

Комитет Госдумы рекомендовал принять в первом чтении поправки в закон «О рекламе»

20.01.2017

Напомним, в ноябре 2016 г. правительство РФ внесло на рассмотрение Госдумы [законопроект](#), подготовленный Федеральной антимонопольной службой (ФАС) России, который закрепляет за малым и средним бизнесом (МСБ) не менее 20% наружной рекламы при проведении торгов. К МСБ относятся компании с численностью не более 100 и 250 человек и выручкой 800 млн и 2 млрд руб. без НДС соответственно за предыдущий календарный год. Ранее поправки в закон «О рекламе» [одобрила](#) правительственная комиссия по законопроектной деятельности.

В начале 2016 г. ФАС пообещала, что ведомство в течение года намерено добиться законодательного закрепления 20% рынка наружной рекламы за представителями малого и среднего предпринимательства. В ФАС считают, что при проведении торгов на рекламные места компании из числа малого и среднего бизнеса не могут конкурировать с крупными операторами. И это ведет к их исчезновению.

К примеру в 2013 г. в Москве было разыграно 7366 рекламных конструкций. Тогда победителями стали семь компаний: Russ Outdoor, ООО «ХПО» («Руан»), Gallery, «Расвэро», «Олимп», «Илион», ООО «ТРК». При стартовой цене в 22 млрд руб. компании предложили в совокупности почти 75,3 млрд руб. Срок действия договоров – 10 лет. По итогам аукциона, состоявшегося в сентябре 2014 г., ТРК получила возможность установить в Москве более 1,3 тыс. рекламоносителей (с учётом торгов 2013 г. в активе компании в общей сложности около 1,5 тыс. конструкций). Ещё 124 конструкции выиграл «Олимп». На торги выставлялось 1465 площадок. Итоговая стоимость составила свыше 20 млрд руб.

До проведения торгов в столице работало несколько десятков outdoor-операторов. Аналогичную ситуацию можно наблюдать и в других российских регионах.

Источник: Outdoor.Ru

Адрес страницы: <http://gorinfor.mos.ru/presscenter/news/detail/4722509.html>

[ГБУ ГОРИНФОР](#)