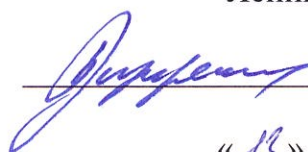


УТВЕРЖДАЮ
Председатель Комитета по печати
Ленинградской области

 К.Н. Визиркин
« 13 » декабря 2024 года

ПОВЕСТКА
экспертного совета по рекламе
при Губернаторе Ленинградской области

(заочный формат)

13 декабря 2024 года

Вопрос 1 «Об итогах производства и распространения социальной рекламы в 2024 году и планах на 2025 год»

Мартынюк Игорь Валерьевич – начальник отдела социальной рекламы Комитета по печати Ленинградской области

Вопрос 2 «Об итогах работы по согласованию схем размещения рекламных конструкций на территории Ленинградской области в 2024 году»

Разина Марина Николаевна – главный специалист отдела социальной рекламы Комитета по печати Ленинградской области

Вопрос 3 «Разное»

Терентьев Михаил Александрович – руководитель МБУ «Центр размещения рекламы» Всеволожского муниципального района Ленинградской области

Ответственный секретарь совета



М.Н. Разина

ПРОТОКОЛ
заседания экспертного совета по рекламе
при Губернаторе Ленинградской области
(в заочном формате)

г. Санкт-Петербург

20 декабря 2024 года № 4

Председательствовал:

Председатель Комитета по печати
Ленинградской области
К.Н. Визирякин

Участники заседания:

Согласно составу совета

1. Об итогах производства и распространения социальной рекламы
в 2024 году и планах на 2025 год

(И.В. Мартынюк)

Комитет по печати Ленинградской области как орган исполнительной власти осуществляет государственную политику в сферах рекламы и социальной рекламы.

Вопросы организации и проведения рекламных кампаний неразрывно связаны с количеством рекламных конструкций, расположенных на территории нашего региона, местами их размещения, а также использованием различных каналов передачи и носителей социальной рекламы, дающих возможность органам государственной власти донести социально значимую информацию до всех категорий жителей нашего региона.

А) Производство и распространение социальной рекламы

В 2024 году производство и распространение социальной рекламы реализовалось Комитетом в рамках исполнения Комплекса процессных мероприятий «Организация создания и реализации социальной рекламы и социально значимых проектов» государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие» путем осуществления государственных закупок по 44-ФЗ.

Общий объем ассигнований, предусмотренных Комитету на организацию мероприятий в сфере социальной рекламы, составил 63,3 млн руб., в том числе 488,4 тыс. руб. выделено из резервного фонда Правительства Ленинградской области на изготовление тиража информационных стендов и табличек в количестве 307 штук для нужд военного комиссариата Ленинградской области.

В 2024 году организовано распространение социальной рекламы на следующих носителях:

- наружная реклама (билборды);
- размещение рекламы на единых платежных документах по оплате ЖКХ;
- размещение баннерной рекламы в Интернете;
- изготовление полиграфической продукции (плакатов).

В текущем году, в целях формирования позитивных моделей социального поведения жителей Ленинградской области, Комитет организовал создание и распространение наружной социальной рекламы по 52 социально-значимым темам:

- в рамках празднования государственных праздников и праздничных дней Ленинградской области: День полного освобождения Ленинграда от фашистской блокады; День защитника Отечества; Международный женский день; День Победы; День России; День государственного флага России; День народного единства, День Ленинградской области.

- социально значимые темы: профилактика дорожно-транспортных происшествий; противодействие коррупции и терроризму; профилактика наркомании; комфортная среда; реализация национального проекта «Демография»; социальная газификация и другие.

Основной рекламной кампанией, реализованной Комитетом в 2024 году стала тема по популяризации прохождения гражданами военной службы по контракту в рядах Вооруженных Сил РФ.

В рамках исполнения поручения Губернатора Ленинградской области Комитету по печати надлежало задействовать не менее 30% объема рекламных поверхностей с социальной рекламой по популяризации прохождения гражданами военной службы по контракту в рядах Вооруженных Сил Российской Федерации. Во исполнение данного поручения Комитетом организовано размещение наружной социальной рекламы военной службы по контракту за 2024 год на 984 сторонах рекламных конструкциях из 2261, что составляет 43,5% общего числа рекламных поверхностей, задействованных Комитетом.

Отдельные слова благодарности руководителям рекламных кампаний «Элвис» и «Гриф», которыми принято решение о безвозмездном дополнительном размещении агитационных роликов «Служба по контракту» на цифровых экранах.

Б) Распространение наружной социальной рекламы

Комитетом по печати в 2024 году для распространения наружной социальной рекламы было задействовано 2261 сторон на отдельно стоящих рекламных конструкциях с размером рекламного поля 6х3 метра, расположенных на территории Ленинградской области.

В 2024 году связи с выполнением Комитетом дополнительных задач по усилению агитационно-разъяснительной работы в связи с проведением информационных кампаний по выборам Президента Российской Федерации, а также по выборам в органы местного самоуправления Ленинградской области было увеличено количество задействованных рекламных конструкций для размещения наружной социальной рекламы на территории Ленинградской области в рамках подписанного государственного контракта в следующих объемах: январь-март 2024 года размещение по 300 сторон ежемесячно, апрель-июнь по 130 сторон и июль-сентябрь по 185 сторон. Увеличение будет организовано в рамках действующего государственного контракта на 10 процентов. На эти цели дополнительно потребовалось выделение бюджетных средств в объеме 3 383 020 руб.

В следующем году в связи с проведением информационных кампаний по выборам Губернатора Ленинградской области Комитетом принято решение о размещении наружной социальной рекламы на территории Ленинградской

области в следующих объемах: январь-май размещение по 180 сторон ежемесячно и июнь-сентябрь по 250 сторон. В 4 квартале 2024 года для определения исполнителя по размещению наружной социальной рекламы проведен аукцион в соответствии с 44-ФЗ.

