

ИТОГИ РАБОТЫ УПРАВЛЕНИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ИНФОРМАЦИИ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ВЛАДИМИРА В 2010 году

Основными направлениями деятельности управления являются:

- оформление разрешительной документации (разрешений и договоров) на установку рекламных конструкций;
- организация и проведение торгов по продаже прав на заключение договоров на размещение рекламных конструкций на объектах недвижимого имущества, находящихся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир;
- администрирование доходов городского бюджета от размещения наружной рекламы (государственной пошлины и платы по договорам на установку рекламных конструкций);
- контроль за состоянием объектов наружной рекламы, в том числе, и незаконно установленных;
- производство и размещение социальной рекламы;
- праздничное оформления города.

Управление является заказчиком на выполнение работ по производству и размещению социальной рекламы и праздничного оформления города, производству демонтажа незаконных рекламных конструкций, присоединенных к имуществу, находящемуся в собственности или в ведении муниципального образования город Владимир.

На решение своих задач управление расходует средства в объеме утвержденных расходных обязательств, в том числе на выполнение работ и приобретение товаров за счет бюджета согласно таблице 1.

Таблица 1.

	2009	2010
Объем расходных обязательств, тыс. руб.	12480	16444
Объем выполненных работ, приобретенных товаров за счет бюджета города, тыс. руб.	7843	13281

Управление предоставляет муниципальную услугу по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций в соответствии с административным регламентом, утвержденным постановлением главы города от 28.01. 2010 № 221 «Об утверждении административного регламента предоставления муниципальной услуги по выдаче разрешения на установку рекламной конструкции».

Таблица 2

	2009		2010	
	штук	тыс. руб.	штук	тыс. руб.
Объем предоставленной муниципальной услуги по выдаче разрешений на установку рекламных конструкций, тыс. руб.	215	630	189	539

1. Оформление разрешительной документации на установку рекламных конструкций.

Для отрасли наружной рекламы 2010 год начинался пустующими поверхностями рекламных конструкций и долгами в бюджет города рекламных агентств по договорам на установку рекламных конструкций.

Впервые за все время администрирования доходов бюджета управлением наружной рекламы и информации в 1 квартале текущего года не было выполнено бюджетное задание по доходам от платежей по договорам на установку рекламных конструкций.

В целях преодоления последствий экономического кризиса было принято решение Совета народных депутатов города Владимира от 21 апреля 2010 г. № 68 «О снижении базовой ставки платы по договорам на установку рекламных конструкций до уровня 2008 года».

Принятые меры в совокупности с планомерной работой управления наружной рекламы и информации по взысканию задолженностей, а также сформировавшейся к середине года тенденции к выходу из кризиса дали ощутимый результат.

Таблица 3

Виды доходов	1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Госпошлина за выдачу разрешений на установку рекламных конструкций, тыс. руб.	165	117	299	279	481	441	630	542
Доходы по договорам на установку рекламных конструкций, тыс. руб.	4455	3561	9177	8951	13403	14482	18262	20133
Итого	4620	3678	9476	9230	13884	14923	18892	20675

С учетом доходов от уплаты государственной пошлины за выдачу разрешений на установку рекламных конструкций поступления в бюджет от размещения наружной рекламы составляют рекордную сумму - 20,6 млн. руб., что на 24% превышает плановое задание.

К концу 2010 года парк рекламных конструкций составил 33325 кв. м рекламных поверхностей, что на 1700 кв. м больше, чем на конец 2009 года

Таблица 4

Площадь рекламных поверхностей, кв. м	1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Всего рекламных поверхностей на территории города	31485	32583	31460	32745	31451	33315	31630	33325
Площадь рекламных поверхностей, установленных на имуществе, находящемся в собственности или ведении органа местного самоуправления	15230	16326	15662	16372	15835	16230	16094	16219

2. Организация и проведение торгов по продаже прав на заключение договоров на размещение рекламных конструкций.

Прирост рекламных площадей происходит за счет активности предпринимателей, рекламирующих собственные товары и услуги, причем рекламные конструкции присоединяются к имуществу, не относящемуся к муниципальной собственности.

Это тенденция отражается и на интенсивности процесса проведения торгов по продаже прав на установку рекламных конструкций.

Таблица 5

Показатели	1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Кол-во мест по установку рекламоносителей, проданных с торгов, шт.	7	5	12	14	23	14	23	59
Объем средств, вырученных по результатам торгов, тыс. руб.	220	50	1025	116	1933	116	1933	693

В своей основной массе на продажу выставляются права на заключение договоров на установку малоформатных рекламных конструкций для нужд предпринимателей, рекламирующих собственные товары и услуги. Следствие данной тенденции - отсутствие конкуренции в ходе торгов, и снижение доходов в бюджет от проведения торгов.

