

АКЦЕНТЫ

МНЕНИЕ

Передел рекламного рынка в Перми откладывается

Федеральные власти разъяснили добровольный характер применения ГОСТа, регулирующего правила размещения наружной рекламы в России



СЕРГЕЙ ИЛЬИН, ЗАМЕСТИТЕЛЬ
ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА ГАЗЕТЫ
«НОВЫЙ КОМПАНЬОН»

Газета «Ведомости» сообщила о решениях, принятых в итоге заседания рабочей группы правительства РФ по наружной рекламе.

Первый заместитель председателя правительства Игорь Шувалов поручил Минпромторгу опубликовать разъяснения о «добровольном характере» применения ГОСТа, регулирующего правила размещения наружной рекламы в России. Ещё в одной напряжённой истории для отечественного бизнеса если и не поставлена точка, то во всяком случае наложение снято.

Поводом для совещания стали обращения мэра Москвы Сергея Собянина и губернатора Санкт-Петербурга Георгия Полтавченко к премьеру Дмитрию Медведеву с просьбой приостановить действие ГОСТа до создания технического регламента, который отвечал бы современным техническим требованиям.

Упомянутый ГОСТ Р 52044-2003 был принят в 2003 году, и его требования сильно устарели. В частности, ГОСТ запрещает размещать наружную рекламу на расстоянии менее 5 м от края автомобильной дороги, а также предусматривает запрет на установку щитов формата 3 на 6 м ближе, чем за 100 м от дорожного знака или светофора.

«В пределах МКАД нет автомобильных дорог, где плотность расстановки знаков дорожного движения и светофо-

ров составляла бы <...> более 100 м», — цитировали «Ведомости» письмо Сергея Собянина.

Эксперты считают, что 90% рынка наружной рекламы в стране оказались фактически вне закона, когда формальной проверкой соблюдения ГОСТа занялись структуры ГИБДД. Этот процесс активизировался в 2013 году, а в 2014 году по всей стране стали появляться первые судебные решения о демонтаже тех или иных рекламных конструкций, которые были признаны не соответствующими ГОСТу. Таким образом, огромный рынок в разгар кризиса оказался под угрозой. Федеральное правительство отреагировало на сложившуюся ситуацию достаточно оперативно.

Из протокола заседания рабочей группы Игоря Шувалова (документ уже стал достоянием общественности) следует, что нормы, тотальное следование которым ставило под угрозу сноса рекламные конструкции у дорог общего пользования, отныне носят добровольный характер. С юридической точки зрения это означает, что соблюдение ГОСТа становится обязательным для рекламных операторов только в случае, если это чётко указано в договоре об аренде конкретного земельного участка. «В типовых договорах на аренду земли и разрешениях на установку конструкций ссылок на ГОСТы нет», — уверяет один из участников пермского рынка наружной рекламы. Есть ссылки на техрегламенты, но это совсем другая история.

На практике принятое по результатам совещания решение означает фактически прямое указание со стороны федеральных властей ведомствам и должностным лицам на недопустимость применения репрессивных мер в отношении владельцев рекламных конструкций на основании несоответствия этих конструкций упомянутому ГОСТу. Таким образом, власти Москвы и Санкт-Петербурга добились как минимум временного решения проблемы.

В Перми ситуация до настоящего момента развивалась по характерному для всей страны сценарию. Проверки ГИБДД, иски со стороны полицейских в суды и первые решения — не в поль-

зу конкретных рекламщиков. По одним данным на сегодня вступило в силу решение о незаконности только одной рекламной конструкции в Перми, а по другим — три. То есть речь идёт о единичных случаях.

Впрочем, это не помешало иным участникам рынка выдвинуть версию о том, что такие судебные решения могут быть использованы в качестве прецедента и предлога для ликвидации целого сегмента рекламного рынка в Перми.

Можно ли пермским рекламщикам перевести дух? И да, и нет.

С одной стороны, федеральные власти в спорном вопросе заняли однозначную позицию и хотя бы поэтому утрачивают свою актуальность и практическое значение даже уже принятые судами решения о признании незаконными разрешений на установку ряда рекламных конструкций из-за несоответствия ГОСТу. С другой стороны, попытки органов местного самоуправления аннулировать разре-

шения на установку конструкций на основании их несоответствия ГОСТу могут и продолжиться. Вроде бы как «по инерции». Правда, это уже точно пойдёт вразрез с позицией федерального центра как с практической, так и с формальной стороны вопроса.

Поэтому и предположение о том, что передел рекламного рынка в Перми в свете всех принятых в Москве решений откладывается, выглядит на сегодня наиболее логичным. Но «откладывается» тут — ключевое слово. Для одностороннего изменения правил игры на рынке исчезает важный формальный повод, но никуда не деваются реальные интересы ряда чиновников и, самое главное, политическая составляющая, которая была до настоящего момента главным двигателем конфликтной ситуации.

Если коротко, то на данный момент рекламщиками выигран бой, а не вся война.

ФОТО СЕРГЕЙ КОПЫШКО



Новый компаньон

Пермский еженедельник «Новый компаньон»
Издаётся с 23 сентября 1997 года
Выходит по вторникам

КО

Учредитель и издатель:
ООО «Рекламно-информационное агентство ИД «Компаньон»

Генеральный директор
Дмитрий Овсов
odv@idk.perm.ru

Главный редактор
Валерий Мазанов
mvv@idk.perm.ru

Директор по рекламе
Елена Артёмова
eva@idk.perm.ru

Адрес редакции и издателя:
614000, г. Пермь, ул. Сибирская, 276

Адрес для писем:
614000, г. Пермь, ул. Сибирская, 276

Телефоны:
8 (342) 210-40-23
210-40-25
210-40-27

Газета зарегистрирована
Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных
технологий и массовых
коммуникаций 11 августа
2014 года. Номер свидетельства
ПИ №ФС77-59008.

Перепечатка и использование
материалов, опубликованных
в газете, без письменного
разрешения редакции
запрещены.

Рукописи и фотографии,
высланные в адрес редакции
без предварительного заказа,
не рецензируются
и не возвращаются.

Редакция не несёт ответственности
за достоверность информации,
представленной на страницах
газеты рекламодателями.

Мнения авторов могут не совпадать
с мнением редакции.

Цена свободная.

Интернет-газета:
www.newsko.ru

Реклама в газете

Телефоны/факс:
8 (342) 210-40-25
210-40-23

Электронная почта
reklama@idk.perm.ru

Требования к рекламным макетам,
стоимость рекламы и условия
размещения опубликованы на сайте
www.newsko.ru

Отпечатано в ГУП УР «Ижевский
полиграфический комбинат»
426039, г. Ижевск,
Воткинское шоссе, 180
Тел.: (3412) 444-300, 444-474
Печать офсетная. Объём 3,5 п. л.
Подписано в печать
по графику в 17:30, по факту в 17:30
Тираж 4000 экз.
Заказ № 357