Что касается адресных программ размещения в 2025 году социальной рекламы на территории Ленинградской области, то в нее включены адреса наружных конструкций, размещенных в наиболее многолюдных местах: вдоль проезжей части федеральных и региональных дорог, на городских площадях, в непосредственной близости от крупных торговых центров, вокзалов и других объектов, ежедневно посещаемых большим количеством людей. Для увеличения общего количества размещенных рекламных баннеров с 2025 года Комитет запланировал пролонгацию размещения баннеров на рекламных конструкциях общим количеством 500 сторон. Это касается в основном таких тематик, как: военная служба по контракту, профилактика дорожно-транспортных происшествий; комфортная среда; реализация национальных проектов; социальная газификация и других.

Могу сказать, что органы МСУ также активно размещают наружную социальную рекламу на территориях муниципальных образований.

Полномочия по размещению наружной рекламы в пределах пяти процентов годового объема на рекламных конструкциях, расположенных на территории муниципальных образований Ленинградской области, находятся на муниципальном уровне, поэтому большинство районных администраций активно размещают наружную социальную рекламу без привлечения бюджетных средств. Это относится к таким районам как: Гатчинский, Кингисеппский, Кировский, Всеволожский.

1.1. Информацию о результатах работы Комитета по печати Ленинградской области по вопросам производства и распространения социальной рекламы в 2024 году и планах на 2025 год принять к сведению.

1.2. Рекомендовать Комитету по печати Ленинградской области:

1.2.1. Продолжить работу с муниципальными районами по активизации проведения торгов на право установки и эксплуатации рекламных конструкций, а также внесения изменений в схемы размещения рекламных конструкций;

1.2.2. Организовать дальнейшее использование зарекомендовавших себя каналов распространения социальной рекламы и поиск новых с целью доведения информации до всех категорий граждан, в частности, более активное использование рекламной сети Яндекса и площадок Яндекс Карты и Навигатор как важнейшего канала распространения социальной рекламы.

2. Об итогах работы по согласованию схем размещения рекламных конструкций на территории Ленинградской области в 2024 году

(М.Н. Разина)

В текущем году в Комитет по печати Ленинградской области всего поступило 19 обращений от муниципальных образований Ленинградской области о внесении

изменений и дополнений в схемы размещения рекламных конструкций, из них 17 было согласовано (по 7 районам), а именно:

- МО «Ломоносовский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Бокситогорский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Кингисеппский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Киришский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Всеволожский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Гатчинский муниципальный район» Ленинградской области;
- МО «Тосненский район» Ленинградской области.

Для сравнения, в 2023 году в Комитет по печати Ленинградской области поступило 17 обращений о внесении дополнений и изменений в схемы размещения рекламных конструкций на территории Ленинградской области (на 2 обращения меньше по сравнению с 2024 годом), из них было согласовано 14 схем (на 3 обращения меньше по сравнению с 2024 годом) по семи муниципальным районам Ленинградской области.

2.1. Информацию о результатах работы Комитета по печати Ленинградской области по вопросу согласования схем размещения рекламных конструкций на территории Ленинградской области в 2024 году принять к сведению.

2.2. Рекомендовать Комитету по печати Ленинградской области:

2.2.1. До 02.06.2025 года организовать рабочее совещание с участием заинтересованных и профильных сторон согласования схем размещения рекламных конструкций муниципальных образований с целью обсуждения проблемных вопросов и рекомендаций по совершенствованию деятельности, связанной с предварительным согласованием дополнений и изменений в схемы размещения рекламных конструкций на территории Ленинградской области.

3. Разное

(М.А. Терентьев)

В настоящее время имеют место противоречия норм Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и Жилищного кодекса РФ в части размещения информационных вывесок на жилых домах. Так, в многоквартирных домах города Всеволожска и Всеволожского района на первых этажах часто находятся коммерческие помещения, владельцы которых должны осуществлять информационную деятельность для неопределенного круга лиц, размещая на фасадах информационные вывески. В связи с тем, что фасад здания является общедомовым имуществом, и по Жилищному кодексу РФ необходимо получить согласие 2/3 собственников жилья, что делает практически невозможным законное размещение информационных вывесок.

3.1. Информацию М.А. Терентьева принять к сведению.

3.2. Рекомендовать МБУ «Центр размещения рекламы» Всеволожского муниципального района Ленинградской области направить в Комитет по печати Ленинградской области официальный запрос в целях правовой оценки данного противоречия и внесения необходимых корректировок в Регламент согласования информационных вывесок.

С учётом изложенного, экспертный совет по рекламе при Губернаторе Ленинградской области

РЕШИЛ:

1. Работу Комитета по печати Ленинградской области по вопросам производства, распространения социальной рекламы и исполнения требований Порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций на земельных участках независимо от форм собственности, а также на зданиях или ином недвижимом имуществе, находящихся в собственности Ленинградской области или муниципальной собственности, и вносимых в них изменений постановления Правительства Ленинградской области от 20 марта 2014 года № 69 «О мерах по реализации Федерального закона «О рекламе» и внесении изменений в постановление Правительства Ленинградской области от 04 мая 2009 года № 125 «О реорганизации комитета по информационно-аналитическому обеспечению Ленинградской области» (с изменениями) признать удовлетворительной.

2. План работы экспертного совета по рекламе при Губернаторе Ленинградской области на 2024 год признать выполненным.

Секретарь экспертного совета по рекламе

М.Н. Разина

Председатель Комитета по печати
Ленинградской области

К.Н. Визирякин