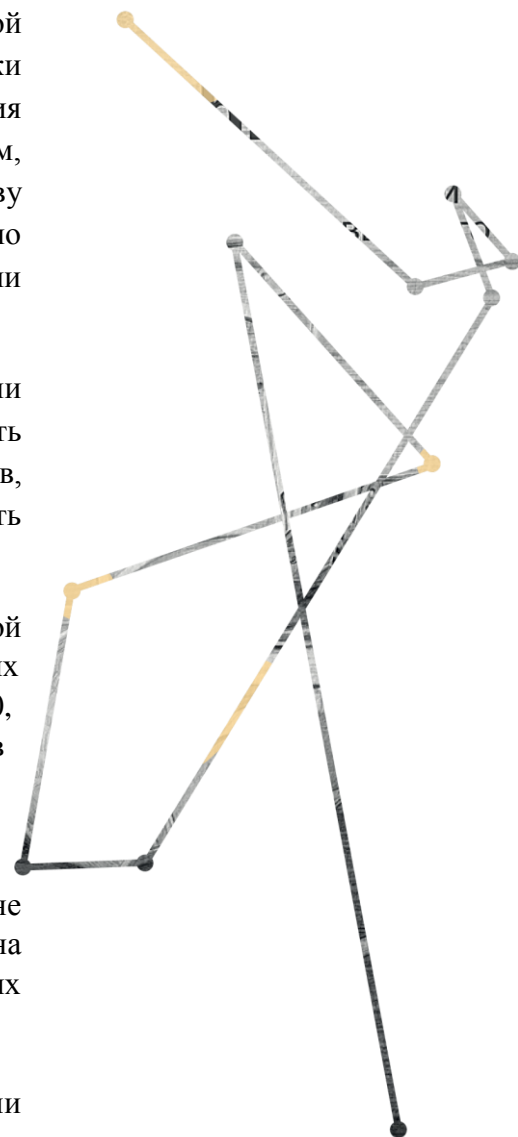
Просим Вас оказать содействие в сохранении цивилизованного рынка коммуникаций Урала, поддержать его профессиональных и ответственных игроков, предоставить им возможность восстановления и оказать следующие меры поддержки:

1. Обратиться в Правительство Российской Федерации с целью включения деятельности рекламных агентств (коды ОКВЭД-2 - 73.1, 73.2, 18.1, 58.19, 59.1, 60.10, 60.20, 62.09, 63.1, 63.9, 70.1, 70.2, 74.1, 74.20, 85.4, 90) в перечень отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в результате распространения новой коронавирусной инфекции и требующих мер государственной поддержки. Данная мера носит крайне важный характер, в том числе, в целях распространения на данные предприятия мер помощи, осуществляемых кредитными организациями;

2. Не перераспределять на другие отрасли средства бюджета, выделенные на:

- организацию в Челябинске и Челябинской области мероприятий, прописанных в планах комитетов по внешним связям, комитета по инновациям, комитета по молодежной политике, комитета по культуре, комитета по печати и взаимодействию со СМИ, комитета по промышленной политике, инновациям и торговле, комитета по экономической политике и стратегическому планированию, комитета по физической культуре и спорту;

- разработку, изготовление и распространение информационных материалов;



- обеспечение создания, развития и продвижения государственных информационных систем Челябинска, веб-сайтов и веб-порталов города;

- на изготовление и размещение социальной рекламы;

- субсидии в виде грантов на производство и размещение социальной рекламы;

3. По мероприятиям, которые были перенесены из-за пандемии коронавируса, не допустить расторжения уже заключенных договоров и пролонгировать действующие контракты без проведения новых конкурсных процедур, оптимизируя тем самым бюджетные средства и расходы компаний, участвующих в конкурсных процедурах.

Предоставить временный льготный налоговый режим для компаний, осуществляющих деятельность рекламных агентств (коды ОКВЭД-2 - 73.1, 73.2, 18.1, 58.19, 59.1, 60.10, 60.20, 62.09, 63.1, 63.9, 70.1, 70.2, 74.1, 74.20, 85.4, 90), в том числе путем предоставления отсрочки по уплате налога на прибыль, введения льготной ставки земельного налога и налога на имущество, а также уменьшения ставки налога по упрощенной системе налогообложения, по обоим вариантам объекта налогообложения.

С уважением,

Ассоциация коммуникационных агентств России

исполнительный директор АКАР

Валентин Смоляков

/  /27.04.2020/

Уральское представительство АКАР

директор

Алексей Парфун

/ _____ /27.04.2020/

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

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