



**УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ПО ЗАЩИТЕ ПРАВ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ  
В ХАБАРОВСКОМ КРАЕ**

Муравьева-Амурского ул., д. 24, г. Хабаровск, 680000  
Тел. (4212) 32-44-42, факс: (4212) 32-45-38  
E-mail: ombudsmanbiz27@mail.ru  
ОКПО 49260273, ОГРН 1142721001477  
ИНН/КПП 2721207340-272101001

19.07.2022 № 481

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

О федеральном законопроекте  
№ 160605-8

Председателю Законодательной  
Думы Хабаровского края

И.В. Зикуновой

Муравьева-Амурского ул., д. 19,  
г. Хабаровск, 680002  
[duma@duma.khv.ru](mailto:duma@duma.khv.ru)

Уважаемая Ирина Валериевна!

В адрес Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Хабаровском крае (далее – Уполномоченный) поступило коллективное обращение от предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере наружной рекламы.

Из доводов, изложенных в обращении, следует, что законопроект № 160605-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» (далее – Законопроект № 160605-8) вводит в Федеральный закон «О рекламе» понятие «единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений» (далее – единый оператор), наделяет его несвойственными коммерческой организации исключительными монопольными полномочиями и преференциями в отрасли наружной рекламы и в сфере размещения частных объявлений физических лиц в сети «Интернет», что приведёт к уничтожению рынка наружной рекламы в Российской Федерации, прекращению деятельности нескольких тысяч предприятий малого бизнеса, работающих на этом рынке, увольнению квалифицированных сотрудников, потере налоговых и прочих поступлений муниципалитетами и регионами, потере контроля муниципалитетов над внешним видом городов, что никак не способствует цели законопроекта – повышение безопасности выводимого рекламного контента. В связи с чем, предприниматели считают, что законопроект подлежит отклонению в принятии. Просят поддержать сформированную отраслью наружной рекламы позицию и посодействовать в недопущении принятия Законопроекта № 160605-8 в данной редакции.

Законопроект № 160605-8 внесен в Государственную Думу Российской Федерации 08.07.2022 и 15.07.2022 скоротечно принят в первом чтении. Инициатива по внесению изменений в Федеральный закон «О рекламе»

000382



№ 1.0014 (48-95) Форма 170/01

предполагает создание единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений всецело контролирующего ресурс, через который будет размещаться вся цифровая наружная реклама и все электронные объявления физических лиц.

Из анализа Законопроекта № 160605-8 следует, что кандидат на единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений не может контролироваться иностранцами и должен являться системообразующей организацией российской экономики. Предполагается, что единым оператором цифровых рекламных конструкций и объявлений будет частная российская компания, которая будет совмещать функции хозяйствующего субъекта и государственного органа.

Единый оператор займется проверкой рекламного контента на соответствие законодательству, защитой персональных данных пользователей ресурса и определением цен на размещение и эксплуатацию цифровой рекламной конструкции.

На оператора возлагается обязанность по подготовке схемы размещения цифровых рекламных конструкций в соответствии с правилами установки и эксплуатации цифровых рекламных конструкций единого оператора, утвержденными Правительством Российской Федерации. На основании данной схемы допускается установка и эксплуатация цифровой рекламной конструкции единым оператором без получения разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Также единого оператора наделяют правом мониторинга всей рекламы через собственный ресурс, без торгов заключать 30-летние контракты на установку своих цифровых конструкций на земле, принадлежащей государству, а также правом в течении такого же срока устанавливать цифровую рекламную конструкцию и транслировать рекламу на государственном и муниципальном транспорте. В качестве особых прав – на цифровые рекламные конструкции единого оператора не распространяются правила размещения средств наружной рекламы, установленной разделом 6 государственного стандарта РФ ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», принятого постановлением Госстандарта РФ от 22.04.2003 № 124-ст. Также при заключении договоров (соглашений) с единым оператором не применяются части 2, 3.1, 5.1, 5.6, 9, 10, 17 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» и часть 5 статьи 19 того же закона за исключением использования общего имущества собственником помещений в многоквартирном доме.

Уполномоченный поддерживает предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере наружной рекламы, и считает, что Законопроект № 160605-8 в данном изложении подлежит отклонению в принятии, так как не соответствует цели обеспечения национальной информационной безопасности от взлома цифровых рекламных конструкций или публикаций частных лиц от вмешательства со стороны недружественных иностранных

государств, ввиду отсутствия положений, оберегающих наружную рекламу на цифровых носителях от подобного вмешательства и от последствий ограничительных мер в отношении Российской Федерации со стороны недружественных иностранных государств.

