



Руководителю Федеральной  
антимонопольной службы

М.А. Шаскольскому

ул. Садовая-Кудринская, д. 11,  
Д-242, ГСП-3, г. Москва, 125993

Исх. № СОНР-39 от «27» июня 2023 года

Уважаемый Максим Алексеевич!

Союз операторов наружной рекламы (далее – «Союз») является профессиональным объединением в сфере наружной рекламы и призван представлять интересы членов Союза на всех уровнях власти с целью формирования профессионального мнения и защиты интересов своих членов.

По информации издания «Коммерсантъ» от 23.06.2023 в ФАС России поступило ходатайство группы компаний Russ Outdoor о приобретении компании Gallery, оператора наружной рекламы.

В соответствии с частью 9 статьи 32 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), заинтересованные лица вправе представить в антимонопольный орган сведения о влиянии сделки, заявленной в ходатайстве, на состояние конкуренции.

Группа компаний Russ Outdoor – крупнейший оператор наружной рекламы России. В управлении компании более 52 тыс. рекламных поверхностей, установленных на всей территории России, включая города федерального значения.

Компания Гэллэри – второй по величине федеральный оператор наружной рекламы, в управлении которого находится более 15 тыс. рекламных поверхностей, расположенных в 34 городах России.

Суммарно на долю двух компаний приходится **более 95 % от общего количества рекламных конструкций г. Москвы и более 50 % всей наружной рекламы России.**

Стоит также отдельно выделить цифровые рекламные конструкции. На текущий момент в России установлено свыше 4500 цифровых рекламных конструкций (видео экранов различного формата). В случае совершения указанной сделки, на объединенную компанию будет приходиться **более 70 % цифровых рекламных поверхностей по всей стране.**

Следует также отметить, что структуры компании Russ Outdoor уже обладают **монопольным правом размещения рекламы на всех остановках Мосгортранс г. Москвы.**

Структуры компании Russ Outdoor уже обладают **монопольным правом размещения рекламы в московском метрополитене.**

Структуры компании Russ Outdoor уже обладают **монопольным правом размещения рекламы в метрополитене г. Санкт-Петербурга.**

Структуры компании Russ Outdoor уже обладают **монопольным правом размещения рекламных конструкций в полосе отвода РЖД, на вокзалах, в поездах** и т.д.

Сделка двух крупнейших операторов наружной рекламы России приведет к изменению состояния конкурентной среды и росту цен на конечный рекламный продукт, с которыми будут вынуждены согласиться рекламодатели.

Приобретенная в результате сделки рыночная сила, позволит использовать внерыночные методы давления на своих конкурентов и рекламные агентства, а также приведет к определению в одностороннем порядке общих условий распространения рекламы.

Согласно пункту 1 статьи 4 Закона о защите конкуренции товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Таким образом рекламная конструкция может быть отнесена к товару с точки зрения антимонопольного законодательства, а отношения по обращению средств наружной рекламы к отдельному товарному рынку.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о защите конкуренции, доминирующее положение субъекта предпринимательской деятельности (группы лиц) или нескольких субъектов предпринимательской деятельности (групп лиц) на определенном товарном рынке является положением такого субъекта предпринимательской деятельности (группы лиц) или субъектов предпринимательской деятельности (групп лиц), давая такому субъекту предпринимательской деятельности (группе лиц) возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке и/или устранять других субъектов предпринимательской деятельности с этого товарного рынка и/или препятствовать доступу других субъектов предпринимательской деятельности на этот товарный рынок. Субъект предпринимательской деятельности, доля которого на рынке определенного товара превышает пятьдесят процентов, признается доминирующим, если не установлено, что, несмотря на указанный объем, положение субъекта предпринимательской деятельности на товарном рынке не является доминирующим.

По результатам рассмотрения ходатайства о даче согласия на осуществление сделки антимонопольный орган принимает решение в том числе об отказе в удовлетворении ходатайства, если сделка, иное действие, заявленные в ходатайстве, приведут или могут привести к ограничению конкуренции (в том числе в результате возникновения или усиления доминирующего положения заявителя либо доминирующего положения лица, которое будет создано в результате осуществления заявленных в ходатайстве сделки, иного действия) (пункт 5 части 2 статьи 33 Закона о защите конкуренции).

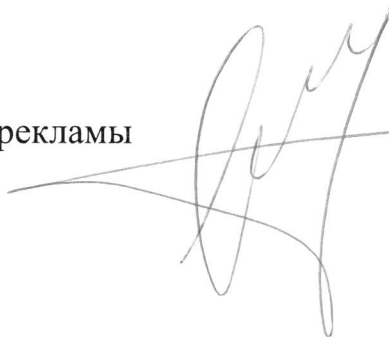
Доминирующее положение, полученное в результате сделки, позволит компании использовать не рыночные методы давления на конкурентов и покупателей, что приведет к одностороннему определению общих условий распространения рекламы, делая невозможным для других участников рынка, прежде всего для представителей регионального малого бизнеса, конкурировать на этом рынке.

Уже сейчас региональные операторы имеют сложности по доступу к размещению рекламы федеральных рекламодателей. В случае совершения сделки и появления оператора с доминирующим положением на рынке, ситуация только лишь усугубится.

Таким образом, сделка Группы компаний Russ Outdoor по приобретению компании Гэллэри окажет негативное влияние на конкуренцию в сфере наружной рекламы за счет роста экономической концентрации.

Учитывая изложенное, Союз операторов наружной рекламы, пользуясь правом предоставленным антимонопольным законодательством, просит учесть мнение профессионального отраслевого объединения в сфере наружной рекламы о влиянии сделки, заявленной в ходатайстве, на состояние конкуренции и отказать в его согласовании, так как указанная сделка приведет к ограничению конкуренции и монополизации рынка.

Президента  
Союза операторов наружной рекламы



Д.Ю. Стрельников