

## Рекламная индустрия может быть включена в перечень наиболее пострадавших отраслей

28.04.2020

«Деловая Россия» направила министру экономического развития Максиму Решетникову письмо, в котором был предложен ряд мер в поддержку индустрии рекламы. Авторы инициативы обращают внимание главы Минэка на «существенное ухудшение положения индустрии, которая переживает самое большое падение с 1998 года». «В настоящий момент в рекламной и смежной с ней отраслях занято порядка 500 тыс. человек. Катастрофическое и беспрецедентное сжатие спроса и падение выручки, по нашим подсчетам, может привести к потере работы более 40% граждан, занятых в отрасли», – отмечается в письме. Обращая внимание на то, что исчезновение индустрии и созданной ею инфраструктуры может привести к значительному замедлению темпов восстановления российской экономики в будущем, «Деловая Россия» в своем письме предлагает принять несколько мер. В частности, речь идет о налоговых преференциях, кредитных каникулах и послаблениях в вопросе аренды офисной недвижимости. Ранее с предложением включения индустрии рекламы и маркетинговых сервисов выступал основатель коммуникационной группы АДВ и член координационного совета «Деловой России» Дмитрий Коробков. Позже его инициатива нашла отражение в письме «Деловой России» премьер-министру Михаилу Мишустину (26 марта), где предлагалось принять ряд мер в поддержку несырьевого сектора экономики в связи с эпидемиологической ситуацией в стране. «Так или иначе, мы обслуживаем все отрасли российской экономики, включая те, которые признаны наиболее пострадавшими, – говорит Дмитрий Коробков. – Значительная часть нашего бизнеса зависит именно от них. И если они остановились из-за режима самоизоляции – рекламный бизнес тоже останавливается». При этом, как отмечает глава АДВ, рекламная отрасль имеет большое значение для функционирования российской экономики в целом: «Формируя дополнительный потребительский спрос на товары и услуги, индустрия вносит существенный вклад в рост ВВП, помогая различным отраслям продавать больше товаров и услуг на внутреннем рынке. – подчеркивает основатель АДВ и член КС «Деловой России». – Кроме того, рекламная отрасль выполняет исключительно важную социальную роль в интересах российских средств массовой информации (прежде всего – российского национального телевидения), так как именно реклама является основным источником их финансирования». Как отмечает Коробков, падение рекламного рынка во втором квартале составит более 30%. По итогам года в коммуникационной группе ожидают сопоставимую цифру, что может привести к массовым увольнениям в отрасли. При этом наиболее пострадавшей окажется индустрия маркетинговых сервисов, которая на сегодняшний день практически прекратила существование. «Прогноз падения этого рынка в 2020 г. не менее 80%. И это по оптимистичному сценарию», резюмирует Коробков. Решение о включении рекламной отрасли в список наиболее пострадавших будет рассматриваться на заседании правительственной комиссии по повышению устойчивости и развития российской экономики (ее членами являются глава Минэка Максим Решетников и председатель «Деловой России» Алексей Репик), которое состоится в конце текущей недели. Источник: Outdoor.Ru

---

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/8864304.html>

---

[ГКУ города Москвы «Городская реклама и информация»](#)