Кроме того, законопроект несет в себе создание субъекта коммерческой деятельности, обладающего монопольными полномочиями по единоличному управлению отраслью в сфере наружной рекламы, а также затрагивает отрасль, не подпадающую по регулирование законодательства о рекламе, в частности, размещение объявлений частных лиц в сети «Интернет». Введение единого оператора цифровой наружной рекламы и электронных объявлений физических лиц несет в себе риск злоупотребления одной компании в отношении других участников рынка в виду наличия привилегий. Это создает неравные условия среди рекламного бизнеса по распространению цифровой рекламы.


Также отсутствие конкурентных равных условий в сфере наружной рекламы усматривается из положений Законопроекта № 160605-8, которыми единого оператора наделяют привилегиями обойти процедуру торгов, заключать договоры (соглашения) сроком на 30 лет, а также снимают с него обязанности исполнения законодательства о культурном наследии и ГОСТа для наружной рекламы.

На основании изложенного считаю, что принятие Законопроекта № 160605-8 в данном изложении приведет к уничтожению конкуренции среди организаций малого и среднего бизнеса, осуществляющих свою деятельность в данной сфере, ввиду монополизации отрасли единым оператором, к росту цен на рекламу, и в итоге уходу малого и среднего предпринимательства с рынка.

Прошу учесть позицию Уполномоченного и субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих деятельность в сфере наружной рекламы, и направить соответствующие поправки ко второму чтению.

Приложение: коллективное обращение на 4 л. в 1 экз.

Уполномоченный по защите прав  
предпринимателей в Хабаровском крае

*С уважением,*  


О.В. Герасимов



ООО «Гэллэри Сервис»  
121170, г. Москва,  
ул. Неверовского, д. 10, стр. 3,  
эт. 5, пом. 11, комн. 8, оф. 32  
ИНН: 7714564333  
Филиал в г. Хабаровск  
Адрес филиала: 680000,  
Хабаровский кр., г. Хабаровск,  
ул. Промышленная, д. 20Е, оф. 9  
Тел.: +7 (4212) 45-04-55  
Khabarovsk@gallerymedia.com  
www.gallerymedia.com

Уполномоченному по защите прав  
предпринимателей в Хабаровском крае  
Герасимову Олегу Владимировичу  
680000, г. Хабаровск  
ул. Муравьева-Амурского д.24, оф. 22

от Директора Филиала  
Общества с ограниченной ответственностью  
«Гэллэри Сервис» в г. Хабаровск  
Рылова Александра Валерьевича  
680009, Хабаровск, Промышленная, 20Е, оф. 9  
Тел.: +7(4212) 450-455,  
Моб.: +7 929 400 0242  
e-mail: arylov@gallerymedia.com

### Уважаемый Олег Владимирович!

Прошу рассмотреть коллективное обращение предпринимателей, осуществляющих деятельность в сфере размещения наружной рекламы. Убедительно прошу учесть мнение операторов наружной рекламы и поддержать сформированную отраслью наружной рекламы позицию.

Резолюцию на наше обращение прошу направить на почтовый или электронный адрес:

г. Хабаровск, ул. Промышленная д.20, оф.9

e-mail: [arylov@gallerymedia.com](mailto:arylov@gallerymedia.com)

сот.: 8-929-400-0242

Рылов Александр Валерьевич

С уважением,

Директор филиала ООО «Гэллэри Сервис»

в г. Хабаровск

28.07.2022,

А.В. Рылов



**Коллективное обращение предпринимателей  
осуществляющих деятельность в сфере  
размещения наружной рекламы**

**Уполномоченному по защите прав  
предпринимателей в Хабаровском крае  
Герасимову Олегу Владимировичу  
г. Хабаровск,  
ул. Муравьева-Амурского, д.24, оф.22  
тел.: +7 (4212) 32-44-42  
e-mail: ombudsmanbiz27@mail.ru**

**Уважаемый Олег Владимирович!**

15 июля 2022 года Государственной думой Российской Федерации был принят в первом чтении Законопроект № 160605-8 О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе".

В пояснительной записке к Законопроекту говорится, что поправки вносятся с целью обеспечения равных условий распространения цифровой рекламы, нивелирования последствий ограничительных мер со стороны недружественных государств, защиты национальных интересов Российской Федерации в связи с рисками распространения недостоверной информации, угрожающей интересам национальной безопасности, в том числе в результате кибератак и хулиганских действий.

Разработчики публично заверили, что принятие Законопроекта не ограничивает деятельность действующих участников рынка наружной рекламы, не повлечёт уменьшение выручки, не повлияет на работу специалистов.

Вместе с тем, анализ законопроекта с уверенностью дает понять, что публичные заверения автора законопроекта явно не соответствуют содержанию законопроекта, а деятельность создаваемого единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений, наделенного уникальными полномочиями и преференциями, однозначно окажет негативное влияние на органы государственной власти и на бизнес.

