

Протокол
заседания Общественного совета при Иркутском УФАС России

28.02.2023г.

г. Иркутск

Председатель совета:

Соболь А.И.

Члены совета:

Татарников В.Г.
Галяутдинов И.И.
Пасюк А.И. Снегирев В.И.
Журавлев И.С.
Апанович С.И.

при участии:

Кулиш А.В. - руководитель
Иркутского УФАС России

Александров В.С.- заместитель
руководителя-начальник ОАК
Иркутского УФАС России
-ответственный секретарь

Иванова В.В. –
главный специалист –эксперт
Иркутского УФАС России

1) Соболь А.И. предложил рассмотреть вопрос: **«О проблемах предпринимателей, связанных с размещением наружной рекламы в г. Иркутске».**

Слушали: Кулиш А.В., Иванова В.В.

Доложили о практике контрольной деятельности Иркутского УФАС России в сфере соблюдения антимонопольного законодательства в связи с размещением средств наружной рекламы в г. Иркутске, фактах нарушений Федерального Закона №135-ФЗ от 26.07.2006г. «О защите конкуренции», выявленных Управлением в действиях администрации г. Иркутска, нарушений связанных с сокращением количества наружной рекламы в схеме г. Иркутска, нарушением законодательства о конкуренции при проведении торгов на право размещения средств наружной рекламы, в связи с укрупнением лотов (объединение в один лот 88 светодиодных экранов), не позволяющих расширить круг участников рынка наружной рекламы; доложили о результатах рассмотрения жалоб на действия администрации г. Иркутска при проведении таких торгов и принятых Управлением решениях и предписаниях об устранении нарушений законодательства о конкуренции, наличии судебных споров в связи с принятыми решениями. Также рассказали о взаимодействии Иркутского УФАС России по указанной проблеме с Уполномоченным по защите прав предпринимателей в Иркутской области, ОПОРОЙ России.

Слушали: Галяутдинова И.И., который сообщил о проблемах предпринимателей, связанных с сокращением средств наружной рекламы в г. Иркутске:

1. Текущий уровень взаимодействия федеральных, государственных и муниципальных органов власти в сфере регулирования наружной рекламы.

- существенное снижение рекламных конструкций в 3 раза за несколько лет;
- существенное снижение поступлений в бюджет города Иркутска от размещения рекламных конструкций;
- существенное отставание показателя количества рекламных конструкций в городе в расчете на количество жителей Иркутска (сравнительная таблица по городам СФО и России).
- полное отсутствие диалога властей и предпринимателей города в сфере рекламы (успешный пример такого взаимодействия — Совет по рекламе г. Красноярск);
- полное отсутствие информации о том, на чем было основано существенное сокращение рекламных конструкций в г. Иркутске, участники рынка не могут добиться логики и аргументации в действиях властей города Иркутска.

2. Размещение социальной рекламы на рекламных конструкциях в текущих условиях развития страны.

- по закону 5% площадей участники рынка предоставляют на безвозмездной основе под социально ориентированную рекламу. По факту каждый год этот показатель 10% и более. При текущем уровне, когда количество площадей резко уменьшено действиями властей города, участники рынка не смогут и дальше поддерживать уровень 10% и более социальной рекламы, а учитывая, что площади сократили в разы, плюс 5% предоставляемые бесплатные площади, то компании скоро будут работать в убыток. - невозможность обеспечить необходимым количеством рекламных площадей потребности политических партий перед выборами в Законодательное собрание Иркутской области, иные органы власти.

3. Особенности проведения торгов по установке и размещению рекламных конструкций в 2023 году. Электронные средства рекламы: ограничения и возможности.

