

**Президенту Российской Федерации
Путину В.В.**

**Председателю Правительства Российской
Федерации
Медведеву Д.А.**

**Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.**

**Председателю Комитета Государственной Думы
по экономической политике, инновационному
развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.**

Многоуважаемый Владимир Владимирович,

Многоуважаемый Дмитрий Анатольевич,

Уважаемые Сергей Евгеньевич и Игорь Николаевич,

Как нам стало известно из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14, в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы просим при рассмотрении этой поправки Государственной Думой РФ принять во внимание следующие обстоятельства:

1. причина, по которой телевизионным каналам ограничивают выбор схемы работы на рынке, не ясна. Мы полагаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться рыночными механизмами. Отсутствие законодательного ограничения на распространение рекламы на платных каналах характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную, и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских

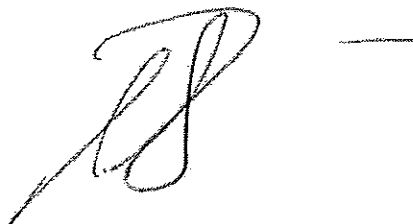
операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.

3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные кампании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. В тоже время представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по посильным для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что предлагаемые изменения противоречат государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

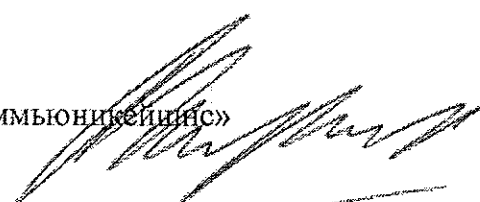
Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес-сообществом и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы РФ с учетом его мнения.

С уважением,

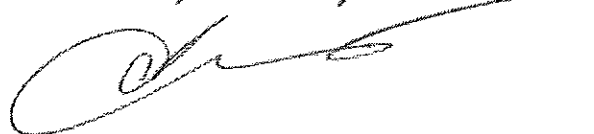
Леонид Юргелас
Генеральный Директор
ООО «ЗИ СНГ»
Генеральный Директор
ООО «Живи Медиа»
(телеканалы «Живи», ЗИ ТВ Россия)
Ул. Нижняя Красносельская, 40/12, кор.2



Филлип Лафф
Генеральный директор ООО «Дискавери Коммьюникейшнс»
Москва, ул.Б.Тульская, 11




Сергей Плотников
Генеральный Директор



ООО «Эс-Пи-Ти-Ай Неворкс Восток»
Москва, ул.Гашека, 6

Елена Бальмонт



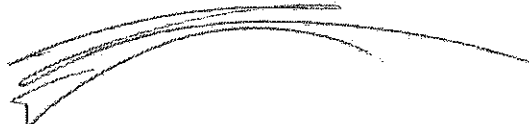
Генеральный директор ООО "MTV Нетворкс Восток" (Телеканалы Paramount Channel, Nickelodeon, Nickelodeon HD, Nick Jr., Paramount Comedy, MTV, MTV Live HD, MTV Rocks, MTV Hits, MTV Dance, VH1 и VH1 Classic)
Москва, Варшавское ш.,9

Андрей Балашов

Директор по развитию
ОАО "Агентство 2" (продажа рекламных возможностей на телеканалах «Триколор ТВ»)
Москва, ул.Правды, д.8, кор.3

Алексей Кроль

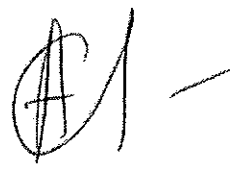
ООО «Виасат Глобал» (VIASAT, холдинг MTG, Швеция)
Телеканалы «ТВ1000», «ТВ1000Русское Кино», «ТВ1000Экшн», «Виасат Хистори», «Виасат Эксплоре», «Виасат Спорт», «Виасат Нейчер», «Виасат Да Винчи» (115280, Москва, ул.Ленинская Слобода, 19)



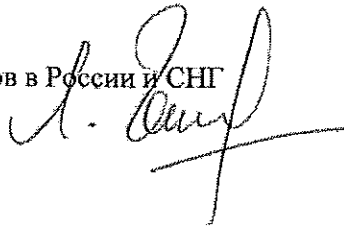
Татьяна Калита
Генеральный директор
ООО «Тернер детские программы»
Москва, Смоленская пл., 3



