



ВОЛГОГРАДСКАЯ ГОРОДСКАЯ ДУМА

РЕШЕНИЕ

400066, г. Волгоград, ул. Советская, 9

тел. (8442) 38-08-89, факс (8442)55-17-13

E-mail: gs_kanc@volgsovet.ru

от _____ № _____

Об утверждении Концепции развития
наружной рекламы на территории
городского округа город-герой
Волгоград на 2016-2026 годы

В целях упорядочения муниципальной политики в сфере наружной рекламы Волгограда, системного подхода к размещению наружной рекламы, ее интегрирования в окружающую среду и архитектурно-художественный облик Волгограда, в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», руководствуясь статьями 5, 7, 24, 26 Устава города-героя Волгограда, Волгоградская городская Дума

РЕШИЛА:

1. Утвердить Концепцию развития наружной рекламы на территории городского округа город-герой Волгоград на 2016-2026 годы (прилагается).
2. Администрации Волгограда:
 - 2.1. Привести муниципальные правовые акты Волгограда в соответствие с настоящим решением.
 - 2.2. Разработать и утвердить план мероприятий по реализации концепции.
 - 2.3. Опубликовать настоящее решение в официальных средствах массовой информации в установленном порядке.
3. Настоящее решение вступает в силу со дня его официального опубликования.
4. Контроль за исполнением настоящего решения возложить на В.В. Колесникова – первого заместителя главы Волгограда.

Глава Волгограда

А.В.Косолапов

Утверждена
решением
Волгоградской городской Думы
от «__» _____ 2015 г. № _____

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД-ГЕРОЙ ВОЛГОГРАД НА 2016-2026 ГОДЫ

1. Общие положения

Концепция развития наружной рекламы на территории городского округа город-герой Волгоград на 2016-2026 годы (далее – Концепция) представляет собой совокупность целей и задач муниципальной политики в области наружной рекламы, направленных:

на формирование единого облика сложившейся архитектурной застройки,
на активизацию деятельности всех участников рекламного рынка и развитие высокотехнологичного и безопасного рынка наружной рекламы.

Концепция разработана в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

Наружная реклама оказывает существенное влияние на внешний облик города, его художественно-архитектурное оформление. Развитие наружной рекламы в Волгограде имеет большое значение для формирования социальной и архитектурной инфраструктуры города, сохранения ее природных компонентов и историко-культурного наследия.

2. Анализ и проблемы рынка наружной рекламы Волгограда

Анализ рынка наружной рекламы Волгограда выявил следующие проблемы:
отсутствие системного подхода к размещению (распространению) объектов наружной рекламы;

значительная доля (по состоянию на конец 2014 года - свыше 40 %) рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства;

отсутствие условий, стимулирующих владельцев рекламных конструкций заменять устаревшие конструкции, внедрять современные технологии и материалы и, как следствие, незначительная доля (около 3,7 %) разрешений, выданных на установку и эксплуатацию рекламных конструкций современного формата (скроллеров, электронных дисплеев и т.д.);

отсутствие системной работы по распространению социальной рекламы и, как следствие, незначительный годовой объем социальной рекламы (за 2014 год – не более 8,5 % годового объема распространения наружной рекламы на территории Волгограда).

3. Цель, задачи и механизм реализации Концепции

3.1. Основной целью Концепции является формирование современного, высокотехнологичного и безопасного рынка наружной рекламы.

3.2. Для реализации основной цели Концепцией определены следующие задачи:

3.2.1. Упорядочение размещения объектов наружной рекламы на территории Волгограда, в том числе в историческом центре Волгограда путем формирования требований к размещению рекламных конструкций.

3.2.2. Стимулирование развития новых, безопасных и современных направлений наружной рекламы.

3.2.3. Пополнение доходной части бюджета Волгограда за счет налоговых и неналоговых доходов от рынка наружной рекламы.

3.2.4. Реализация социальной функции рекламы и обеспечение потребностей города в размещении социальной рекламы.

3.3. Основные принципы Концепции:

1) безопасность (запрет на установку рекламных конструкций, угрожающих безопасности дорожного движения, и на размещение информации, оказывающей негативное воздействие на психологическое состояние и личность человека);

2) обеспечение комфортных условий проживания населению Волгограда;

3) создание информационной среды, объекты которой имеют эстетичный внешний вид.

3.4. Механизм реализации концепции включает в себя два этапа (с учетом проведения ЧМ Мира по футболу 2018):

3.4.1. В период 2016 – 2018 годов:

3.4.1.1. Выполнение условий Соглашения с принимающим городом, заключенного между Международной федерацией футбола (ФИФА), АНО «Организационный комитет «Россия 2018/2022» и администрацией Волгограда в части соблюдения требований к средствам наружной рекламы.

3.4.1.2. Освобождение территории Волгограда от рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства:

1) демонтаж рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатируемых без разрешений;

2) исполнение требований Федерального закона от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Закона Волгоградской области от 01 июля 2009 г. № 1908-ОД «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации на территории Волгоградской области» посредством демонтажа рекламных конструкций, установленных на объектах культурного наследия, по мере истечения сроков действия разрешений на их установку и эксплуатацию.

