



План реализации Концепции: что сделано?

В июле прошлого года Правительство России утвердило «Концепцию развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации» и план мероприятий по ее реализации. Минпромторг России совместно с заинтересованными федеральными ведомствами провел большую работу в рамках специально созданной при министерстве Рабочей группы по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности. В состав группы вошли также представители ТПП РФ и выставочного сообщества. В результате в Правительство России было направлено предложения о подготовке необходимых изменений и поправок в действующее законодательство, регулирующее выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность (п.1); и об организации Национального конгрессного бюро России (п.8).

На заседании Межведомственной комиссии был рассмотрен проект методики экономического анализа, оценки бюджетной эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на федеральном и региональном уровнях, который предложено доработать с учетом высказанных замечаний (п.11).

В соответствии с принятым Планом по реализации Концепции в первом квартале 2015 года были выполнены следующие мероприятия:

П.1 Подготовка предложений по внесению изменений и дополнений в действующие нормативные правовые акты по результатам анализа действующих нормативных правовых актов, регулирующих выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность. Итог: Доклад в Правительство России

В результате проведенного анализа действующего российского законодательства и международного нормативно-правового обеспечения данного вида деятельности признано целесообразным:

В ОБЛАСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ:

– внести изменения в **Налоговый кодекс РФ**.

Предлагается подготовить проект федерального закона о внесении изменений и о закреплении определений в налоговое законодательство, касающихся предоставления льгот по федеральному налогу на имущество организаций в отношении объектов, используемых для проведения выставок, с разработкой соответствующего понятийного аппарата.

Обоснование. До 2014 г. платежи выставочных центров по налогу на имущество рассчитывались по остаточной балансовой стоимости с учетом амортизации. С 01.01.2014 (в зависимости от региона) налоговая база в отношении объектов выставочной инфраструктуры определяется исходя из их кадастровой стоимости.

Поскольку эти объекты в плане оценки основных сооружений с точки зрения их кадастровой стоимости приравниваются к торговым площадям и офисно-деловым центрам, платежи в бюджет за здания возрастают в 2015 г. в 1,5-2 раза (в Москве – в 2,75 раза), в 2018 г. в 4 раза. Все это делает нерентабельным содержание выставочных комплексов.

В ОБЛАСТИ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ:

– внести изменения в **Приказ Минэкономразвития России от 01.09.2014 № 540 «Об утверждении классификатора видов разрешенного использования земельных участков»**

Предлагается подготовить проект приказа о дополнении классификатора

видов разрешенного использования земельных участков наименованием «Выставочно-ярмарочная деятельность».

Обоснование. В настоящее время размер ставок арендной платы за земельные участки и земельного налога на участки, находящиеся в собственности, зависит от вида разрешенного использования этих участков, их кадастровой стоимости и вида деятельности организации.

Выставочно-ярмарочный и конгрессный бизнес как самостоятельный вид деятельности не выделен, выставочные комплексы рассматриваются в качестве административно-деловых и торговых центров, расположенных, как правило, на земельных участках, где разрешено размещать офисные здания делового, административного и коммерческого назначения.

В силу этого кадастровая стоимость земельных участков, занимаемых выставочными комплексами, является одной из самых высоких, ставки арендной платы и ставки земельного налога также устанавливаются в максимальном размере.

В связи с этим необходимо установить отдельный вид разрешенного использования земельных участков - для осуществления выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

В ОБЛАСТИ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ:

– внести изменения в **Федеральный закон от 27.11.2010 г. №311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации»**, обеспечивающие возможность быстрого (до двух недель) таможенного оформления вывоза наукоемкой и высокотехнологичной продукции на зарубежные выставки.

Предложение отражено в проекте Таможенного кодекса Таможенного союза

В ОБЛАСТИ СТАНДАРТИЗАЦИИ:

– внести изменения в **Приказ Госстандарта от 31.01.2014 № 14-ст «О принятии и введении в действие Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) и Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2) ОК 034-2014 (КПЕС 2008)».**

Изменения касаются присвоения выставочной и конгрессной деятельности отраслевого кода ОКВЭД.

Обоснование. Отсутствие отраслевого кода Общероссийского классификатора видов экономической деятельности не позволяет идентифицировать выставочно-ярмарочную и конгрессную деятельность как отдельный сегмент отечественной экономики.

В ОБЛАСТИ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА

1. Внести изменения в п. 29 (ввести подпункт «в») Постановления Правительства РФ от 27.12.2014 №1563 «О мерах по реализации Федерального закона «О федеральном бюджете на год и на плановый период 2016 и 2017 гг.».

Предлагается подготовить Проект Постановления Правительства РФ, устанавливающий размер авансового платежа по договорам (госконтрактам) на оказание услуг по организации российских экспозиций и обеспечению российского участия на выставках и ярмарках за рубежом до 70% суммы договора.

Обоснование. При организации российских экспозиций за рубежом, частично финансируемых за счет средств федерального бюджета, выставочный оператор заключает контракты с зарубежными компаниями на аренду и оборудование

выставочной площади, оказание разного рода услуг. При этом он обязан оплатить все эти услуги авансом и в полном объеме. Соответственно, он вынужден либо брать на длительный срок кредит (70% от суммы бюджетного финансирования – при этом проценты, уплаченные за пользование кредитом, не возмещаются), либо брать эти суммы с экспонентов, что значительно повышает стоимость их участия в выставке.

