



КОМИССИЯ
ПО РАЗВИТИЮ ПРОЕКТОВ
КРЕАТИВНОЙ (ТВОРЧЕСКОЙ)
ЭКОНОМИКИ ТПП РФ



Я ЛИДЕР
АССОЦИАЦИЯ ДЕЯТЕЛЕЙ
КУЛЬТУРЫ И БИЗНЕСА

Председателю Совета по финансовому рынку и инвестициям,
члену правления Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
Гамзе В.А.

Председателю Совета по креативным индустриям Торгово-промышленной палаты
Российской Федерации, директору Центра креативной экономики Московской школы
управления «Сколково» Creative LAB
Рой Л.Г.

РЕЗОЛЮЦИЯ

**По итогам проведения Круглого стола «Мода и креативные индустрии 2025:
как сохранить креативный бизнес в условиях жёсткой экономики».**

г. Москва

22 декабря 2025 г.

1. Цель резолюции.

Данная резолюция составлена по итогам проведения Круглого стола «Мода и креативные индустрии 2025: как сохранить креативный бизнес в условиях жёсткой экономики» и включает в себя предложения, озвученные приглашенными экспертами в рамках заданной повестки мероприятия. Предложения направлены на выработку практических решений для сохранения и стабилизации модного бизнеса в условиях экономических ограничений, а также развития российской индустрии моды как важного сегмента экономики, а именно:

- снижение административных и регуляторных издержек добросовестных участников рынка;
- обеспечение доступности оборотного финансирования и технологического обновления;
- укрепление кадрового потенциала;
- развитие отечественной сырьевой базы и инновационных материалов;
- повышение прозрачности каналов продаж и снижение контрафакта;
- поддержку продвижения российских брендов на внутреннем рынке и развитие международной кооперации.

2.1. Регуляторная нагрузка, цифровая отчетность, маркировка и реклама

2.1.1. Провести оценку фактической эффективности действующих требований по маркировке и сопутствующей отчетности в части противодействия подделкам; по итогам — подготовить предложения по сокращению дублирующих процедур и снижению затрат добросовестных производителей.

2.1.2. Подготовить инициативы по корректировке (упрощению) требований отчетности в сфере рекламы (включая ежедневные/операционные обязанности), с целью исключения несоразмерных расходов бизнеса на администрирование при сохранении контроля за добросовестностью размещения.

2.2. Налоговая политика и администрирование

2.2.1. Сохранить институт самозанятости как инструмент легализации занятости и удобного налогового режима для микропредпринимателей креативных индустрий и смежных сфер; при необходимости — точно настроить механизм против подмены трудовых отношений, не ликвидируя режим полностью.

2.2.2. Рассмотреть возможность возврата механизма “НДС по оплате” (кассовый метод) для отдельных категорий МСП, чтобы исключить необходимость уплаты НДС за счет собственных средств при отсрочках платежа со стороны контрагентов.

2.2.3. Рекомендовать расширение практики информирования МСП о действующих мерах снижения нагрузки (инвестиционные вычеты, субсидии на возмещение затрат на оборудование, кооперационные механизмы), включая методические материалы и типовые “дорожные карты” для предприятий.

2.2.4. Субсидировать расходы на курсы повышения квалификации для бухгалтеров с связи с массовым переходом предприятий на работу с НДС.

2.2.5. Экологический сбор и отраслевые риски. Инициировать межведомственную проработку параметров экологического сбора для текстильной продукции (включая оценку нагрузки 89 184 руб./тонна) и ее соотношения с общей фискальной нагрузкой отрасли; рассмотреть отраслевые переходные периоды/механизмы корректировки, не обнуляющие стимулы к экологичности, но предотвращающие резкий рост издержек.

2.3. Маркетплейсы, каналы продаж, контрафакт и защита прав

2.3.1. Проработать меры повышения ответственности маркетплейсов в части выявления и ограничения оборота подделок и недостоверных товарных карточек, а также повышения прозрачности происхождения товаров.

2.3.2. Инициировать проверку в отношении политики маркетплейсов, направленной на снижение комиссионной нагрузки для импортных товаров при сохранении высокой нагрузки на продавцов российских аналогов.

2.3.3. Рассмотреть возможность внедрения механизмов приоритетного продвижения российских брендов на маркетплейсах (в т.ч. “русская полка”, “золотые ряды/витрины”), с учетом недопущения дискриминации, но при наличии объективной цели поддержки отечественного производителя в условиях ценовой конкуренции.

2.4. Финансирование и инвестиции

2.4.1. Разработать понятную и прозрачную систему включения предприятий в реестр креативных индустрий. Предоставить открытый доступ для проверки контрагентов на предмет присутствия в реестре.

2.4.2. Создать систему мер государственной поддержки для производственных предприятий индустрии моды, включенных в реестр креативных индустрий для получения доступа к инструментам поддержки (льготные кредиты, гарантийные инструменты, субсидирование ставок и др.).

