

НАЛОГОВЫЙ МАНЕВР В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ



Креативная индустрия: налоговые льготы для «оранжевой экономики»

В 2022 году Министерство культуры предложило ввести единый налоговый режим для всех субъектов креативного предпринимательства в рамках привлечения инвестиций в творческие сферы по аналогии с IT-отраслью. Предполагается, что такие меры поспособствуют росту доли креативных индустрий в ВВП до **6% к 2030 году**. Сейчас этот показатель составляет около 2,3%. Способны ли налоговые льготы обеспечить рост креативной индустрии **в 2,6 раза**? Эксперты Группы «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» представляют результаты исследования эффективности мер.

Креативная индустрия: понятие и ключевые характеристики

Креативная индустрия включает те сферы бизнеса, в основе которых лежит творчество.



Кино
и анимация



Музеи,
библиотеки



Театр



Мода



Телевидение
и радио



Издательская
деятельность



Дизайн



Реклама



Компьютерные
игры



ИТ и
мультимедиа



Музыка



Архитектура



Фотография

В России нет единого перечня видов деятельности, которые могла бы объединять креативная индустрия. На Югорском промышленно-инвестиционном форуме (ЮПИФ), состоявшемся в октябре 2021 года, был предложен **перечень**, который включает 20 сфер предпринимательства, в числе которых архитектура, кинопроизводство, компьютерные игры, детские игры и игрушки, гастрономия, мода, разработка программного обеспечения.

В предлагаемом Минкультуры варианте к категории креативного предпринимательства предлагается отнести компании, не менее половины затрат которых направлены в творчество, а также те, которые половину и более выручки формируют из доходов от реализации результатов творческой деятельности.

В мире этот сектор называют **«оранжевой экономикой»**, имеющей огромный потенциал в обеспечении глобального экономического роста и социально-культурного развития. ООН объявила 2021 год Международным годом креативной экономики в интересах устойчивого развития. Креативная экономика стимулирует инновационную активность, обеспечивает рост уровня национального благосостояния и способствует культурному разнообразию.

Лидеры стран-участниц саммита G20 в Риме признали культуру и творческие индустрии движущими силами устойчивого развития и повышения экономической устойчивости, а министры культуры G20 рекомендовали включить культуру, культурное наследие и творческий сектор в стратегии восстановления после пандемии.



Общие тенденции развития креативной индустрии России

Глобальная креативная индустрия ежегодно генерирует **2 250 млрд долларов США**, обеспечивает **30 млн рабочих мест** и формирует **3%** мирового ВВП. В развитых странах вклад креативных компаний в ВВП достигает **6-7%**. При этом в данной сфере занято больше молодых людей (в возрасте 15–29 лет), чем в любом другом секторе, а женщины составляют почти половину.

