

Андрей Кашеваров: малому и среднему бизнесу нужен больший доступ к рекламным конструкциям

25 сентября 2018, 15:34

Законопроект о внесении изменений в Закон о рекламе предполагает расширение возможностей рекламодателей из числа МСП

Сегодня, 25 сентября 2018 года, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров принял участие в панельной дискуссии "Цели и задачи правового регулирования наружной рекламы" в рамках деловой программы 26-ой международной специализированной выставки РЕКЛАМА-2018.

Темой встречи стал законопроект о внесении изменений в Закон о рекламе, который предполагает право безусловного демонтажа рекламных конструкций, общие правила организации торгов, автоматический порядок выдачи разрешений. Помимо прочего документ также предлагает проведение специализированных торгов для субъектов малого и среднего бизнеса: не менее 20 % от общего количества.

"Законопроект является достаточно объемным, и там много нюансов, которые обсуждались с регуляторами, региональными и муниципальными властями и бизнес-сообществом. Нынешний вид документа – это консенсус того, как должен выглядеть рынок", – сообщил замглавы антимонопольной службы.

Одной из основных проблем, в настоящий момент существующих на рынке, он назвал незаконно установленные рекламные конструкции, которые, по мнению спикера, размывают бизнес и нивелируют закупки.

"Когда вводились аукционы, мы надеялись, что непрозрачные схемы распределения уйдут в прошлое", – отметил Андрей Кашеваров.

[photo_1034]

"Для рекламораспространителей доступ к рекламным конструкциям должен быть расширен, поскольку для определенного сегмента бизнеса наружная реклама – приоритетный способ продвижения своих товаров и услуг. Мы должны учитывать возможность выстраивания коммуникаций, в том числе и для малого бизнеса", – заявил заместитель руководителя ФАС России.

Он также рассказал о том, что законопроект предполагает наделение должностных лиц органов местного самоуправления правом составлять протоколы нарушений рекламного законодательства.

На мероприятии также обсудили вопросы саморегулирования; практики работы регуляторов Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга с правилами, установленными ГОСТами; особенности проведения конкурсов и аукционов в наружной рекламе; опыт проведения торгов на право размещения рекламы на транспорте и

регуляторные риски.

Организаторами дискуссии выступили Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и Национальная Ассоциация визуальных коммуникаций (НАВК).