



Вих. № 659 від 07 червня 2023 року

Голові Антимонопольного комітету
України
Кириленку П.О.

Шановний Павле Олександровичу!

Комітет з конкуренційного права Асоціації правників України розглянув оприлюднений на офіційній вебсторінці Антимонопольного комітету України (далі - АМКУ) 24 травня 2024 року проєкт розпорядження Антимонопольного комітету України «Про затвердження Методики визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації» (далі - «Проєкт Методики»).

Підставою для розроблення Методики є Закон України «Про медіа», а саме норми статті 7 цього Закону.

Проаналізувавши норми Проєкту Методики Комітет з конкуренційного права пропонує АМКУ розглянути можливість забезпечити поетапне введення цього документу в дію, де першим етапом є прийняття Методики, напрацювання практики її застосування, а далі узагальнення власної практики, вивчення практики ЄС та доопрацювання Методики. І вже лише на останньому етапі має відбутися затвердження Методики та реєстрація в Міністерстві юстиції України з наданням їй статусу нормативно-правового акту. Така пропозиція пов'язана з тим, що законодавство України про рекламу та про медіа є досить новим і практика його застосування, особливо в частині ідентифікації ринків, оцінки рівня ринкової влади фактично відсутня. При цьому попередній досвід, що був напрацьований АМКУ щодо цих ринків, може бути нерелевантним у зв'язку з прискореною трансформацією відносин на цих ринках та суттєвою зміною правил регулювання.

Щодо конкретних пропозицій до тексту Проєкту Методики пропонується наступні зміни та доповнення:

1. Виключити абзац другий пункту 3 розділу II, оскільки він встановлює (перелічує) способи розповсюдження (поширення) рекламної послуги, що не є предметом регулювання цього Проєкту Методики, а передбачено Законом України «Про рекламу». Альтернативним варіантом може бути удосконалення тексту цього абзацу з урахуванням норм Закону України «Про рекламу», наприклад, викладення абзацу у такому вигляді: «До способів розповсюдження (поширення) рекламної послуги належить, зокрема, **пряма реклама, телепродаж, спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент). До засобів розповсюдження (поширення) рекламної послуги належить, зокрема, внутрішня реклама, зовнішня реклама, реклама на транспорті, спеціальні виставкові заходи, реклама на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації, реклама з використанням електронних комунікацій.**». У разі включення цих пропозицій додати посилання на відповідні терміни в законах України «Про медіа» та «Про рекламу».

ГЕНЕРАЛЬНІ ПАРТНЕРИ

AEQUO  ASTERS  AVELLUM  LCF

 MORIS  SAYENKO
KHARENKO  Sokolovskiy
and Partners

VB'

МІЖНАРОДНІ ПАРТНЕРИ

 GreenbergTaurig  Linklaters  WHITE & CASE

ПАРТНЕРИ

 EVERLEGAL  SIS GROUP

2. У пункті 5 розділу II, який описує питання взаємозамінності, пропонується вилучити слова, що передбачають, що взаємозамінною може бути реклама **«лише подібних за призначенням товарів»**, оскільки законодавством не передбачено такого обмеження, а також, наскільки нам відомо, АМКУ в своїй правозастосовчій практиці не робив подібних висновків. Таким чином це обмеження не є досить обґрунтованим щоб закріплювати його в Проєкті.
3. Пункт 4 розділу V пропонується викласти в новій редакції, а саме замість тексту «Одиницею товару в натуральній формі на ринку рекламних послуг є кількість переглядів реклами фізичними особами (фактична кількість контактів рекламної інформації з глядачем)» передбачити, що **«Одиниця товару в натуральній формі на ринку рекламних послуг визначається залежно від рекламного засобу»**. Така заміна дозволить АМКУ більш точно визначати ринкове становище учасників ринків в конкретних випадках, оскільки одиниця товару у відносинах на ринку реклами, як правило, визначається залежно від рекламного засобу і може сильно варіюватися. Це може бути кількість показів чи рекламних проявів, кількість рекламних площин, кількість контактів зі споживачем тощо. Таким чином врахування цієї пропозиції дозволить АМКУ визначати обсяги ринків в натуральній формі в більшій кількості практичних кейсів, порівняно з кількістю, яка буде, якщо залишити пункт 4 в існуючій редакції.
4. Також в пункті 5 розділу V пропонується виключити слова «в натуральній формі», оскільки вони не несуть в цьому пункті будь якого логічного навантаження.

**З повагою,
Голова Комітету АПУ
з конкуренційного права**

Олександр Нагорний

Виконавець:
Мотя Вікторія
e-mail: komitet@uba.ua
тел. 0664953014