Рис. 1. Количество организаций в креативной индустрии РФ в 2021 году

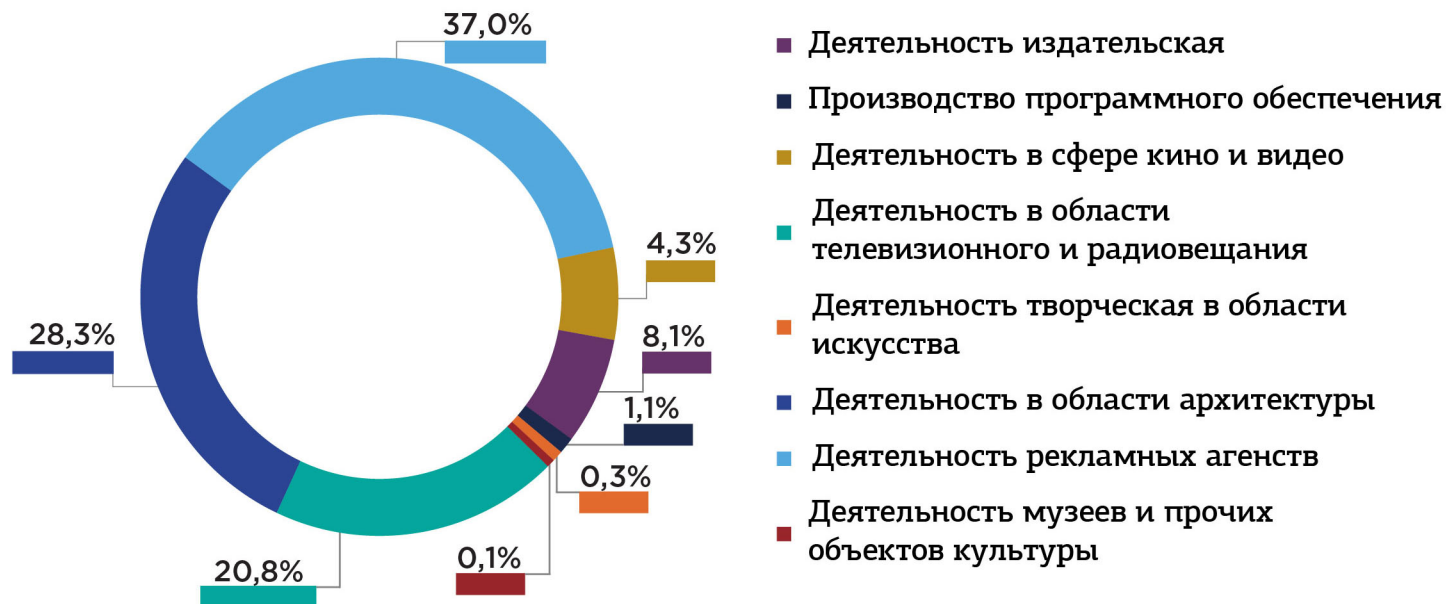


Источник: Расчетные данные

В 2021 году в России насчитывалось 165,3 тыс. компаний в сфере креативной индустрии. Преобладающую долю, 34,9%, формируют ИТ-компании, а в рекламе и PR ведут деятельность 20,9% организаций креативной индустрии. При этом количество действующих предприятий в этой сфере из года в год непрерывно сокращается: с 2016 года почти 27,4% компаний ушли из рекламы, на 8,3% снизилось число компаний в ИТ-секторе.

Рис. 2. Структура российского креативного рынка в 2021 года

Источник: Росстат



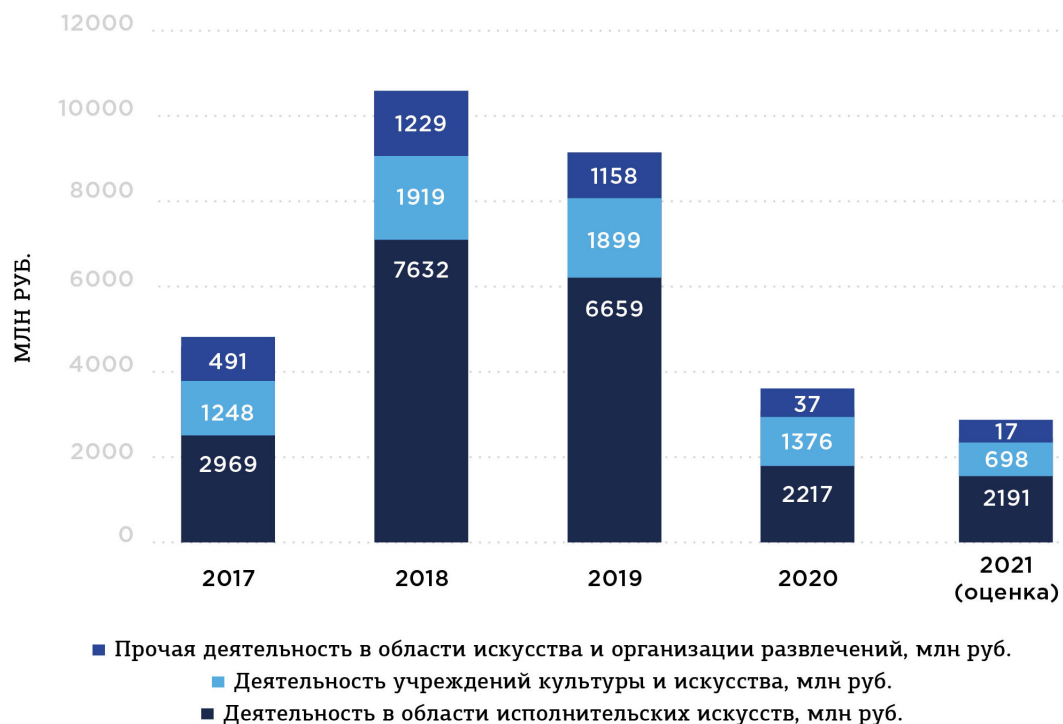
Объем российского креативного рынка составил более **1 трлн рублей**, из которых **37%** приходится на деятельность, связанную с рекламой, **28,4%** или более **300 млрд рублей** обеспечивают доходы от реализации архитектурных проектов. Телевидение и радиовещание формирует **20,8%** отечественного креативного рынка.



Творческая деятельность, исполнительское искусство

Креативная индустрия вошла в число самых пострадавших от пандемии COVID-19: карантин и меры социального дистанцирования отрицательно повлияли на сегменты, зависящие от живой аудитории и трансграничных поездок - исполнительское искусство и театр. В России почти **70%** работников культуры и творческой индустрии заявили о потере доходов в размере от **50** до **75%**.

Рис. 3. Динамика доходов от реализации услуг в области исполнительского искусства



Источник: Росстат, оценочные данные

Пандемия ускорила инновации в творческих отраслях, в том числе переход к потоковой передаче живых выступлений для таких секторов как театр и исполнительское искусство. Многие театры по всей России сократили число посетителей до 25% вместимости, что крайне отрицательно сказалось на их выручке: в 2021 году показатель снизился на 70% по сравнению с 2019 годом. Для сокращения убытков театры и творческие студии перенесли спектакли в режим онлайн с помощью новых платформ, предлагающих зрителям доступ к культурным мероприятиям.

Музеи и галереи

Снижение доходов музеев в период пандемии составило **63%**, и деятельность многих из них перешла в онлайн-формат. Например, «Музей космонавтики LIVE» стал новым видом музейного телевидения. Каждую неделю музей выходит в прямые эфиры, в которых гиды и экскурсоводы рассказывают об экспонатах. Кроме того, для соблюдения требований к сохранению социальной дистанции в музеях стали чаще проводиться индивидуальные экскурсии, которые раньше не пользовались особым спросом.

Рис. 4. Динамика доходов от реализации услуг музеев, зоопарков, ботанических садов и пр.



Источник: Росстат, оценочные данные

Снижение доходов музеев в период пандемии составило 63%, и деятельность многих из них перешла в онлайн-формат. Например, «Музей космонавтики LIVE» стал новым видом музейного телевидения. Каждую неделю музей выходит в прямые эфиры, в которых гиды и экскурсоводы рассказывают об экспонатах. Кроме того, для соблюдения требований к сохранению социальной дистанции в музеях стали чаще проводиться индивидуальные экскурсии, которые раньше не пользовались особым спросом.

