



РАСПОРЯЖЕНИЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Белгород

« 09 » ~~сентября~~ 2013 г.

№ 428-рп

Об утверждении Концепции развития наружной рекламы в Белгородской области на 2013-2025 годы

В целях упорядочения размещения средств наружной рекламы на территории области, а также формирования социальной и архитектурной инфраструктуры региона:

1. Утвердить прилагаемую Концепцию развития наружной рекламы в Белгородской области на 2013-2025 годы.

2. Рекомендовать администрациям муниципальных районов и городских округов:

- при решении вопросов, связанных с размещением рекламных конструкций, руководствоваться положениями Концепции развития наружной рекламы в Белгородской области на 2013-2025 годы;

- разработать и принять аналогичные муниципальные концепции до 1 октября 2013 года.

3. Определить уполномоченным органом по координированию реализации Концепции развития наружной рекламы Белгородской области департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области (Сергачёв В.А.).

4. Контроль за исполнением распоряжения возложить на департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области (Сергачёв В.А.).

Губернатор
Белгородской области



Е. Савченко

Утверждена
распоряжением Правительства
Белгородской области
от «09» сентября 2013 года № 428-рп

Концепция развития наружной рекламы в Белгородской области на 2013 - 2025 годы

1. Общие положения

1.1. Концепция развития наружной рекламы в Белгородской области на 2013-2025 годы (далее – Концепция) разработана в целях упорядочения размещения средств наружной рекламы, формирования архитектурного облика региона, активизации деятельности всех участников рекламного рынка.

1.2. Концепция определяет основные направления развития наружной рекламы в Белгородской области и механизмы их реализации.

2. Нормативно-правовое обеспечение Концепции

Концепция разработана в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», статьями 2, 124 Гражданского кодекса Российской Федерации, статьей 60 Градостроительного кодекса Российской Федерации, ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», распоряжением первого заместителя Губернатора области – начальника департамента кадровой политики области от 29 ноября 2012 года №120 «О создании экспертной группы по рекламе», иными законодательными и нормативными правовыми актами Российской Федерации, Белгородской области, устанавливающими требования, предъявляемые к наружной рекламе и установке рекламных конструкций.

3. Анализ существующей ситуации и описание проблем развития рынка наружной рекламы в Белгородской области

Развитие Белгородской области как социально ориентированного, удобного для жизни региона требует постоянного внимания Правительства Белгородской области к вопросам размещения наружной рекламы на

территории региона. Совершенствование нормативной правовой базы, правоприменительной практики и конкретных направлений работы создает благоприятные условия для использования ресурсов отрасли в интересах как белгородцев, так и представителей бизнеса.

Внедрение более совершенных механизмов работы органов исполнительной власти и государственных органов Белгородской области, создание экспертной группы по рекламе при первом заместителе Губернатора области – начальнике департамента внутренней и кадровой политики области, постоянное обсуждение вопросов развития наружной рекламы свидетельствуют о высоком внимании Правительства Белгородской области к данной сфере.

В настоящее время на рынке наружной рекламы Белгородской области сложилась достаточно негативная ситуация, которая характеризуется следующими показателями:

- отсутствие единой региональной политики в размещении средств наружной рекламы и оформлении территорий, что обуславливает стихийный характер реализации рекламных возможностей территории Белгородской области;

- отсутствие электронной базы данных, необходимой для мониторинга состояния рынка наружной рекламы в режиме онлайн;

- недостаточная нормативно-правовая база регулирования деятельности в сфере наружной рекламы, что приводит к недобросовестной конкуренции между участниками рынка;

- отсутствие системы централизованного учета размещения средств наружной рекламы, что ведет к недополучению средств в доходную часть областного и местных бюджетов;

- отсутствие системы централизованного контроля за состоянием рекламных конструкций, расположенных на территории Белгородской области;

- отсутствие утвержденных схем размещения рекламных конструкций как в муниципальных образованиях, так и вдоль автомобильных дорог регионального и межмуниципального значения Белгородской области;

- отсутствие системной работы по стимулированию владельцев средств наружной рекламы к внедрению современных технологий и материалов, что позволило бы качественно изменить рекламный рынок Белгородчины.

4. Миссия, цель и задачи Концепции

Данная Концепция призвана содействовать реализации Стратегии социально-экономического развития Белгородской области на период до 2025 года, формированию на территории региона солидарного общества и традиционных духовно-нравственных ценностей, а также созданию привлекательной для населения среды посредством социальной рекламы.

Целью деятельности по развитию наружной рекламы в Белгородской области является формирование единых подходов к развитию регионального

рынка наружной рекламы, а также его частей на территориях муниципальных районов и городских округов, активизация конструктивного сотрудничества всех участников рекламного рынка.

Основными задачами в области развития наружной рекламы в регионе являются:

- 1) разработка и осуществление единой региональной политики в сфере наружной рекламы, определение перспективных направлений развития наружной рекламы в регионе на 2013 - 2025 годы;
- 2) преобразование рынка наружной рекламы Белгородской области в самостоятельную отрасль экономики, обеспечивающую выполнение в полном объеме нормативных правовых актов, регламентирующих деятельность в этой сфере;
- 3) разработка механизмов увеличения доходной части областного и местных бюджетов путем проведения гибкой ценовой политики в сфере наружной рекламы, привлечение региональных товаропроизводителей на областной рынок наружной рекламы;
- 4) в пределах компетенции органов государственной власти Белгородской области регулирование интересов всех участников рынка наружной рекламы, гарантирующее защиту их законных прав и интересов;
- 5) рационализация размещения средств наружной рекламы на территории региона, оптимизация размещения крупногабаритных конструкций путем создания благоприятных условий для участников рекламного рынка, способствующих увеличению таких конструкций в малоосвоенных в рекламном отношении районах Белгородской области;
- б) усиление контроля за техническим состоянием средств наружной рекламы.