2.4.3. Рассмотреть возможность создания платформы для размещения, оценки и привлечения частных инвестиций в проекты креативной индустрии.

2.5. Производственная база: сырье, материалы, ткани, оборудование

2.5.1. Подготовить предложения по снижению налоговой нагрузки, либо созданию мер государственной поддержки для производителей отечественных тканей и материалов, чтобы сделать закупку отечественного сырья экономически более доступной для производителей.

2.5.2. Рассмотреть меры по снижению совокупных издержек на импорт оборудования, учитывая высокую долю иных затрат (кроме стоимости самого оборудования) при ввозе оборудования для производства.

2.5.3. Содействовать развитию технологического суверенитета и локализации сырьевой базы для легкой промышленности, с обязательной синхронизацией промышленных программ с реалистичной оценкой потребительского и производственного спроса.

2.5.4. Подготовить проекты мер государственной поддержки, направленных на стимулирование проведения НИОКР предприятиями в области развития производства инновационных материалов (современные искусственные ткани и др.) как конкурентного направления российской модной индустрии.

2.6. Кадры и профессиональное образование

2.6.1. Инициировать программы повышения квалификации рабочих кадров (в первую очередь — швей), направленные на рост качества продукции и снижение кадрового дефицита. Рассмотреть возможность создания бюджетных мест.

2.6.2. Пересмотреть стандарты образовательных программ среднеспециального и высшего образования в сфере легкой промышленности и модного бизнеса. Привлечь к формированию новых стандартов практиков отраслевого рынка.

2.6.3. Синхронизировать отраслевую потребность в кадрах и количество мест в образовательных учреждениях по профильным направлениям.

2.7. Кооперация и международные рынки

2.7.1. Создать условия для регулярного диалога между представителями модного бизнеса и органами власти для выработки решений в целях улучшения условий работы отраслевого бизнеса, его роста и развития и, следовательно, увеличения налогооблагаемой базы.

2.7.2. Содействовать созданию единой платформы для контрактации в области производства модного продукта. Платформа должна верифицировать, оценивать и размещать игроков рынка, помогать их дальнейшей коммуникации в целях формирования устойчивых кооперационных цепочек.

2.7.3. Рассмотреть возможность создания особой экономической зоны для работы предприятий в области модной индустрии в целях создания эффективных кооперационных цепочек для формирования экономики полного цикла.

2.7.4. Поддерживать системную работу по выходу российских брендов на международные рынки через профильные ассоциации и площадки деловой кооперации, а также развитие компетенций компаний в экспортных стратегиях.

Исполнители:

Председатель Комиссии
С.С.Листопадова

Заместитель председателя Комиссии
Т.В.Анрианова

Участники круглого стола, внёсшие предложения в Резолюцию:

1. Соучредитель и коммерческий директор Fashion Consulting Group, руководитель экспертного совета Института развития креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» Ануш Самвеловна Гаспарян
2. Тренд-аналитик, автор курса по прогнозированию трендов в центре развития креативных индустрий Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, специалист по макро-трендам в агентстве Trendsite, лектор российских и зарубежных вузов Станислав Викторович Зимин

3. Вице-президент Русской Ассоциации участников фэшн-индустрии (РАФИ) Виктория Олеговна Криворучко
4. Председатель Союза пиарщиков России, директор продюсерского центра «Останкино», руководитель рабочей группы по урегулированию инфобизнеса и блогосферы, заместитель председателя Комиссии по развитию проектов креативной (творческой) экономики в Совете по финансовому рынку и инвестициям Торгово-промышленной палаты Российской Федерации Мария Евгеньевна Тарханова
5. Основательница, креативный директор и дизайнер бренда «Душегрея» Наталья Александровна Новикова
6. Основательница бренда одежды и ателье Kuvshinova Margarita Маргарита Геннадьевна Кувшинова
7. Fashion-стилист, визажист, парикмахер, арт-директор и основатель сети «Студии красоты Павла Логунова #ЖИТЬКАКВКИНО» Павел Андреевич Лагунов
8. Основатель Ассамблеи национального и международного развития бизнеса, эксперт по налогам и юридической защите бизнеса Ольга Анатольевна Малкова
9. Бизнес-консультант по управлению продажами и стратегическому развитию, ex-Nike Дания Рустамовна Ткачёва
10. Основатель института развития индустрии моды и Альянса Beiporen, ведущий эксперт направления «Реинжиниринг системы моды» в институте развития креативных индустрий Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» Алексей Владимирович Баженов
11. Директор по стратегическому маркетингу Brand Analytics, эксперт с 20-летним опытом в области системного маркетинга, а также аналитики данных социальных медиа и СМИ Ольга Сергеевна Андреева
12. Основательница и дизайнер бренда премиальной женской одежды Lost Genome Наталья Михайловна Ковшик
13. Основатель компании «Aleksandra Levitina Fashion Service» Александра Леонидовна Левитина