- риски регулирования и администрирования рекламного рынка города Иркутска после перехода на электронные торги (по опыту других регионов):
 - а) резкий рост недобросовестной конкуренции (участники из других регионов, демпингующие на рынке, выкупающие по 1-2 конструкции, не платящие налоги);
 - б) невозможность регулировать размещение социальной рекламы, когда участники из других регионов полностью игнорируют это условие. Невозможность контролировать этот показатель в случае недобросовестного участника торгов;
 - в) резкий рост «случайных» игроков рынка ведет к увеличению компаний-однодневок, не платящих налоги, кроме того, компании из других регионов подотчетны регулирующим органам другого региона и их финансовые потоки и результаты деятельности не увеличат поступления налогов в бюджет города Иркутска и области;

г) резкий рост нагрузки на сотрудников администрации города в связи с резким ростом случайных игроков рынка, после допуска их на электронные торги;

- электронные экраны:

а) не проработанность технической стороны вопросов: подвод мощностей, затраты на техприсоединение, отсутствие достаточной и полной документации по технической стороне вопроса;

б) не проработанность смысловой и качественной экономической стороны вопроса: какие образом выбирались места под экраны (например, в чем смысл установки подряд 4 экранов по улице Советской г. Иркутска на небольшом расстоянии друг от друга), не учитывается такое понятие как «охват» аудитории и т.д.;

в) не проработанность инвестиционной привлекательности тендера для региональных игроков рынка, затратная часть порядка нескольких млрд. рублей;

4. Принятие новой схемы размещения рекламных конструкций на территории г. Иркутска: плюсы и минусы, развитие или стагнация.

- цель — сбалансированно изучить рынок, срочно допустить в схему дополнительные рекламные конструкции (по аналогии с ускоренным включением мест в схему НТО), не допустить резкого схлопывания рынка, что чревато банкротством игроков рекламного рынка региона и резким ростом стоимости размещения рекламных конструкций для клиентов: как МСП, так и органов власти. Вдумчивое регулирование рынка рекламы через создание комплексного органа по аналогии с г. Красноярском — Совета по рекламе города. Утверждение прозрачных правил и требований к выбору мест под рекламные конструкции, участие в этом процессе профессионалов рекламного рынка.

5. Предложения по совершенствованию рынка наружной рекламы на территории г. Иркутска и в Иркутской области.

- сформировать Совет по рекламе города (или области), разработать и утвердить положение о таком Совете. Все решения по переустройству рынка проводить с учетом мнения и одобрения данного Совета.

- вернуться к старой схеме рекламных конструкций, при невозможности дать возможность ускоренного включения в новую схему перечня рекламных конструкций по предложениям участников рынка, доведение числа рекламных конструкций до разумного приемлемого уровня с учетом мнения и аргументов участников рынка.

Выступали: Кулиш А.В., Галяутдинов И.И., Пасюк А.И., Снегирёв В.И., Татарников В.Г., Журавлёв И.С., Апанович С.И., Соболев А.И.

Решили:

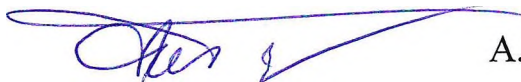
1. Рекомендовать администрации г. Иркутска, органам местного самоуправления Иркутской области при формировании документации о проведении торгов на право заключения договоров на размещение рекламных конструкций учитывать требования антимонопольного законодательства, принципы конкуренции, в части недопущения необоснованного укрупнения лотов при формировании документацией о проведении торгов на право заключения договоров на установку рекламных конструкций (светодиодных экранов).

2. Рекомендовать администрации г. Иркутска сформировать Совет по рекламе для публичного обсуждения вопросов исполнения полномочий органа местного самоуправления в сфере распространения наружной рекламы.

3. Рекомендовать руководству Иркутского УФАС России инициировать совещание с мэром Иркутска с участием представителей ОПОРА России, предпринимателей по вопросам исполнения полномочий органа местного самоуправления, связанных с размещением средств наружной рекламы в г. Иркутске.

4. Срок реализации принятых решений до 31.03.2023г. Ответственный исполнитель - Иркутское УФАС России

Председатель
Общественного совета



А.И. Соболев

Ответственный секретарь
Общественного совета



В.С. Александров