

# Сетевая периодика ждет поправок в закон о СМИ

Минкомсвязи и Минэкономразвития никак не могут согласовать поправки в закон о СМИ, выводящие за рамки закона рекламные каталоги и буклеты иностранных ритейлеров. Однако, как выяснили «Известия», согласованная позиция должна быть подготовлена уже к 10 июня.

Перед майскими праздниками вице-премьер Аркадий Дворкович провел совещание с Минкомсвязи, Минэкономразвитием, Федеральной антимонопольной службой (ФАС) и Metro Cash&Carry. На нем обсуждались поправки в закон о СМИ, которые выводят периодику иностранных торговых сетей из-под действия этого нормативного акта. Об этом «Известиям» рассказал источник на рынке, информацию подтвердила пресс-секретарь Дворковича Алия Самигуллина. Она добавила, что вопрос отправлен на дополнительную проработку в ведомства.

Напомним, в феврале министерства уже просили подумать еще раз и предоставить «согласованную позицию по данному вопросу для последующего доклада» зампреду правительства Аркадию Дворковичу. Тогда общей позиции выработать не удалось.



С 1 января 2016 года действует новая редакция закона о СМИ, согласно которой размер иностранного капитала в средствах массовой информации должен быть ограничен. В соответствии со ст. 19.1 закона о СМИ теперь доля иностранных акционеров не может превышать 20%, выступать учредителями СМИ они не могут вообще. Под средством массовой информации понимают газету, журнал, альманах, бюллетень с постоянным названием, выходящие

в свет не реже одного раза в год, СМИ должно быть зарегистрировано. Хотя бывают исключения, когда регистрация не требуется: для СМИ госорганов, которые распространяют официальную информацию, и для периодики с тиражом менее 1 тыс. экземпляров. Каталоги таких крупных иностранных сетей, как Metro Cash&Carry, IKEA, Billa, Oriflame, попадали под определение СМИ и выходили тиражом более 1 тыс. экземпляров.

В конце 2015 года ритейлеры обратились за поддержкой в Минэкономразвития. Их периодике грозило приостановление деятельности.

Иностранные стационарные торговые сети оценили свои суммарные тиражи более чем в 14 млн экземпляров в год, подсчитал АКОРТ. По данным Ассоциации прямых продаж (АПП), примерно половина ее компаний-членов (23 ритейлера: Oriflame, Mary Kay и т.д.) выпускает печатную продукцию, зарегистрированную как СМИ с максимальными тиражами в 300 тыс. экземпляров в месяц каждая. Абсолютно все участники АПП выпускают незарегистрированные СМИ с максимальными тиражами 1,3 млн на один каталог, который выходит до 18 раз в год.

Минэк поддержал торговцев и выступил с идеей о поправках в закон о СМИ, которые бы не распространяли действия нормативного акта на периодiku торговцев. Минкомсвязи и ФАС эта идея не понравилась.

– Внутрикorporативный характер продукции средств массовой информации, равно как и отнесение к категории рекламных, не освобождает учредителей и редакции подобных средств массовой информации от исполнения требований закона о СМИ, – уверены в Минкомсвязи. – А поправки могут создать неравные условия осуществления предпринимательской деятельности на медиарынке, – считают в ведомстве.

Между тем Metro Cash&Carry уже привела свои рекламные каталоги в соответствие с законом о СМИ, сказала представитель сети Оксана Токарева «Известиям» в пятницу. Правда, каким образом,

сеть не уточнила.

В **ИКЕА** полагают, что каталог компании не является СМИ и не подлежит регистрации: **«В соответствии с ГОСТ 7.60–2003 каталог ИКЕА является рекламным изданием, содержащим сведения о товарах и услугах с целью создания спроса на них».**

**– Рекламные издания, в свою очередь, относятся к неперIODическим, –** сказали в компании.

Напомним, сети могут привлечь сторонние организации для выпуска периодики, хотя ранее они говорили, что «в таком случае потеряют возможность полностью контролировать сохранность коммерческой тайны (включая базу клиентов, товары, планируемые для участия в промоакциях, и планируемые цены)», утверждали в АКОРТ.

Подобное совместное предприятие требует согласования с ФАС, поясняли в организации. Глава Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) Франк Шауфф сомневался, что привлечение сторонних организаций вообще законное мероприятие, ведь закон запрещает установление любых форм контроля над редакцией или учредителем СМИ.

Представитель Роскомнадзора Вадим Амелонский сказал «Известиям», что в России функционирует порядка 1 тыс. изданий с иностранным участием, каждое из них до 15 февраля должно было уведомить службу об исполнении новой редакции закона о СМИ. Он затруднился сказать, сделали ли это иностранные торговые сети с периодикой. «Они у нас не в приоритете», – уточнил он «Известиям». Видимо, в ближайшее время у ритейлеров проблем с каталогами не возникнет.

Минкомсвязь не предоставило оперативный комментарий.



*По тексту Евгении Перцевой  
17 мая 2016 г.*