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 распространения наружной рекламы, в том числе социальной рекламы |
| Задачи подпрограммы | -  |
| Важнейшие целевые показатели (индикаторы) реализации подпрограммы | Количество праздников, а также официальных мероприятий, в том числе направленных на благотворительные и иные общественно полезные цели, при подготовке и реализации которых использовалась социальная реклама |
| Заказчик подпрограммы | КГиТР |
| Сроки реализации подпрограммы | 2018 – 2024 годы  |
| Финансовое обеспечение подпрограммы | Всего по подпрограмме: 29 400,0 тыс. руб. – МБ, в т.ч.: 2018 год – 4 200,0 тыс. руб.,2019 год – 4 200,0 тыс. руб.,2020 год – 4 200,0 тыс. руб.,2021 год – 4 200,0 тыс. руб.,2022 год – 4 200,0 тыс. руб.,2023 год – 4 200,0 тыс. руб.,2024 год – 4 200,0 тыс. руб. |
| Ожидаемые конечные результаты реализации подпрограммы | Количество праздников, а также официальных мероприятий, в том числе направленных на благотворительные и иные общественно полезные цели, при подготовке и реализации которых использовалась социальная реклама (ежегодно), – 11 ед. |

1. Характеристика проблемы, на решение которой

направлена подпрограмма

Социальная реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

Органы местного самоуправления осуществляют закупки работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Социальная реклама в современном обществе занимает важное место в системе информационного воздействия, пропаганды социально значимых идей, распространение которых является реализацией ряда функций государства (социальной, политической, информационной). В последнее время социальная реклама, пропагандирующая здоровый образ жизни, сострадание, нравственные принципы, бережное отношение к окружающей среде, занимает достаточно большой сегмент рекламного рынка.

Объем такой рекламы с каждым годом становится все весомее, на сегодняшний день можно говорить о том, что органы государственной власти и местного самоуправления являются основным заказчиком социальной рекламы. Средства наружной рекламы расположены в границах территории муниципального образования, с учетом максимального визуального восприятия информационных сообщений, в связи с чем являются максимально эффективными в целях размещения социальной рекламы.

Посредством распространения социальной рекламы осуществляется информирование населения о программах, реализуемых администрацией города Мурманска, о проведении государственных и городских праздников, размещение инфографических поздравительных материалов и иной информации, связанной с деятельностью органов местного самоуправления, направленной на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей.

Комитет градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска в соответствии с его основными задачами утверждает схему размещения рекламных конструкций на территории города Мурманска. Схема размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Мурманск является документом, определяющим места размещения рекламных конструкций, типы и виды рекламных конструкций, установка которых допускается на данных местах.

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 размещения рекламных конструкций не более двух раз в год.

Также 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 градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска 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, и на земельном участке, государственная собственность на которые не разграничена на территории города Мурманска, в форме, установленной решением Совета депутатов города Мурманска, заключает договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности города Мурманска, и на земельном участке, государственная собственность на который не разграничена. В связи с этим, для процедуры проведения торгов проводится определение рыночной стоимости права заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций.

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

реализации подпрограммы

| №п/п | Цель и показатели (индикаторы) | Ед. изм. | Значение показателя (индикатора), годы реализации  |
| --- | --- | --- | --- |
| Отчет-ный год | Теку-щий год | Годы реализацииподпрограммы |
| 2016год | 2017год | 2018 год | 2019год | 2020год | 2021 год | 2022год | 2023год | 2024 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Цель: создание условий для распространения наружной рекламы, в том числе социальной рекламы |
| 1 | Количество праздников, а также официальных мероприятий, в том числе направленных на благотворительные и иные общественно полезные цели, при подготовке и реализации которых использовалась социальная реклама | Ед. | 5 | 5 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 |

3. Перечень основных мероприятий подпрограммы на 2018-2024 годы

3.1. Перечень основных мероприятий подпрограммы на 2018-2020 годы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Цель,основныемероприятия | Сроквыполнения(квартал,год) | Источникифинансирования | Объемы финансирования, тыс. руб. | Показатели (индикаторы) результативностивыполнения основных мероприятий | Исполнители,переченьорганизаций,участвующихв реализацииосновныхмероприятий |
| всего | 2018 год | 2019год | 2020год | Наименование, ед.измерения | 2018 год | 2019 год | 2020год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Цель: создание условий для распространения наружной рекламы, в том числе социальной рекламы |
| 1 | Основное мероприятие: осуществление деятельности в сфере наружной рекламы | 2018-2020  | Всего: в т.ч.: МБ  | 12 600,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | Своевременность информирования населения по социально значимым вопросам (да-1, нет-0) | 1 | 1 | 1 | КГиТР |
| 1.1 | Изготовление и размещение социальной наружной рекламы | 2018-2020  | Всего: в т.ч.: МБ  | 12 180,0 | 4 060,0 | 4 060,0 | 4 060,0 | Своевременность размещения социальной наружной рекламы (да - 1, нет – 0) | 1 | 1 | 1 |
| 1.2 | Внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций | 2018-2020  | Всего: в т.ч.: МБ  | 150,0 | 50,0 | 50,0 | 50,0 | Количество заключенных договоров, ед. | 1 | 1 | 1 |
| 1.3 | Определение рыночной стоимости права заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций  | 2018-2020  | Всего: в т.ч.: МБ  | 270,0 | 90,0 | 90,0 | 90,0 | Количество заключенных договоров, ед. | 1 | 1 | 1 |
|  | Всего по подпрограмме:  |  | Всего: в т.ч.: МБ  | 12 600,00 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 |  |  |  |  |  |

3.2. Перечень основных мероприятий подпрограммы на 2021-2024 годы

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Цель,основныемероприятия | Сроквыполнения(квартал,год) | Источникифинансирования | Объемы финансирования, тыс. руб. | Показатели (индикаторы) результативностивыполнения основных мероприятий | Исполнители,переченьорганизаций,участвующихв реализацииосновныхмероприятий |
| всего | 2021год | 2022 год | 2023 год | 2024год | Наименование, ед.измерения | 2021год | 2022год | 2023год | 2024 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| Цель: создание условий для распространения наружной рекламы, в том числе социальной рекламы |
| 1 | Основное мероприятие: осуществление деятельности в сфере наружной рекламы | 2021-2024  | Всего: в т.ч.: МБ  | 16 800,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | Своевременность информирования населения по социально значимым вопросам (да-1, нет-0) | 1 | 1 | 1 | 1 | КГиТР |
| 1.1 | Изготовление и размещение социальной наружной рекламы | 2021-2024  | Всего: в т.ч.: МБ  | 16 240,0 | 4 060,0 | 4 060,0 | 4 060,0 | 4 060,0 | Своевременность размещения социальной наружной рекламы (да - 1, нет – 0) | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.2 | Внесение изменений в схему размещения рекламных конструкций | 2021-2024  | Всего: в т.ч.: МБ  | 200,0 | 50,0 | 50,0 | 50,0 | 50,0 | Количество заключенных договоров,ед. | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 1.3 | Определение рыночной стоимости права заключения договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций  | 2021-2024  | Всего: в т.ч.: МБ  | 360,0 | 90,0 | 90,0 | 90,0 | 90,0 | Количество заключенных договоров,ед. | 1 | 1 | 1 | 1 |
|  | Всего по подпрограмме: |  | Всего: в т.ч.: МБ  | 16 800,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 |  |  |  |  |  |  |

1. 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:  | 29 400,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 |
| в том числе за счет:  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| средств бюджета муниципального образования город Мурманск  | 29 400,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 | 4 200,0 |

5. Оценка эффективности подпрограммы, рисков ее реализации

В результате реализации подпрограммы предполагается:

* размещать социальную наружную рекламу при проведении мероприятий администрацией города Мурманска, структурными подразделениями администрации города Мурманска;
* повысить информированность населения о социально значимых государственных и муниципальных проектах и программах, а также о мероприятиях, проводимых в городе Мурманске;
* производить информирование населения о государственных и городских праздниках.

Существует ряд внешних рисков, которые способны повлиять на реализацию подпрограммы, таких как:

* изменение действующего законодательства в сфере наружной рекламы;
* увеличение числа государственных праздников, спортивных или культурных мероприятий.

Следствием указанных рисков может стать итоговое изменение как количественных, так и финансовых показателей выполнения мероприятий подпрограммы.

Механизмом минимизации внешних рисков являются: своевременное внесение изменений в нормативно - правовые акты муниципального образования город Мурманск в целях приведения муниципальной программы в соответствие законодательству Российской Федерации.

Внутренними рисками являются риски повышения затрат на размещения социальной наружной рекламы. Механизмом минимизации внутренних рисков является своевременное внесение изменений в подпрограмму и бюджет муниципального образования город Мурманск.