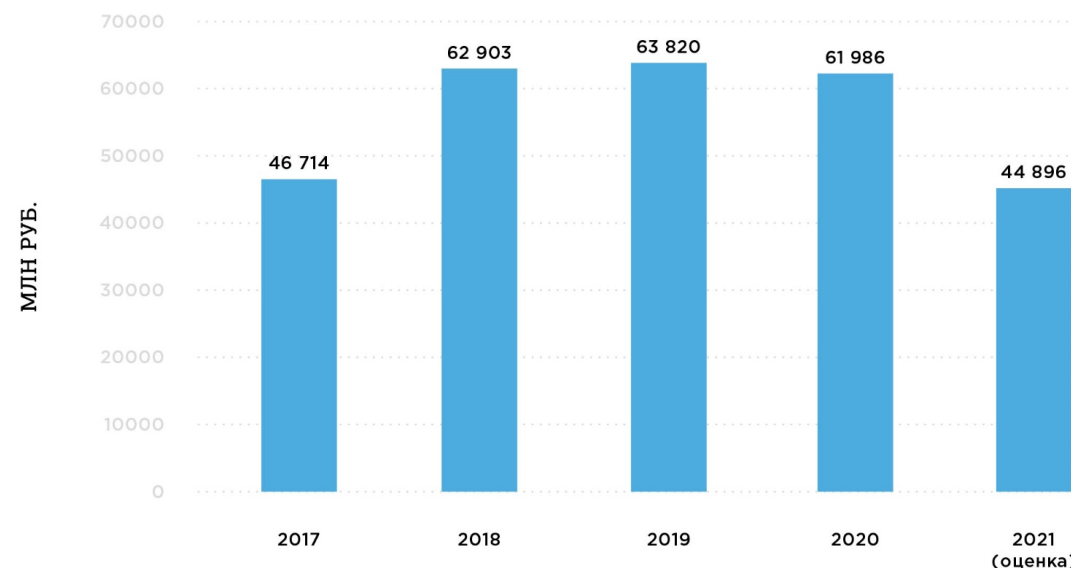
Киноиндустрия

Производство отечественных фильмов в период пандемии снизилось почти на **29,6%**. В 2021 году Министерство культуры РФ профинансировало релиз 61 игрового фильма, неигровых – 196, включая 46 полнометражных, 16 научно-популярных фильмов, 99 анимационных и 19 сериалов. Пандемия привела к росту затрат на производство – перенос съемок, ограничения на съемочной площадке, тестирование съемочной группы и прочие факторы привели к росту бюджетов почти в 1,5 раза.

Государство субсидирует до 70% стоимости производства кинопродукции. В 2022 году Правительством будет выделено еще **11 млрд рублей**, что поспособствует росту киноиндустрии и восстановлению до докризисного уровня. Несмотря на это, доля отечественного кино в российском прокате все еще остается довольно низкой: в 2019 году она составила 23,1%, в 2020 году была на уровне 47,9%, в 2021 году – 27,2%, а в 2022 году прогнозируется на уровне 21%.

В 2021 году объем кассовых сборов в кинотеатрах в премиальном сегменте повысился в 2,2 раза и составил 5,34 млрд рублей. Наиболее высокую динамику продемонстрировал сегмент 3D – за год он прибавил 297%, в то время как сегмент 2D увеличился только 71,7%. Однако отставание от показателя 2019 года все еще оставляет 59,8%.

Рис. 5. Динамика доходов от производства кино и видеофильмов



Источник: Росстат, оценочные данные

Издательский бизнес

За время коронавирусной пандемии издательский рынок просел на 19,9% и составил **85,8 млрд рублей**. Основное падение пришлось на издание печатных книг, объем реализации которых снизился на 26,6%. Выпуск журналов сократился на почти на треть, а издание газет на одну пятую. Такое сокращение производства связано на только с карантинными мерами, сколько с развитием онлайн продаж: количество загрузок аудио увеличилось на 37%.

Рис. 6. Динамика доходов от реализации продукции издательств



Источник: Росстат, оценочные данные

В России выручка оффлайн-магазинов книг упала на 19% по сравнению с 2019 годом, тогда как продажи e-commerce и книжных клубов выросли на 24%. Помимо этого, среди книг, к которым обращались покупатели, набирают популярность аудиокниги в потоковом режиме. За период с 2019 года российский рынок аудиокниг увеличился вдвое.

Телевидение и радиовещание

Наиболее **стабильную динамику** демонстрирует телевидение и радиовещание. В период всплеска пандемии COVID-19 большинство радиостанций перевело рабочие процессы в дистанционный режим, и многие из них планируют сохранить его в будущем.

В условиях вынужденной самоизоляции большинство россиян оставалось дома, что обеспечило высокий спрос на телевизионный контент, поэтому, несмотря на разразившийся глобальный кризис, падение объемов реализации не превысило 2%.

Рынок платного ТВ в 2021 году составил **106,2 млрд руб.** Однако в период пандемии существенно вырос спрос на услуги платных онлайн-видеосервисов (IVI, Кинопоиск, Okko, Megogo и др.) Постепенно этот сектор начинает составлять конкуренцию платному ТВ.