В итоге, участие экспонентов в зарубежных выставках с бюджетным финансированием порой обходится дороже, чем участие за собственный счет.

2. Внести изменения в Постановление Правительства РФ от 28.11.2013 № 1085 «Об утверждении Правил оценки заявок, окончательных предложений участников закупки товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Предлагается подготовить проект Постановления Правительства РФ о дополнении перечня отдельных видов работ и услуг (пункт 3 Приложения к Правилам) строкой «оказание услуг по организации российских выставочных экспозиций за рубежом» с установлением предельных величин значимости критериев оценки: минимальная значимость стоимостных критериев оценки – 30-40%; максимальная значимость нестоимостных критериев оценки – 60-70%.

Обоснование. Сегодня соотношение предельных величин значимости стоимостных и нестоимостных критериев

оценки при закупке работ и услуг (за исключением их отдельных видов) составляет 60% и 40% – именно эти нормативы применяются при организации госзакупок в сфере выставочной деятельности.

В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ И ОБРАЩЕНИЯ ВЫСТАВОЧНЫХ ОБРАЗЦОВ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Внести изменения в Федеральный закон от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»

Предлагается подготовить проект федерального закона о внесении изменений, устанавливающих особый порядок потребления алкогольной продукции, предназначенной для показа в качестве образцов на выставках, включая возможность ее дегустации, раздачи, перемещения и хранения в пределах выставочного комплекса.

2. Внести изменения в Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»

Предлагается подготовить проект федерального закона о внесении изменений, касающихся предоставления возможности рекламы алкогольной продукции на специализированных выставках.

Обоснование. Согласно ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции

не должна размещаться в выставочных залах. Разрешается лишь реклама вина, произведенного в России из винограда, выращенного на территории нашей страны, и только на выставках пищевой продукции и общественного питания. Данные ограничения мешают участию производителей алкогольной продукции в специализированных выставках.

В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВВОЗА-ВЫВОЗА ОТДЕЛЬНЫХ ГРУПП ТОВАРОВ ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦИИ НА ВЫСТАВОЧНО-ЯРМАРОЧНЫХ И КОНГРЕССНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ:

– внести изменения в Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».

Цель – дополнить статью 43 пунктом следующего содержания: «Не подлежат государственной регистрации вещества, отдельные виды продукции, в том числе пищевые продукты, если они ввозятся на территорию Российской Федерации для демонстрации и использования в рамках проведения выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий».

Необходимо рассмотреть вопрос о целесообразности использования письменного разрешения уполномоченных государственных органов, что существенно увеличивает время оформления.

Итоговый документ – проект федерального закона.

**П.8 Подготовка предложений по организации Национального конгрессного бюро России с целью формирования положительного имиджа Российской Федерации как центра мировой конгрессной индустрии, содействия развитию рынка конгрессных услуг, в том числе посредством сотрудничества федеральных органов исполнительной власти и участников рынка конгрессных услуг
Итог: Доклад в Правительство России**

Национальное конгрессное бюро рассматривается как:

– орган, координирующий вопросы развития конгрессной инфраструктуры и реализации программ развития конгрессной деятельности на федеральном уровне;

– центр, объединяющий организаторов мероприятий и местные органы исполнительной власти, представляющие конкретные города и территории;

– многоцелевое предприятие, предоставляющее максимально качественную, независимую и объективную информацию о рынке конгрессных услуг, а также – профессиональную помощь по всем аспектам подготовки и организации деловых мероприятий;

– эффективный универсальный маркетинговый инструмент стратегического развития рынка деловых встреч на территории России.

Минпромторг России предлагает совместно с Росимуществом, Минфином и Минэкономразвития России проработать вопрос создания Бюро в организационно-правовой форме автономной некоммерческой организации на принципах государственно-частного партнерства, позволяющей совместное участие публичных и частных партнеров в управлении и финансировании Бюро. Учредителями Бюро выступают Российская Федерация в лице Минпромторга России, государственные ведомства, предприятия и организации, предлагающие услуги в сфере конгрессной деятельности, общественные и некоммерческие организации. В число учредителей могут войти Ростуризм, ведущие выставочно-конгрессные площадки страны, ряд других организаций.

П.11 Разработка методики экономического анализа, оценки бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности на федеральном и региональном уровнях.

Итог: Проект решения Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности при Минпромторге России

В Министерстве промышленности и торговли России состоялось заседание Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности, на котором был рассмотрен проект необходимой методики, разработанной компанией «Русском Ай Ти Системс» при содействии Российского союза выставок и ярмарок.

По словам заместителя министра Георгия Каламанова, перед разработчиками стояла нетривиальная задача, тем не менее методика измеряет как материальный, так и нематериальный эффект от выставок и содержит ряд инструментов для определения экономической эффективности выставочного мероприятия.

По мнению экспертов Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, предложенная методика требует внесения изменений и дополнений, так как набор предлагаемых к использованию инструментов не является достаточным для осуществления объективного анализа бюджетной и социально-экономической эффективности выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.

В ходе обсуждения принято решение доработать предложенную методику, а затем, с учетом полученных результатов, подготовить рекомендации органам исполнительной власти на уровне Федерации, регионов и местного самоуправления для руководства и использования в работе при оценке эффективности проведения выставок для бюджетов разных уровней и реализации программ развития инфраструктуры выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности.