II. Подпрограмма

«Наружная реклама города Мурманска» на 2018 – 2024 годы

Паспорт подпрограммы

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование муниципальной программы, в которую входит подпрограмма | Муниципальная программа города Мурманска «Градостроительная политика» на 2018 – 2024 годы |
| Цель подпрограммы | Создание условий для устойчивого развития и функционирования рынка наружной рекламы, увеличение его вклада в решение задач социально-экономического развития города Мурманска |
| Задачи подпрограммы | - |
| Важнейшие целевые показатели (индикаторы) реализации подпрограммы | Своевременность размещения социальной наружной рекламы.Своевременность выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.Объем доходов в бюджет муниципального образования город Мурманск от деятельности в сфере наружной рекламы |
| Заказчик подпрограммы | КГиТР |
| Сроки реализации подпрограммы | 2018 – 2024 годы  |
| Финансовое обеспечение подпрограммы | Всего по подпрограмме: 39 626,1тыс. руб. – МБ, в т.ч.: 2018 год – 895,5 тыс. руб.,2019 год – 9 234,5 тыс. руб.,2020 год – 9 496,1 тыс. руб.,2021 год – 5 000,0 тыс. руб.,2022 год – 5 000,0 тыс. руб.,2023 год – 5 000,0 тыс. руб.,2024 год – 5 000,0 тыс. руб. |
| Ожидаемые конечные результаты реализации подпрограммы | Своевременное размещение социальной наружной рекламы.Своевременная выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.Объем доходов в бюджет муниципального образования город Мурманск от деятельности в сфере наружной рекламы – 21 716,8 тыс. руб. (за весь период реализации подпрограммы)  |

1. Характеристика проблемы, на решение которой

направлена подпрограмма

В соответствии с Положением о комитете градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска, утвержденным решением Совета депутатов города Мурманска от 30.12.2009 № 14-187, Комитет:

- осуществляет подготовку схемы размещения рекламных конструкций на территории города Мурманска, решения администрации города Мурманска об утверждении схемы размещения рекламных конструкций на территории города Мурманска и вносимых в нее изменений;

- выдает разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в соответствии с административным регламентом, утвержденным постановлением администрации города Мурманска. Аннулирует разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории города Мурманска;

- выдает предписания о демонтаже рекламных конструкций, установленных и (или) эксплуатирующихся без разрешения, срок действия которого не истек, в соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе);

- проводит торги на право заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельных участках, зданиях, ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, а также земельных участках на территории города Мурманска, государственная собственность на которые не разграничена, в форме, установленной решением Совета депутатов города Мурманска от 24.06.2011 № 38-502 «Об установлении формы проведения торгов на право заключения договора на установку и эксплуатацию рекламной конструкции», заключает договоры на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, и на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена, за исключением случаев, предусмотренных частями 6, 7 статьи 19 Закона о рекламе.

В соответствии с постановлением администрации города Мурманска от 27.06.2017 № 2063 «Об утверждении порядка внесения изменений в схему размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Мурманск» предусмотрено внесение изменений в Схему не более двух раз в год.

С учетом требований постановления Правительства Мурманской области от 20.12.2013 № 752-ПП «Об утверждении порядка предварительного согласования схем размещения рекламных конструкций и вносимых в них изменений на территории Мурманской области» предельный срок договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на территории Мурманской области составляет пять лет, таким образом, срок действия указанных договоров влияет на динамику выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, что отражено в настоящей подпрограмме. Для проведения процедуры торгов Комитетом проводится определение рыночной стоимости права заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

Неотъемлемой частью работы Комитета является изготовление и размещение социальной наружной рекламы - информации, распространяемой на рекламных конструкциях (размером 3х6 метров, 1,4х3 метра, видеоэкранах на территории города Мурманска), адресованной неограниченному кругу лиц и направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, в том числе информацией:

1) о государственных и местных праздниках, программах, мероприятиях, проводимых как государственными органами власти, так и администрацией города Мурманска, ее структурными подразделениями;

2) о деятельности администрации города Мурманска, ее структурных подразделений с использованием средств наружной рекламы;

3) связанной с реализацией Стратегии социально-экономического развития муниципального образования город Мурманск до 2025 года по приоритетным направлением развития города:

- повышению уровня и качества жизни населения города;

- развитию конкурентоспособной экономики;

- инфраструктурной модернизации и обеспечению комфорта городской среды;

- развитию муниципального управления и гражданского общества.

Указанное изготовление и размещение социальной наружной рекламы соответствует основным направлениям развития Российской Федерации согласно протоколу заседания при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам от 13.07.2017 № 1, Указу Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации до 2024 года».

2. Основные цели и задачи подпрограммы, целевые показатели (индикаторы) реализации подпрограммы

| № п/п | Цель, задачи и показатели (индикаторы) | Ед. изм. | Значение показателя (индикатора) |
| --- | --- | --- | --- |
| Отчетный год | Текущий год | Годы реализации подпрограммы |
| 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Цель: создание условий для устойчивого развития и функционирования рынка наружной рекламы, увеличение его вклада в решение задач социально-экономического развития города Мурманска |
| 1. | Своевременность размещения социальной наружной рекламы  | да – 1, нет – 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2. | Своевременность выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций  | да – 1, нет – 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3. | Объем доходов в бюджет муниципального образования город Мурманск от деятельности в сфере наружной рекламы  | тыс. руб.  | 794,0 | 565,0 | 9 727,8 | 1 835,0  | 1 562,0 | 2 152 | 1 930,0 | 2 580,0 | 1 930,0 |

1. Перечень основных мероприятий подпрограммы на 2018 – 2024 годы

| № п/п | Цель, задачи, основные мероприятия | Срок выпол-нения (квар-тал, год) | Источ-ники финан-сирова-ния | Объемы финансирования, тыс. руб. | Показатели (индикаторы) результативности выполнения основных мероприятий | Исполнители, перечень организаций, участвующих в реализации основных мероприятий |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| всего | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2023 год | 2024 год | Наименование, ед. измерения | 2018 год | 2019 год | 2020 год | 2021 год | 2022 год | 2023 год | 2024 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| Цель: создание условий для устойчивого развития и функционирования рынка наружной рекламы, увеличение его вклада в решение задач социально-экономического развития города Мурманска |
| 1. | Осуществление деятельности в сфере наружной рекламы  | 2018-2024 годы | Всего, в т.ч.:МБ | 39 626,1 | 895,5 | 9 234,5 | 9 496,1 | 5 000, 0 | 5 000,0 | 5 000,0 | 5 000,0 | Повышение эффективности регулирования и контроля в сфере наружной рекламы (да – 1, нет – 0)  | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | КГиТР |
| 1.1. | Изготовление и размещение социальной наружной рекламы  | 2018-2024 годы | Всего, в т.ч.:МБ | 38 931,1 | 870,5 | 9 184,5 | 9 476,1 | 4 950,0 | 4 750,0 | 4 750,0 | 4 950,0 | Количество изготовленных рекламных материалов социальной наружной рекламы, шт. | 160 | 308 | 230 | 260 | 160 | 160 | 160 | КГиТР |
| 1.2.  | Внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций | 2018-2024 годы | МБ | 295,0 | 25,0 | 50,0 | 20,0 | 50,0 | 50,0 | 50,0 | 50,0 | Количество выполненных работ по внесению изменений в схему размещения рекламных конструкций, ед. | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | КГиТР |
| 1.3. | Определение рыночной стоимости права заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций  | 2018-2024 годы | МБ | 400,0 | 0,0 | 0,00 | 0,0 | 0,0 | 200,0 | 200,0 | 0,0 | Количество заключенных договоров, шт.  | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | КГиТР |
| 1.4. | Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций | 2018-2024 годы | не требует финансирования | Количество выданных разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, шт. | 225 | 85 | 40 | 158 | 100 | 230 | 100 | КГиТР |
| 1.5. | Выдача предписаний о демонтаже рекламных конструкций  | 2018-2024 годы | не требует финансирования | Количество выданных предписаний о демонтаже рекламных конструкций, шт. | 320 | 420 | 375 | 380 | 200 | 200 | 150 | КГиТР |
|  | Всего по подпрограмме, в т.ч.: | Всего,в т.ч.: | 39 626,1 | 895,5 | 9 234,5 | 9 496,1 | 5 000,00 | 5 000,00 | 5 000,00 | 5 000,0 |  |
| МБ | 39 626,1 | 895,5 | 9 234,5 | 9 496,1 | 5 000,00 | 5 000,00 | 5 000,00 | 5 000,0 |

4. Обоснование ресурсного обеспечения подпрограммы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Источник финансирования | Всего,тыс. руб. | В том числе по годам реализации, тыс. руб. |
| 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Всего по подпрограмме:  | 39 626,1 | 895,5 | 9 234,5 | 9 496,1 | 5 000,0 | 5 000,0 | 5 000,0 | 5 000,0 |
| в том числе за счет:  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| средств бюджета муниципального образования город Мурманск  | 39 626,1 | 895,5 | 9 234,5 | 9 496,1 | 5 000, 0 | 5 000,0 | 5 000,0 | 5 000,0 |

5. Оценка эффективности подпрограммы, рисков ее реализации

Для создания условий для устойчивого развития и функционирования рынка наружной рекламы, увеличения его вклада в решение задач социально-экономического развития города Мурманска Комитетом предусмотрена наиболее полная реализация полномочий муниципального образования город Мурманск в сфере наружной рекламы в соответствии с требованиями Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», Закона о рекламе.

Ожидаемыми конечными результатами реализации подпрограммы являются своевременность размещения социальной наружной рекламы и выдачи разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, обеспечение увеличения объема доходов в бюджет муниципального образования город Мурманск от деятельности в сфере наружной рекламы, включая доходы от государственной пошлины за выдачу разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций и прочих неналоговых доходов бюджетов городских округов – по договорам за установку и эксплуатацию рекламных конструкций на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, и на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена.

Основным внешним риском, который способен повлиять на реализацию подпрограммы, является возможность изменений в действующем законодательстве в сфере наружной рекламы, в том числе в части изменения требований к разработке Схем рекламных конструкций, введение технологических регламентов в части установки и эксплуатации рекламных конструкций, изменений количества освещаемых праздников, проектов, мероприятий, в том числе юбилейных.

Следствием указанных рисков может стать итоговое изменение как количественных, так и финансовых показателей выполнения мероприятий подпрограммы. Механизмом минимизации внешних рисков является своевременное внесение изменений в нормативно-правовые акты муниципального образования город Мурманск в целях приведения подпрограммы в соответствие законодательству Российской Федерации.

Внутренними рисками являются риски повышения затрат на изготовление и размещение социальной наружной рекламы в связи с проведением юбилейных мероприятий, особо значимых мероприятий в сфере спорта, культуры и иных сферах деятельности администрации города Мурманска и ее структурных подразделений. Механизмом минимизации внутренних рисков является своевременное внесение изменений в подпрограмму и бюджет муниципального образования город Мурманск.