3. Контроль за состоянием объектов наружной рекламы, в том числе, и незаконно установленных.

Финансово – экономический кризис в наружной рекламе был отмечен ростом незаконно размещаемых рекламных объектов, причем в 100% случаев – это реклама, размещаемая не рекламными агентствами, а предпринимателями, рекламирующими собственные товары и услуги.

Система мер по контролю за размещением рекламных конструкций, сочетающая в себе меры административного воздействия и судебной практики, позволяет держать ситуацию под контролем.

Таблица 6

Показатели	1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Выявлено незаконных объектов наружной рекламы	147	158	260	289	513	579	578	658
Направлено материалов в административную комиссию, антимонопольные органы, судебные органы	7	36	57	74	81	96	124	109
Демонтировано незаконно установленных объектов	54	133	23/95	256	199	361	372	417

4. Социальная реклама и праздничное оформление города.

Такой инструмент пропаганды общественных ценностей как социальная реклама все более широко используется в самых разных направлениях деятельности и как составная часть включена в планы мероприятий в рамках муниципальных долгосрочных целевых программ.

Производство и размещение социальной рекламы от лица администрации осуществляется в соответствии с тематическим планом информационной поддержки общественно значимых, культурных и спортивных мероприятий, который формируется управлением на календарный год и утверждается постановлением главы города.

Поскольку производство и размещение социальной рекламы предполагает расходование бюджетных средств, в целях упорядочения процесса формирования тематического плана

распоряжением главы города от 01.12.2010 № 718-р утверждено положение о комиссии по социальной рекламе и утвержден ее состав.

Таблица 7

	1 квартал		2 квартал		3 квартал		4 квартал	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
Всего было размещено единиц социальной рекламы	77	67	231	230	312	407	418	477

2010 год был отмечен несколькими яркими проектами в социальной рекламе и праздничном оформлении города.

Проект комплексного оформления города к 65-летию Победы усилил эмоциональную составляющую великого праздника, а его отдельные части стали настоящим подарком ветеранам (например, серия плакатов «Они смотрели войне в лицо», посвященная владимирцам – ветеранам ВОВ, серия малоформатных плакатов «Письма с фронта»).

Году учителя была посвящена традиционная серия «Мастера нашего города», в которой средствами наружной рекламы были представлены 27 лучших педагогов и три коллектива нашего города.

В течение 2010 года размещались тематические серии, посвященные памятным датам (например, Дню крещения Руси), достижениям владимирских спортсменов, проблемным вопросам нашего общества (антиалкогольной и антинаркотической направленности, противодействию терроризму и экстремизму и т.п.).

Новогоднее убранство города пополнилось новыми проектами: новой елкой на площади у ДК Молодежи, новым оформлением трех площадей и участка улицы Горького.

Всего же управлением реализованы 8 проектов светового оформления города, в том числе установлены три новогодние елки.

7. Ближайшие перспективы развития отрасли.

Наружная реклама во Владимире в ее нынешнем виде и объеме формировалась в течение почти 15 лет. Во Владимире ранее, чем в других городах России, включая самые крупные, была внедрена процедура торгов по продаже рекламных мест, отработана процедура демонтажа рекламных конструкций.

Признанным является факт, что наружная реклама имеет существенное значение для города и как источник пополнения городского бюджета, и как фактор влияния на городскую среду, и как средство коммуникации власти с жителями города посредством социальной рекламы.

2010 год – последний год из пятилетнего срока действия договоров на установку рекламных конструкций, по истечении которого в соответствии с федеральным законодательством предстоит процедура массового перезаключения договоров на новый срок через процедуру торгов.

Сложность данного периода не только в том, что рекламодателям потребуется консолидация финансовых ресурсов для того, чтобы выкупить свой парк конструкций, но еще и в том, что размещение ранее установленных конструкций требуется согласовывать заново в соответствии с требованиями, многократно ужесточившимися к настоящему моменту.

Именно невозможность согласовать размещение конструкций на новый срок может стать причиной того, что после завершения срока действия договоров до 80%, а по иным

оценкам и до 90% рекламных конструкций, приносящих доход городскому бюджету, будут демонтированы.

Надежды на то, что будут приняты поправки в федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» об однократной пролонгации договоров и разрешений на установку рекламных конструкций на 5 лет, пока не оправдываются.

Чтобы сохранить парк рекламных конструкций в объемах, близких к существующему, потребуется консолидированная позиция органов и организаций, согласующих размещение объектов наружной рекламы, прежде всего, управления архитектуры и строительства, Государственной инспекции по охране культурного наследия, отдела ГИБДД по г. Владимиру.

Начальник управления
наружной рекламы и информации

Г.Е. Шульга