**Заключение**

**Общественной палаты Кабардино-Балкарской Республики**

**к проекту федерального закона № 160605-8 «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе»**

23 августа 2022 г. г. о. Нальчик

Законопроектом предусматривается создание единого оператора цифровых рекламных конструкций и объявлений (далее – единый оператор). Согласно предлагаемому определению единым оператором может быть лицо, осуществляющее установку и эксплуатацию цифровых рекламных конструкций, создание и эксплуатацию информационного ресурса размещения информации на цифровых рекламных конструкциях и электронных досках объявлений в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (п. 2 ст. 1 законопроекта). Данное определение допускает возможность, что единым оператором может быть и физическое лицо - индивидуальный предприниматель. Это не соответствует п. 7 ст. 2 законопроекта, который устанавливает, что единым оператором может быть только юридическое лицо, соответствующее установленным в этом пункте критериям.

В целях обеспечения равных условий распространения цифровой рекламы единый оператор осуществляет предпринимательскую деятельность (ч. 3 предлагаемой новой ст. 20.2 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон), является одним из участников рекламного рынка, являясь при этом системообразующей организацией российской экономики (п. 7 ст. 2 законопроекта). Вряд ли привилегированный статус единого оператора, а также организаций, входящих в единую группу с ним, будет способствовать обеспечению равных условий для участников рекламного рынка.

Единый оператор и организации, входящие в группу с единым оператором, могут без торгов заключать договоры на размещение цифровой рекламы на срок не менее 30 лет на объектах, находящихся в государственной и муниципальной собственности, согласно схеме размещения цифровых рекламных конструкций единого оператора. Остальным владельцам рекламных конструкций объекты государственной и муниципальной собственности предоставляются на торгах на 5–10 лет. Очевидно, что региональный оператор и организации, входящие в группу с единым оператором, являясь действующими участниками рынка, будут забирать наиболее удачные и привлекательные места для рекламы, при этом без торгов и на длительный срок.

Предлагаемая новая ч. 8 ст. 20 Федерального закона и ч. 6 и 7 предлагаемой новой ст. 20.2 нарушают права владения и пользования владельцев недвижимого имущества и транспорта на правах хозяйственного ведения, оперативного управления и иных вещных прав, а также собственников этого имущества, обязывая их заключить договор (или обеспечить заключение договора) с единым оператором или организацией, входящей в группу с единым оператором, на установку и эксплуатацию цифровой рекламной конструкции.

Часть 8 предлагаемой новой ст. 20.1 предусматривает возможность взимания единым оператором с пользователей платы за оказанные любые услуги с использованием информационного ресурса размещения информации в соответствиис порядком взимания платы, который, как следует полагать, принимается самим оператором. Учитывая, что единый оператор является коммерческой организацией, не вызывает сомнений, что такая плата будет установлена. Таким образом, законопроект наделяет единого оператора – одного из хозяйствующих субъектов в сфере рекламной деятельности, полномочием взымать плату за любые услуги, перечень которых не установлен, обязывая остальных платить ему. При этом, следует полагать, что указанные средства поступают в доход единого оператора, поскольку об их зачислении в бюджеты, в доходы собственников объектов, где размещается реклама, законопроект умалчивает. Как это способствует защите национальных интересов, равным условиям распространения цифровой рекламы и другим заявленным целям, непонятно, и авторами не поясняется.

Законопроект предусматривает схему размещения рекламных конструкций исхему размещения цифровых рекламных конструкций единого оператора (предлагаемые в ст. 3 Федерального закона новые п. 19 и 20). Также устанавливаются определения понятий «владелец рекламной конструкции», «владелец цифровой рекламной конструкции», «цифровая рекламная конструкция» без установления определения понятия «рекламная конструкция». При этом владельцами рекламных конструкций согласно определениям могут быть физические лица, не являющиеся индивидуальные предпринимателями.

Согласно ч. 8 предлагаемой новой ст. 20.2 федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере информационных технологий, обеспечивает в установленном порядке подготовку схемы размещения цифровых рекламных конструкций единого оператора во всех субъектах РФ. Как разрабатывается и утверждается схема размещения рекламных конструкций, которая должна учитывать и включать в себя схему размещения цифровых рекламных конструкций единого оператора, не устанавливается.