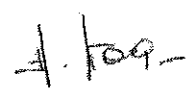
Анатолий Сосновский
Председатель совета директоров
ООО «Контент Юнион»
Москва, ул. Прасковьяна, д.8/1



Елена Глуховская
Директор по стратегии и развитию каналов в России и СНГ
ООО «ЭнБиСиЮ Глобальная Сеть»
Москва, Пресненская наб.,



Андрей Подколзин
Генеральный директор
ООО «БГК» (СМИ «Телеканал Океан ТВ»)
Москва, Волоколамское ш., д.103

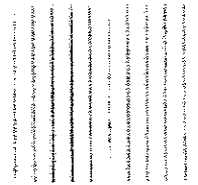


Кожевников С.В.
Генеральный директор
ЗАО «Мьюзик Один» (телеканал РУ.ТВ)
Москва, 3-я Хорошевская ул., 12



ЗАО «Первый ТВЧ»
197110, Санкт-Петербург,
ул. Новоладомская
д.4, корпус 4, лит. П
ИНН 7801438459
КПП 281301001
ОГРН 5067847399341

Банковские реквизиты
СПб Петербургской ф-л ОАО «Промсвязьбанк»
г. Санкт-Петербург
БИК 044230920
К/С 3070110000000000020
в ГРЧЦ ГУ Банка России
по г. Санкт-Петербургу
р/сч. 40 301 810 006 000 883 601



Исх. №143 от 30.06.2014 г.

Президенту Российской Федерации
Путину В.В.
Председателю Правительства
Российской Федерации
Медведеву Д.А.
Руководителю Администрации
Президента Российской Федерации
Иванову С.Б.
Председателю Государственной
Думы
Нарышкину С.Е.

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.

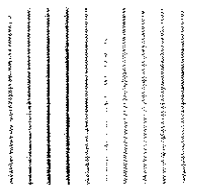
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса – и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Они будут вынуждены потребовать от своих партнеров – операторов платного ТВ увеличение лицензионных отчислений в свою пользу. Это неминуемо приведет к увеличению абонентской платы за услуги этого оператора, так как операторы вынуждены будут переложить это финансовое

Тел. для контактов + 7 911 000 32 91, + 7 812 332 69 99



ЗАО «Первый ТВЧ»
 197116, Санкт-Петербург,
 ул. Нововладимирская
 д.4, корпус 1, лит. П
 ИНН 7801416439
 ИПВ 781310001
 ОГРН 5067847399241

Банковские реквизиты
 СПб-Петербургский филиал ОАО «Промсвязьбанк»
 г. Санкт-Петербург
 БИК 044030920
 к/с 30101200000000000000
 в ГРИЦ ГУ Банка России
 по г. Санкт-Петербургу
 р/сч. 40 702 810 906 000 385 801



бремя на своих абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к широкому социальному недовольству и даже массовым протестам.

3 Обращаю Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по приемлемым для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвинуть ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения. Готовы порекомендовать профильному комитету компетентных экспертов из бизнес среды для сбора необходимой информации.

С уважением,

Генеральный директор
 ЗАО «Первый ТВЧ»



Орлов Н.Ю.

**Президенту Российской Федерации
Путину В.В.**

**Председателю Правительства Российской
Федерации
Медведеву Д.А.**

**Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.**

**Председателю Комитета Государственной Думы
по экономической политике, инновационному
развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.**

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.
3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и

малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по наиболее выгодным для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

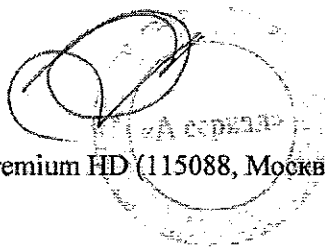
Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес-сообществом и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы РФ с учетом его мнения.

С уважением,

Сергей Назаров

Генеральный директор ООО «А сериал»

Телеканалы AMEDIA, AMEDIA2, Amedia Premium HD (115088, Москва, ул. Новоостановская, д.5, стр.3)



Президенту Российской Федерации
Путину В.В.

Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.

Руководителю Администрации Президента Российской Федерации Иванову С.Б.

Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.

Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике, инновационному
развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.
3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по сопоставимым для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.

А.А.Кроль,

генеральный директор ООО «Внасет Глобал» (холдинг MTG, Швеция)

Н.Ю. Орлов,

генеральный директор ЗАО «Первый ТВЧ»

Н.Синдеева,

генеральный директор ООО «Телеканал Дождь»

М.П.Чубак,
генеральный директор ЗАО "Медиаарт"

С.В.Назаров,
генеральный директор ООО "А сериал"

А.С.Лаврова,
генеральный директор ООО "Контент Юнион"

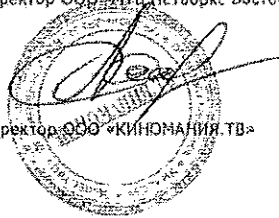
М.И.Губанова,
исполнительный директор "В канал"

В.Ю.Ананич,
генеральный директор телеканалов "Ностальгия", "Кто есть кто"

Е.В.Бальмонт,
генеральный директор ООО "МТВ Нетворкс Восток"

А.Г. Белевцев

Генеральный директор ООО «КИНОМАНИЯ ТВ»



Президенту Российской Федерации
Путину В.В.

Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.

Руководителю Администрации Президента Российской Федерации Иванову С.Б.

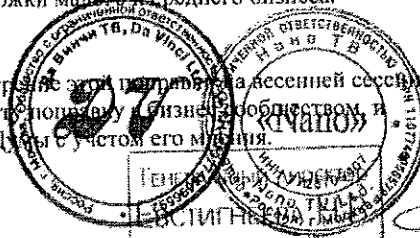
Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.

Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике,
инновационному развитию и предпринимательству
Руденкому И.И.

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.
3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по приемлемым для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки до весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку в бизнес-сообществе и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.



А.А.Кроль,
генеральный директор ООО "Виасат Глобал" (холдинг MTG, Швеция)

Н.Ю. Орлов,
генеральный директор ЗАО "Первый ТВЧ"

Н.Синдеева,
генеральный директор ООО "Телеканал Дождь"

М.П.Чубак,
генеральный директор ЗАО "Медиаарт"

С.В.Назаров,
генеральный директор ООО "А сериал"

А.С.Лавров,
генеральный директор ООО "Контеит Юнион"

М.И.Губанова,
исполнительный директор "8 канал"

В.Ю.Ананич,
генеральный директор телеканалов "Ностальгия", "Кто есть кто"

Н.В.Евстигнеева,

генеральный директор телеканалов «Нано ТВ», «Лухи



Общество с ограниченной ответственностью

"А сериал"

Российская Федерация, 115088 Новоостоповская ул., дом 5, стр. 3
(495) 640-99-42

Президенту Российской Федерации
Путину В.В.

Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.

Руководителю Администрации Президента Российской Федерации Иванову С.Б.

Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.

Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике,
инновационному развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.

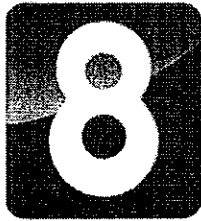
Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.
3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по самым высоким для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.

С.В.Назаров,
генеральный директор ООО "А сериал"





ВОСЬМОЙ КАНАЛ

127 422 ул. Академика Королёва, 21
Тел. +7 (495) 994 49 77
Факс: +7 (495) 994 24 08

Президенту Российской Федерации
Путину В.В.

Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.

Руководителю Администрации Президента Российской Федерации Ивинову С.Б.

Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.

Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике,
инновационному развитию и предпринимательству
Руденскому И.И.

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Нам пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.

2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключением рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грани выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к неоправданному недовольству потребителей.

3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на

российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по самым высоким для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.

Исполнительный директор «8 канал»



М.И. Губанов

**Президенту Российской Федерации
Путину В.В.**

**Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.**

Руководителю Администрации Президента Российской Федерации Иванову С.Б.

**Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.**

**Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике, инновационному
развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.**

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы с удивлением узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.
2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.
3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по посильным для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.

