

Шарикоподшипниковская ул., д. 38, стр. 1, Москва, 115088
Тел. (495) 6610776 Факс (499) 132 0029
E-mail: mtp@mtpp.org http://www.mostpp.ru
ОКПО 40354311 ОГРН 1037739268270
ИНН/КПП 7710104913/772301001

38, bld.1, Sharikopodshipnikovskaya str., Moscow, 115088, Russia
Tel.: (+7495) 6610776 Fax (+7499) 132 0029
E-mail: mtp@mtpp.org http://www.mostpp.ru

13.04.12 № 12.06-1/438

На № _____ от _____

Председателю Государственной Думы
Российской Федерации
С.Е. Нарышкину

Уважаемый Сергей Евгеньевич!

12 апреля 2012 года в Московской торгово-промышленной палате прошло Общее собрание Гильдии предприятий торговли и услуг. Членами Гильдии являются субъекты малого и среднего предпринимательства, оказывающие услуги населению.

Предприятиям потребительского рынка важно доносить информацию о своей деятельности до москвичей и гостей столицы, и основным инструментом в таком информировании является наружная реклама. Чтобы привлечь потребителя, необходимо размещать собственные вывески и рекламные конструкции, что в последнее время в Москве стало практически невозможно. Большинство мест, где можно было бы поставить рекламу, уже заняты рекламными установками крупных международных рекламных холдингов. Цены таких рекламных монополистов на услуги по распространению наружной рекламы сопоставимы с телевизионной рекламой и неподъемны для предприятий малого и среднего бизнеса.

В 2012 году у нас истекают договоры на установку рекламных конструкций на государственном и муниципальном имуществе. Нормами Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" предусмотрена возможность предприятий малого и среднего бизнеса заключать договоры аренды недвижимости, находящейся в муниципальной и государственной собственности, на новый срок без проведения торгов, но мы лишены такой возможности в отношении своих рекламных конструкций.

Действующие сегодня нормы Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» предусматривают заключение договоров на установку рекламных конструкций на государственном и муниципальном имуществе только на основании торгов.

Находясь в неравных условиях по отношению с крупными международными медиахолдингами, имеющими возможность привлекать

Вх. № 1.1-2010

16 АПР 2012

56530-6 → 1.1

