

# **Отмена торгового сбора с киосков прессы – победа медиаотрасли и Департамента СМИ и рекламы города Москвы**

Борьба, которую вела в течение полугода наша Ассоциация самостоятельно, а также совместно с другими общественными объединениями отрасли, за отсрочку введения торгового сбора для предприятий, реализующих печатную продукцию, увенчалась победой.

Важно подчеркнуть, что предложения АРПП по данному вопросу решительно поддерживал Департамент СМИ и рекламы города Москвы. Проявленное Департаментом единство с отраслью в конечном итоге принесло положительный эффект.

В письмах Мэру Москвы С.С. Собянину, Руководителю регионального исполкома ОНФ в Москве В.В. Селивёрстову, Министру Правительства Москвы, руководителю Департамента экономической политики и развития города Москвы М.Г. Решетникову мы приводили доводы в пользу того, что введение дополнительного налогового обременения на фоне снижения покупательской способности вызовет существенное падение продаж подорожавшей продукции, спровоцирует уход с рынка торгующих предприятий по чисто экономическим соображениям.

Только в сфере реализации газет и журналов, выполняющей важную социальную функцию по распространению социально значимой продукции, это могло бы привести к закрытию свыше 70% объектов по продаже прессы и увольнению персонала. В результате пострадали бы не только распространители, но и издатели и потребители. Произошло бы резкое сокращение доступа населения к источникам реализации периодики и книг.

Наша настойчивость в деле защиты и сохранения системы

розничного распространения прессы в столице дала положительные результаты. Власти Москвы услышали аргументацию АРПП и 24 июня Мосгордума приняла Закон [«0 внесении изменений в Закон города Москвы от 5 ноября 2003 года № 64 «0 налоге на имущество организаций» и статью 3 Закона города Москвы от 17 декабря 2014 года № 62 «0 торговом сборе»](#).

Согласно этим документам «до 1 января 2021 года торговый сбор не будут выплачивать владельцы нестационарных торговых объектов со специализацией «Печать», и бытовых услуг, – в том случае, если площадь торговых полок не превышает 10% общей площади объекта, а торговый зал не должен занимать более 100 квадратных метров. Это связано с тем, что основным видом деятельности таких организаций является не торговая деятельность, а оказание бытовых услуг. Торговля сопутствующими товарами в данном случае является неотъемлемой частью процесса оказания услуг».

В АРПП выражают надежду, что и по другим предложениям медийной общественности (расширение списка сопутствующих товаров НТО прессы за счёт включения в ассортиментный перечень безрецептурных медпрепаратов, снековой продукции и табачных изделий) будут приняты столь же положительные решения.



[Пресс-служба](#)