А.А.Кроль,

генеральный директор ООО "Виасат Глобал" (холдинг MTG, Швеция)

Н.Ю. Орлов,

генеральный директор ЗАО "Первый ТВЧ"

Н.Синдеева,

генеральный директор ООО "Телеканал Дождь"

М.П.Чубак,
генеральный директор ЗАО "Медиаарт"

С.В.Назаров,
генеральный директор ООО "А сериал"

А.С.Лавров,
генеральный директор ООО "Контент Юнион"

М.И.Губанова,
исполнительный директор "В канал"

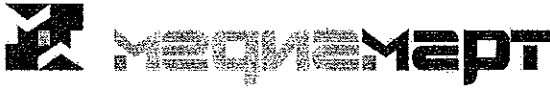
В.Ю.Ананич,
генеральный директор телеканалов "Ностальгия", "Кто есть кто"

Е.В.Бальмонт,
генеральный директор ООО "МТВ Нетворкс Восток"

А.Г. Белевцев

Генеральный директор ООО «КИНОМАНИЯ.TV»





Закрытое акционерное общество «Медиама́рт»
123001, г.Москва, Трехпрудный пер., дом 11/13, стр.2
ОГРН 1057746644713, ИНН 7710580334
Тел. (495) 969-23-84, факс (495) 969-23-12
E-mail: info@mediamart.ru

№ 8/н от 30.06.2014

Президенту Российской Федерации
Путину В.В.
Председателю Правительства Российской Федерации
Медведеву Д.А.
Руководителю Администрации Президента Российской Федерации
Иванову С.Б.
Председателю Государственной Думы
Нарышкину С.Е.
Председателю Комитета Государственной Думы по экономической политике,
инновационному развитию и предпринимательству
Руденскому И.Н.

Из статьи в газете «Коммерсант» от 26.06.14 мы узнали, что в Государственной Думе РФ в ускоренном порядке планируется принять пакет поправок к «Закону о рекламе». Наш пристальный интерес вызвала поправка, запрещающая рекламу на платных каналах. Мы считаем, что при рассмотрении этой поправки Государственная Дума РФ должна принять во внимание следующие обстоятельства:

1. Совершенно не очевидна причина, почему телевизионным каналам необходимо в законодательном порядке навязывать ту или иную модель работы на рынке. Мы считаем, что любой телевизионный канал может выбрать или рекламную модель, или платную, или смешанную. Выбор той или иной модели должен определяться исключительно рыночными механизмами, а не положениями законодательства. По нашим сведениям отсутствие подобного законодательного ограничения характерно для подавляющего большинства стран мира.

2. Большинство каналов платного ТВ сейчас использует обе модели монетизации своего бизнеса - и рекламную и платную. Исключение рекламной модели поставит порядка 150 платных тематических каналов на грань выживания. Вполне возможно, финансовое бремя будет смещено на абонентов. Услугами крупнейших российских операторов пользуются десятки миллионов граждан России. Повышение оплаты за телевизионную услугу может привести к понятному недовольству потребителей.

3. Обращаем Ваше внимание, что на центральных эфирных федеральных каналах рекламные компании могут позволить себе только представители крупного бизнеса. Для представителей среднего и малого бизнеса реклама на таких каналах недоступна ввиду ее высокой стоимости. Зато представители малого и среднего бизнеса могут продвигать на российском рынке свои товары и услуги при помощи каналов платного ТВ. Они могут обратиться к тематической аудитории того канала, которая с наибольшей вероятностью будет потреблять их товар или услугу по посильным для их бизнеса ценам. Запрет подобной рекламы может привести к существенной задержке в развитии малого и среднего бизнеса в нашей стране. Мы считаем, что данное положение законодательства противоречит государственной политике поддержки малого и среднего бизнеса.

Обращаемся с предложением отложить рассмотрение этой поправки на весенней сессии Государственной Думы. Предлагаем обсудить эту поправку с бизнес сообществом, и выдвигать ее на обсуждение Государственной Думы с учетом его мнения.

Генеральный директор
ЗАО «Медиама́рт»

М.П. Чубак