Согласно ч. 6 предлагаемой новой ст. 20.1 единый оператор самостоятельно осуществляет создание, развитие, ввод в эксплуатацию, эксплуатацию, вывод из эксплуатации информационного ресурса размещения информации на цифровых рекламных конструкциях и электронных досках объявлений, а также подготовку предложений по его развитию. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере информационных технологий, только вправе (не обязан) установить требования к эксплуатации и обеспечению безопасности информационного ресурса. По сути обеспечение информационной безопасности, что является одной из основных целей законопроекта, передается частной коммерческой структуре. Причины этого в пояснительной записке не раскрываются. Создание единого информационного ресурса, по мнению специалистов, напротив, существенно увеличивает риск кибератак.

Единый оператор не обязан согласовывать размещение рекламы с органами местного самоуправления и соблюдать ГОСТы. Региональные и местные власти будут обязаны согласовывать любую установку или демонтаж рекламных конструкций с единым оператором, что лишает их возможности влиять на облик своих населенных пунктов. Органы исполнительной власти соответствующего субъекта РФ должны предоставить единому оператору все актуальные схемы размещения рекламных конструкций, утвержденные органами местного самоуправления на территории соответствующего субъекта РФ в течение 30 дней со дня вступления в силу решения Правительства РФ, определяющего единого оператора. Фактически, таким образом, законопроект предусматривает вмешательство коммерческой организации в полномочия органов власти по формированию облика населенных пунктов.

На единого оператора, который является одним из участников рынка рекламы, законопроектом возлагаются и государственная функция по контролю за информацией. То есть, единый оператор также будет контролировать и себя. Действующим законодательством установлен порядок контроля государства за размещаемой информацией и никакой необходимости в этом не усматривается.

Создание единого оператора идет вразрез с проводимой в стране политикой по развитию конкуренции и поддержке малого и среднего предпринимательства. Предоставление единому оператору исключительных полномочий и привилегий, предлагаемых законопроектом не обосновано и противоречит Конституции РФ, влечет монополизацию рынка, ухудшение положения действующих участников рынка цифровой рекламы, многие из которых вынуждены будут прекратить свою деятельность, а работники потеряют работу. С рынка вынуждены будут уйти ставшие привычными для граждан сервисы. Также это приведет к росту стоимости региональной рекламы, финансовым потерям бюджета, малого и среднего бизнеса.

Законопроект выходит за рамки Федерального закона, затрагивая не связанные между собой сферы деятельности – наружную рекламу и размещение объявлений частных лиц в интернете (деятельность классифайдов), предъявляя к ним одинаковые требования. Федеральный закон в действующей редакции не распространяется на объявления, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности (п. 6 ч. 2 ст. 2). Согласно предлагаемой редакции п. 6 ч. 2 ст. 2 Федеральный закон не распространяется на объявления физических или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности с учетом применения положений статьи 8, 201, 202 Федерального закона. Фактически законопроект относит указанные отношения к регулированию Федерального закона.

Согласно предлагаемой новой редакции ст. 8 Федерального закона электронные объявления физических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, не являются рекламой, но при этом устанавливается, что их размещение в информационном ресурсе размещения информации на цифровых рекламных конструкциях и электронных досках объявлений регулируются Федеральным законом о рекламе.

Согласно ч. 10 предлагаемой новой ст. 20.1 Федерального закона предпринимательская деятельность по размещению электронных объявлений физических лиц о реализации товаров и услуг (работ) осуществляется исключительно единым оператором**,** и иным лицам запрещено осуществлять такую деятельность. При этом устанавливается, что перечень данных лиц (неизвестно каких) утверждается федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере информационных технологий

Одной из целей законопроекта указывается обеспечение национальной безопасности, но в пояснительной записке не приводится случаев применения цифровых рекламных конструкций, угрожавших безопасности. Для обеспечения безопасности информации следует прежде всего ограничить участие иностранных компаний в сфере рекламы, применять российское программное обеспечения. В пояснительной записке не содержится информация о том, какое место занимают иностранные компании в этой сфере, а законопроект не предусматривает мер, направленных на ограничение их присутствия на рынке рекламы и использование отечественных программ.

Несмотря на то, что законопроект затрагивает полномочия субъектов РФ и органов местного самоуправления по благоустройству населенных пунктов, в том числе по вопросам размещения рекламы, он не согласован с субъектами РФ. Антикоррупционная экспертиза не проводилась. Актуальность, необходимость принятия законопроекта неочевидны и недостаточно аргументированы.

По изложенным причинам Общественная палата Кабардино-Балкарской Республики не поддерживает принятие законопроекта.