Законопроект вводит понятие единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений и наделяет его несвойственными коммерческой организации исключительными монопольными полномочиями и преференциями в отрасли наружной рекламы и в сфере размещения частных объявлений физических лиц в сети «Интернет». Такой единый оператор с заранее установленными критериями отвечает за формирование схем размещения рекламных конструкций во всех регионах РФ:

1. получает уникальное право на заключение договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на 30 лет (а) без торгов и (б) без выдачи разрешений на установку и эксплуатацию, (в) на основании создаваемой им на федеральном уровне схемы во всех регионах, (г) без согласования с муниципалитетами, (д) без выплат за право на установку ввиду освобождения от торгов.
2. не обязан соблюдать требования отраслевых технических стандартов по эксплуатации строений, сооружений, по безопасности дорожного движения,
3. не обязан соблюдать требования законодательства об охране культурного наследия, получая право установки цифровых конструкций любого формата в том числе на объектах культурного наследия и в непосредственной близости с ними,

4. не обязан соблюдать ограничения по содержанию допустимой информации на рекламной конструкции,
5. устанавливает рекламные конструкции согласно собственной схеме рекламных конструкций, разрабатываемой федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере информационных технологий специально для такого избранного оператора во всех регионах исключительно на основании его предложений,
6. получает право мониторинга всей социальной рекламы через собственный ресурс,
7. получает право сбора платы за использование информационного ресурса единого оператора, размер которой не ограничивается и устанавливается таким оператором,
8. получает право пролонгации договоров на установку рекламных конструкций как собственных, так и принадлежащих другим компаниям, входящим в одну группу с ним, без торгов сроком на 30 лет.

при этом органы региональной власти (1) могут вносить изменения в свои схемы рекламных конструкций только по согласованию с таким единым оператором, а также (2) обязаны содействовать в обеспечении технологических подключений рекламной конструкции.

Другие операторы наружной рекламы, желающие разместить рекламные конструкции на оставшихся непривлекательных местах, вправе устанавливать рекламные конструкции только по итогам торгов на 5-10 лет и размещать рекламу на своих цифровых рекламных конструкциях исключительно через информационный ресурс единого оператора на возмездной основе.

Кроме того, единый оператор получает исключительное право на размещение через свой информационный ресурс частных коммерческих объявлений физических лиц в сети «Интернет» (то есть на осуществление деятельности классифайдов), эксклюзивное право размещения рекламных цифровых конструкций на государственном недвижимом имуществе и опосредованно на государственном транспорте также на срок 30 лет.

По нашему мнению участников рынка, а также по мнению экспертного сообщества, принятие данного законопроекта приведёт к уничтожению рынка наружной рекламы в Российской Федерации, прекращению деятельности нескольких тысяч предприятий малого бизнеса, работающих на этом рынке, увольнению десятков тысяч высококвалифицированных сотрудников, потере налоговых и прочих поступлений муниципалитетами и регионами, потере муниципалитетами контроля над внешним видом городов. Законопроект никак не способствует заявленной цели - повышению безопасности выводимого рекламного контента.

Важно отметить, что отрасли наружной рекламы свойственно региональное центрирование, и абсолютное большинство операторов наружной рекламы принадлежат российским участникам, а публичные заявления инициаторов законопроекта об ином не соответствуют действительности, лишь прикрывая основные фундаментальные изменения закона о рекламе в пользу одной коммерческой организации.

#### **1. Негативные последствия для муниципальных органов власти, регионов.**

У регионов безосновательно изымается базовая функция – планирование схемы размещения рекламных конструкций в рамках своих региональных полномочий, с учетом специфики местности, архитектурного облика и планов территориального развития. По новому закону это будет передано коммерческой организации.

Муниципалитеты теряют возможность влиять на внешний облик своих городов. Они не смогут определять количество рекламных мест и их расположение, в том числе на объектах культурного наследия. Единый оператор получает уникальное право выбирать места установки собственных рекламных конструкций в исторических центрах наших городов, на центральных перекрестках и территориях исторического и культурного наследия.

Выставление конструкций без соблюдения требований технического стандарта, обеспечивающего безопасность дорожного движения, ГОСТ Р 52044-2003, от которого освобождается только единый оператор, приведёт к возникновению аварийных ситуаций, влекущих за собой угрозу жизни и здоровью граждан.