Совокупные показатели российского креативного рынка

Таблица 1. Динамика объемов реализации продукции и услуг российского креативного рынка в 2017-2021 гг., млн руб.

Виды деятельности	2017	2018	2019	2020	2021 (оценка)
Деятельность издательская	93 133	104 097	107 142	102 580	85 865
Производство программного обеспечения				13 111	11 901
Деятельность в сфере кино и видео	49 012	65 348	65 948	63 355	45 310
Деятельность в области телевизионного и радиовещания	201 718	244 486	225 328	234 156	221 023
Деятельность творческая в области искусства	4 708	10 781	9 716	3 631	2 907
Деятельность в области архитектуры	568 934	548 575	551 717	325 870	300 950
Деятельность рекламных агентств	261 591	340 383	370 867	279 565	392 995
Деятельность музеев и прочих объектов культуры	1 310	1 354	1 433	1 888	1 374
Всего объем креативного рынка	1 180 406	1 315 024	1 332 151	1 124 155	1 062 325

Источник: Росстат, оценочные данные

Рынок рекламы, в отличие от всех других креативных рынков, восстановился одним из первых. Возобновление деловой активности, отмеченное еще в конце 2020 года, подстегнуло рост рекламного рынка, и, по итогам 2021 года, деятельность рекламных агентств принесла **392,9 млрд рублей** выручки, что превысило докризисный уровень.

Совокупные показатели российского креативного рынка

Таблица 1. Динамика объемов реализации продукции и услуг российского креативного рынка в 2017-2021 гг., млн руб.

Виды деятельности	2017	2018	2019	2020	2021 (оценка)
Деятельность издательская	93 133	104 097	107 142	102 580	85 865
Производство программного обеспечения				13 111	11 901
Деятельность в сфере кино и видео	49 012	65 348	65 948	63 355	45 310
Деятельность в области телевизионного и радиовещания	201 718	244 486	225 328	234 156	221 023
Деятельность творческая в области искусства	4 708	10 781	9 716	3 631	2 907
Деятельность в области архитектуры	568 934	548 575	551 717	325 870	300 950
Деятельность рекламных агентств	261 591	340 383	370 867	279 565	392 995
Деятельность музеев и прочих объектов культуры	1 310	1 354	1 433	1 888	1 374
Всего объем креативного рынка	1 180 406	1 315 024	1 332 151	1 124 155	1 062 325

Источник: Росстат, оценочные данные

Рынок рекламы, в отличие от всех других креативных рынков, восстановился одним из первых. Возобновление деловой активности, отмеченное еще в конце 2020 года, подстегнуло рост рекламного рынка, и, по итогам **2021 года**, деятельность рекламных агентств принесла **392,9 млрд рублей** выручки, что превысило докризисный уровень.

Деятельность в области архитектуры за время пандемии снизилась более чем на **45%** из-за сокращения объемов нового строительства. Из-за падения покупательского спроса в 2020 году упал спрос на покупку жилья, что не могло не сказаться на реализации услуг архитекторов.

Таким образом, совокупный объем креативного рынка России составляет более **1 трлн рублей**. Разразившийся в результате пандемии кризис отбросил рынок на уровень 2015-2016 гг.

Оценка перспективности внедрения налогового маневра для креативной индустрии

В связи с новым витком антироссийский санкций вопрос законной налоговой оптимизации и применения налоговых льгот для креативной индустрии становится крайне актуальным

Для вывода креативной индустрии из сложившейся кризисной ситуации Министерство культуры предложило ввести льготный режим отчислений от заработной платы во внебюджетные фонды и снижение нагрузки по налогу на прибыль для организаций креативного предпринимательства. Льготы планируется установить на уровне, аналогичном IT-индустрии. Таким образом, **ставка налога на прибыль** предположительно снизится с 20% до 3%, а **тарифы страховых взносов уменьшатся с 14% до 7,6%**. Более того, предусматривается введение дополнительных льгот для инвесторов и спонсоров.