5. Механизм реализации Концепции

Рынок наружной рекламы Белгородской области целесообразно и обоснованно регламентировать, используя следующие механизмы организационного, правового и экономического характера:

- создание экспертной группы по рекламе при первом заместителе Губернатора области – начальнике департамента внутренней и кадровой политики области;

- создание информационной и нормативно-правовой базы данных о состоянии рынка наружной рекламы территорий Белгородской области;

- разработка в пределах компетенции органов государственной власти Белгородской области перспективной модели нормативно-правового и экономического регулирования рынка наружной рекламы и на ее основе подготовка и утверждение необходимого пакета нормативных правовых актов Губернатора Белгородской области и Правительства Белгородской области;

- создание работоспособной отраслевой структуры, обеспечивающей государственное, в пределах компетенции органов государственной власти Белгородской области, регулирование рынка наружной рекламы;
- системное и сбалансированное развитие наружной рекламы, предусматривающее концептуальный подход к размещению наружной рекламы, в увязке с комплексным благоустройством территорий;
- создание благоприятных условий размещения наружной рекламы для региональных товаропроизводителей;
- внедрение сетевого принципа формирования рекламно-информационного пространства региона.

6. Сроки и этапы реализации Концепции

Реализация Концепции будет включать в себя три этапа:

- I этап – 2013-2015 годы – создание необходимой нормативно-правовой базы для регулирования рынка наружной рекламы на территории региона;
- II этап – 2016-2020 годы – внедрение региональных рекомендаций по оформлению и содержанию в надлежащем виде рекламных конструкций;
- III этап – 2021-2025 годы – завершение формирования единого рынка наружной рекламы Белгородской области.

7. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Наружная реклама оказывает заметное влияние на развитие социально-экономической инфраструктуры Белгородской области, которая в силу своего экономического и геополитического положения обладает большими рекламными возможностями. Однако потенциал наружной рекламы как отрасли экономики в общей структуре хозяйства и социальной жизни Белгородской области остается востребованным далеко не полностью.

Реализация Концепции позволит преобразовать разрозненный рынок наружной рекламы в современную высокоэффективную и высокорентабельную отрасль экономики Белгородской области. Это будет способствовать:

- формированию высокоэффективного рынка наружной рекламы;
- улучшению архитектурного облика территории Белгородской области;
- активизации деятельности всех участников рекламного рынка;
- устранению имеющихся в сфере рекламы нарушений законодательства Российской Федерации;
- повышению уровня информированности населения, в том числе о социально значимых проектах и программах Правительства Белгородской области и органов местного самоуправления муниципальных образований.

В результате реализации Концепции:

- 1) региональный рынок наружной рекламы станет более структурированным, в каждом муниципальном районе и городском округе будут разработаны и утверждены схемы размещения рекламных конструкций, которые будут содержать информацию о дислокациях рекламных конструкций, а также перечень типовых конструкций с приложением разработанной технической документации;
- 2) установлены единые содержательные стандарты: на территории Белгородской области не должно быть негативной и неэтичной рекламы, содержание наружной рекламы должно быть исключительно позитивным, а социальная реклама должна иметь в своей основе духовно-нравственные ценности и работать на их формирование;
- 3) объем регионального рынка наружной рекламы увеличится не менее чем на 10 процентов, в первую очередь за счет увеличения количества придорожных рекламных конструкций. К 2025 году на всех трассах межрайонного значения будут установлены конструкции наружной рекламы, центральные части городских территорий будут освобождены от магистральных щитов, в городской среде преобладающими станут сити-форматы;
- 4) в регионе появится государственный участник рынка наружной рекламы, в собственности которого к 2025 году будет не менее 50 процентов всего рынка наружной рекламы региона. При этом 60 процентов рекламных конструкций, находящихся в собственности государственной компании, будут содержать социальную наружную рекламу, а 40 процентов использоваться в коммерческих целях, обеспечивая окупаемость компании.

8. Показатели и индикаторы реализации Концепции

№ п/п	Показатель	Индикатор														
		Наименование	Ед. изм	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1.	Проведение единой региональной политики в сфере наружной рекламы в установленном законодательством порядке	Доля рекламных конструкций, отвечающих требованиям единых региональных стандартов по внешнему оформлению и техническому состоянию	%	70	75	80	85	90	95	100	100	100	100	100	100	100
2.	Расширение рынка наружной рекламы и обновление конструкций Белгородской области	Доля обновленных технологичных рекламных конструкций на региональном рынке наружной рекламы	%	5	30	50	60	70	80	85	90	95	100	100	100	100
3.	Государственное участие в установленном законодательством порядке на рынке наружной рекламы региона,	Доля рекламных конструкций, находящихся в собственности государственной региональной рекламной службы	%	0	2	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	50

№ п/п	Показатель	Индикатор														
		Наименование	Ед. изм.	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
4.	Внедрение в пределах компетенции в установленном законодательством порядке единой системы контроля за региональным рынком наружной рекламы	Количество структур, включенных в единую систему контроля за региональным рынком наружной рекламы	ед.	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23

