

Павел Гусев: Рынок рекламы может упасть еще на 20 процентов

Федеральная антимонопольная служба выступила против смягчения законодательства, касающегося рекламы в СМИ. Ранее с такой инициативой выступили руководители федеральных изданий. В частности предлагалось разрешить рекламу алкоголя и табака во всех медиа.

Председатель Союза журналистов Москвы, главный редактор «Московского Комсомольца» Павел Гусев, передавший письмо с соответствующей просьбой Владимиру Путину, рассказал в эфире радиостанции «Москва FM», что рынок рекламы может упасть еще на 20 процентов.



«Падение рекламного рынка продолжается. В ближайший квартал он может упасть еще на 20 процентов. Информационная безопасность страны зиждется на том, чтобы было как можно больше разных СМИ с разной позицией, и электронных, и печатных. Реклама является одним из основных факторов этого рыночного взаимодействия», – сказал он.

Ранее СМИ сообщали, что российский рекламный рынок в первом квартале 2015 года сократился на 19 процентов, до 62,3 миллиарда рублей. Сильнее всего сокращение бюджетов отразилось на рынках прессы и радио, которые упали сразу на 45 процентов и 35 процентов соответственно. Ситуация в большинстве медиа практически совпадает по динамике с началом кризисного 2009 года, за исключением интернета, в котором рекламные доходы на этот раз растут несмотря на ситуацию в экономике.

В отношении средств массовой информации нужно срочно принимать антикризисные меры, считает Гусев. Это связано еще и с тем, что даже если сейчас разрешить рекламу алкоголя или других товаров, мгновенного эффекта не произойдет.

Как пишет РБК, в правительстве пока нет единого мнения по поддержке медиаотрасли кризис. Издание отмечает, что предложения руководителей СМИ дублировали антикризисный план Минкомсвязи, озвученный 18 февраля. В документе предлагалось снять ограничения на рекламу любого алкоголя во всех СМИ, а также разрешить рекламу рецептурных лекарств, которую сейчас можно размещать только в специализированных изданиях.

Напомним, 23 декабря Госдума приняла сразу во втором и третьем чтениях закон, разрешающий рекламировать отечественный алкоголь по радио и на телевидении.

Так, разрешена реклама вина и шампанского, произведенных на территории России. При этом она может быть размещена не только на телевидении и радио (с 23:00 до 7:00), но и в печатных изданиях (интернет-медиа либерализация не коснулась).

Запрет на рекламу вина и шампанского сохранится для программ в прямом эфире и записей детско-юношеских спортивных соревнований. Изменения вступили в силу с 1 января 2015 года.

Полный запрет на рекламу алкогольной продукции в СМИ и интернете действует с 1 января 2013 года. Позднее эти нормы были дополнены ограничениями на рекламу табачных изделий.

*Опубликовано на M24.RU, а также на сайте
22 апреля 2015*