Указанные меры должны увеличить объем креативной экономики 2,6 раза и стимулировать **рост доли занятых россиян с 4,6% до 15%**.

Как показал анализ, креативная индустрия по-разному реагирует на кризис: одни сегменты нуждаются в поддержке из-за понесенных потерь, другие же сохранили финансовые показатели на докризисном уровне.

Таблица 2. Сумма налогов, уплаченная компаниями креативного сектора в 2018-2021 гг., млн руб.

Совокупная налоговая нагрузка	2018	2019	2020	2021
Деятельность издательская	5 569	5 389	5 765	4 579
Производство программного обеспечения	0	0	1 866	1 753
Деятельность в сфере кино и видео	5 123	5 526	4 967	3 634
Деятельность в области телевизионного и радиовещания	34 668	19 243	48 541	32 011
Деятельность творческая в области искусства	296	209	103	75
Деятельность в области архитектуры	56 229	49 765	44 742	33 104
Деятельность рекламных агентств	23 214	14 649	25 037	19 768
Деятельность музеев и прочих объектов культуры	30	35	42	32
Всего уплачено налогов креативным рынком	125 130	94 817	131 063	94 956

Источник: расчетные данные

Согласно данным ФНС, средний уровень доходности от продаж услуг **радио и телевидения** составлял **9-10%** до кризиса, а в 2020 году снизился до 7,5%, что свидетельствует о вполне комфортном для отрасли налоговом бремени.

Производство **программного обеспечения** фиксировало рентабельность продаж на уровне **5-5,5%**. Введенные налоговые льготы снизили фискальную нагрузку на IT-компании, и в 2021 году рентабельность продаж, по нашим оценкам, составила **6,4%**.

Так, при принятии решения о предоставлении представителям креативной индустрии налоговых льгот, следует принимать во внимание следующие факторы:

1. Основной доход компании должна составлять выручка от реализации продуктов творческой деятельности. Предложенный критерий в 50% по выручке и затратам для включения компании в число пользователей налоговой льготы позволит существенному количеству компаний воспользоваться льготой. Этот критерий пришел на смену адресной помощи по ОКВЭДу, которая не раз подвергалась критике в период пандемии. Далеко не всегда представители креативной индустрии подпадают под формальные критерии из-за банального некорректного выбора ОКВЭД или в связи с отсутствием кода по их профилю.

- 2. Льгота должна предоставляться наиболее пострадавшим представителям креативного сектора.** Например, телевидение и радиовещание, хоть и имеют высокую налоговую нагрузку, обеспечивают необходимый прирост выручки и приемлемый уровень рентабельности. Налоговая нагрузка не должна мешать бизнесу развиваться, а льготы должны предоставляться тем, кто в них действительно нуждается – театрам, музеям, архитектурным бюро и прочим культурным организациям, уровень рентабельности продаж которых не превышает 3% в спокойные годы, а в кризис компании терпят убытки. В подобных случаях необходимы не только налоговые льготы, но и расширенные инструменты финансовой поддержки.
- 3. Налоговая льгота должна предоставляться на достаточно длительный срок,** чтобы ей могли воспользоваться не только действующие представители креативной индустрии, но и те, кто только решил создать свой бизнес.

Свяжитесь с нами

По вопросам проведения аналитических исследований



АЛЕКСАНДРА ШНИПОВА

Заместитель руководителя практики
Управленческого консалтинга

☎ +7 (495) 740-16-01

✉ contact@delprof.ru

🌐 www.delprof.ru

По вопросам подготовки экспертных комментариев и статей



АЛЕКСАНДРА ПАШКЕВИЧ

Ведущий маркетолог
Департамента маркетинга и PR

☎ +7 (495) 740-16-01 (доб. 1048)

✉ pashkevich@delprof.ru

🌐 www.delprof.ru

Представленные в документе мнения учитывают ситуацию на дату публикации материала и могут быть неактуальными на момент прочтения. Документ носит исключительно ознакомительный характер и не может служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» не несет ответственности за действия, совершенные на основе изложенной в документе информации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.



☎ +7 (495) 740-16-01

🌐 delprof.ru

✉ info@delprof.ru