Муниципалитеты лишатся поступления денег за проведение торгов на право размещения рекламных конструкций: 1. Оставшиеся после выбора лучших локаций единым оператором места для эксплуатации рекламных конструкций становятся непривлекательными для других операторов ввиду естественной не окупаемости. Как результат – единый оператор на правах предпочтений без торгов устанавливает конструкции монополично и с таким же подходом устанавливает монопольную цену за рекламу. 2. Право установки своих конструкций у единого оператора возникает сразу после вступления в силу закона – при условии предоставленных предпочтений другие операторы не выдержат конкуренции и не смогут исполнять обязательства перед городом по договорам. Для единого оператора все действующие договоры (в том числе, на нецифровые носители) пролонгируются на действующих основаниях на 30 лет без учета инфляции, развития рынка. 3. Массовые банкротства операторов наружной рекламы из-за прихода в их города монополиста с беспрецедентными правами и возможностями, приведет к росту безработицы в регионах, и сокращению налоговых поступлений в федеральный и местные бюджеты.

Рынок наружной рекламы будет сосредоточен в руках одного монопольного оператора, а так как единственный оператор, удовлетворяющий требованиям, зарегистрирован в Москве, регионы потеряют доходы от уплаты налога на прибыль, УСН.

Освобождение единого оператора от большинства обязанностей, свойственных индустрии наружной рекламы, лишает уполномоченные органы права контролю за деятельностью такого оператора (ФАС, ГИБДД, иные органы).

## **2. Негативные последствия для отрасли наружной рекламы, исконно являющейся региональной отраслью.**

Принятие законопроекта может привести к банкротству 90% региональных операторов, а также компаний из смежных отраслей. Ввиду предпочтений единый оператор в избранных наилучших локациях получает возможность в первое время установить заградительные низкие цены на рекламу, что повлечет отток и уход из отрасли всех остальных. В свою очередь все локации ушедших операторов новый избранный единый оператор может забрать также без процедуры проведения торгов на 30 лет.

Операторы наружной рекламы прекратят инвестиции в новые проекты, так как единый оператор имеет право получать места без торгов и сам формирует под себя схему размещения.

Единый оператор будет назначать плату за доступ к его программному обеспечению для размещения рекламы для остальных операторов, которая может оказаться заградительной для многих собственников рекламных конструкций.

Увеличенное количество цифровых конструкций приведёт к увеличению предложения на рынке, что сделает нерентабельной эксплуатацию существующих конструкций, в том числе статичных.

Все это приведет к банкротству или прекращению деятельности 90% операторов и компаний из смежных отраслей (печать, монтаж, производство экранов и оборудования).

Собственники конструкций потеряют возможность платить аренду за оставшиеся у них конструкции, кредиты, заработные платы сотрудникам и налоги с них.



### 3. **Негативные последствия для безопасности эксплуатации рекламных конструкций.**

Законопроект в текущей редакции не позволяет решить основную поставленную задачу безопасности контента, но создание такого единого оператора опасность единовременного размещения нежелательного контента по всей стране создает.

Действующее законодательство содержит достаточные механизмы контроля за размещаемой информацией. Отраслевое регулирование обязывает операторов проверять размещаемые материалы, запрашивая, в том числе, подтверждение достоверности сведений. В случае нарушения требований законодательства оператор находится под риском аннулирования разрешения и расторжения договора на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, причем может быть демонтирована вся сеть, что является более чем достаточным инструментом контроля со стороны уполномоченных органов.

В настоящее время для вывода контента на цифровые рекламные конструкции в большинстве случаев используется зарекомендовавшее себя на рынке надежное лицензированное программное обеспечение, разработанное Российскими компаниями и осуществляющее хранение информации на территории РФ.

На сегодня не было ни одного случая вывода на цифровые рекламные конструкции контента, содержащего недостоверную информацию, угрожающую интересам национальной безопасности в результате кибератак и хулиганских действий, что подтвердил сам автор Законопроекта.

Передача вывода контента на всех видах носителей по всей стране одному оператору может стать триггером для атаки с целью вывода нежелательного контента.

В связи с вышесказанным, убедительно просим Вас учесть мнение операторов наружной рекламы при подготовке официальной позиции по запросам со стороны федеральных органов исполнительной власти, поддержать сформированную отраслью наружной рекламы позицию, а также оказать содействие в недопущении принятия Законопроекта 160605-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» в редакции, уничтожающей целую индустрию в пользу одной коммерческой организации.

С уважением,

Директор филиала ООО «Гэлтэри Сервис»

А.В. Рылов

ООО «Стрит-Медиа»

И.В. Ефимова  
(представитель)

Директор ООО «ФОН»

А.В. Гурулёв

Директор ООО «Аскона»

Ромашкина О.Л.

Генеральный директор ООО «Стрит-Лайн»

Малашин К.А.



ООО "Научная техника"



Смирнов И.В.

ИП Мусыс



Мусыс И.И.

ООО "Мотор"



Дмитрий Иванович Д.А.