3.4.1.3. Системный и рациональный подход к размещению отдельных типов рекламных конструкций:

- 1) формирование требований к размещению и дизайну рекламных вывесок;
- 2) формирование комплексного подхода к оформлению и оборудованию фасадов зданий с учетом размещения на них рекламных конструкций;
- 3) определение требований к внешнему виду и местам установки рекламных конструкций для размещения концертных и театральных афиш.

3.4.1.4. Разработка механизмов стабильного формирования доходной части бюджета Волгограда путем проведения гибкой ценовой политики в сфере наружной рекламы:

- 1) проведение торгов в форме аукционов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции;
- 2) обеспечение поступления доходов в бюджет Волгограда путем применения при расчете размера платы, взимаемой по договору на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, коэффициента индексации, который устанавливается ежегодно на каждый следующий календарный год и рассчитывается как произведение коэффициента индексации, применяемого в текущем календарном году, и коэффициента, учитывающего изменение потребительских цен на товары (работы, услуги) в Российской Федерации в предшествующем календарном году.

3.4.2. В период 2018 – 2026 годов:

3.4.2.1. Выполнение требований к рекламным конструкциям и местам их размещения с учетом степени насыщенности наружной рекламой территории Волгограда:

1) развитие рынка рекламных услуг в удаленных районах Волгограда за счет внедрения принципа зонирования территории Волгограда по типу размещения и объему площадей рекламных конструкций;

2) совершенствование централизованного учета размещения рекламных конструкций и контроля за их техническим и эстетическим состоянием путем размещения информации о рекламных конструкциях в сети Интернет с возможностью принятия жалоб и обращений граждан на неудовлетворительное эстетическое и (или) техническое состояние рекламных конструкций;

3) увеличение количества разрешений, выданных на установку и эксплуатацию рекламных конструкций современного формата.

3.4.2.2. Создание условий для увеличения количества и качества социальной рекламы:

1) проведение рекламно-информационных кампаний социальной направленности, разработка ежегодных планов рекламно-информационных кампаний социальной направленности;

2) применение механизма стимулирования рекламораспространителей в период проведения рекламно-информационных кампаний социальной направленности за счет включения в условия вновь заключаемых договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций условий обязанности владельца рекламной конструкции на безвозмездной основе размещать на Рекламных

конструкциях социальную рекламу в пределах 12 % годового объема распространяемой рекламы;

3) размещение на рекламных конструкциях информации для гостей города (карта города, информация о проходящих в городе спортивных и культурных мероприятиях на текущую дату и т.д.);

4) создание сети и определение мест установки рекламных конструкций, находящихся в муниципальной собственности, предназначенных для распространения исключительно социальной рекламы и социально значимой городской информации, в том числе нестационарных рекламных конструкций на период проведения мероприятий общегородского масштаба.

4. Ожидаемые результаты реализации Концепции

4.1. Реализация Концепции позволит преобразовать разрозненный рынок наружной рекламы в современную высокоэффективную и высокорентабельную отрасль экономики Волгограда. Основные результаты реализации концепции:

4.1.1. Освобождение исторической части города от объектов крупного и особо крупного формата, нарушающих визуальное восприятие сложившейся застройки Волгограда.

4.1.2. Развитие рынка рекламных услуг в удаленных районах Волгограда за счет включения в схему размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Волгоградской области или муниципальной собственности на территории городского округа город-герой Волгоград, более 400 мест в удаленных районах Волгограда.

4.1.3. Увеличение годового объема размещения социальной рекламы до 12 % от годового объема распространения наружной рекламы на территории Волгограда.

4.1.4. Улучшение информированности граждан о проведении мероприятий общегородского масштаба.

4.1.5. Повышение эффективности контроля за внешним видом и техническим состоянием рекламных конструкций.

4.1.6. Применение наиболее современных технологий при установке и эксплуатации объектов наружной рекламы и увеличение доли разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций современного формата до 20 % от общего числа разрешений.

4.1.7. Освобождение территории Волгограда от рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства.

4.1.8. Обеспечение стабильного пополнения доходной части бюджета Волгограда, в том числе:

- в 2016 году в сумме не менее 260 000,0 тыс. руб.,
- в 2017 году – не менее 150 000,0 тыс. руб.,
- в 2018 году – не менее 166 500,0 тыс. руб.,
- в 2019 году – не менее 185 000,0 тыс. руб.,

- в 2020 году – не менее 220 000,0 тыс. руб.

4.1.9. Обеспечение исполнения требований Соглашения с принимающим городом, заключенного между Международной федерацией футбола (ФИФА), АНО «Организационный комитет «Россия 2018/2022» и администрацией Волгограда в части соблюдения требований к средствам наружной рекламы.

5. Показатели оценки эффективности реализации Концепции.

п/п	Наименование мероприятия	Наименование показателя	Единица измерения	Начальное и конечное значения по годам		
				2015	2018	2026
1	Освобождение территории Волгограда от рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства	Доля рекламных конструкций, установленных с нарушением требований действующего законодательства, от общего количества рекламных конструкций	%	40	5	0
2	Применение наиболее современных технологий при установке и эксплуатации объектов наружной рекламы	Доля разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций современного формата от общего числа выданных разрешений	%	3,7	7	20
3	Увеличение годового объема размещения социальной рекламы	Доля годового объема размещения социальной рекламы на добровольной основе (сверх обязательного объема в 5%, предусмотренного Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе») от годового объема распространения наружной рекламы на территории Волгограда	%	3,5	5	7