

ПОДОПЛЁКА

С широко закрытыми глазами

Теневой рекламный рынок Перми может насчитывать более 700 рекламных конструкций

СЕРГЕЙ ИЛЬИН

Кризисные явления в экономике и падение доходов многожат болезненные общественные реакции на те или иные нововведения, которые диктуют власти. Если недавние примеры ожесточённых общественных дискуссий в Перми касались системы выборов или нового места для размещения зоопарка, то совсем свежие реакции общества связаны, например, с введением новой маршрутной сети для общественных перевозок или системой уборки городских дорог и тротуаров.

То есть если вчера дебаты шли вокруг достаточно отвлечённых политических или экологических тем, то сегодня, по всей видимости, общественное мнение начинают «потряхивать» сугубо практические вопросы, за которыми стоят не просто чьи-то деньги и интересы, а конкретные условия среды обитания или рабочие места сотен, а то и тысяч пермяков.

К таким темам как раз относится очередная точка напряжения 2015 года — рынок наружной рекламы, который исправно приносил в городской бюджет заметные дивиденды. С одной стороны, на этом рынке сейчас наблюдается мощное падение продаж. С другой — властные манёвры, начатые на этом рынке пару лет назад, приводят к своим первым результатам. Результаты пока неважные.

Так, судебная война отдельных структур с целыми секторами этого бизнеса, которую «Коммерсантъ. Прикамье» уже объяснил сугубо политическими мотивами, пока грозит только одним — падением доходов бюджета Перми.

Дискуссия, которая живо началась в среде участников рекламного рынка, быстро привела к удивительным открытиям, они чисто теоретически могли бы заинтересовать самые разные надзорные органы. Ну или как минимум наш городской депутатский корпус, который в последнее время по степени активной «заботы об избирателях» и вовлечённости в принятие важных решений давно переплюнул своих коллег из краевого парламента.

Расчёты, которые сделал «Новый компаньон», аккумулировав данные, предоставленные участниками рынка, позволяют выдвинуть гипотезу о том, что



ФОТО СЕРГЕЙ КОПЫШКО

в Перми вот уже более года процветает огромный теневой рынок наружной рекламы. Этот рынок не только никем не регулируется, но и преимущественно не платит ничего в бюджет.

Логичным выглядит предположение о том, что бизнес этот «гребёт лопатой» сверхприбыли в ущерб государству и муниципалитету. Потери бюджета города от теневой деятельности в части недоимок можно оценить в 75 млн руб. — только за 2014 год.

Сравнить, подчёркиваем, оценочные доходы бюджета от легальной рекламы и его оценочные же потери от нелегальной деятельности на этом рынке можно с помощью приведённых ниже таблиц.

Какие данные позволяют опрошенным «Новым компаньоном» участникам рынка делать выводы о наличии в городе более 700 незаконных конструкций? Статистика, мониторинг коммерческих предложений и открытых источников по торгам на размещение конструкций для наружной рекламы в Перми. Такие торги в последний раз проходили в 2013 году. Лоты торговались только по 54 улицам Перми.

В Перми действует положение о рекламе, где прописаны условия, регламентирующие правила размещения рекламных конструкций на территории города. Согласно этим пунктам даже по упомянутым 54 улицам не все конструкции были расторгнованы. Многие из тех, что стоят на них и сегодня, не соответствовали требованиям и, следовательно, должны быть демонтированы.

По другим улицам Перми торги просто не проходили. Соответственно получается, что все конструкции на них фактически незаконны аж с июля 2013 года — именно тогда закончились последние разрешения на размещение большинства рекламных конструкций в Перми.

То есть уже больше года всех, видимо, устраивает сложившийся статус-кво: менять установленный порядок вещей никто не спешит. Так, согласно планам администрации Перми доходы городского бюджета от наружной рекламы должны составить около 120 млн руб. в год в 2015, 2016 и 2017 годах. Эти цифры вполне коррелируются с приведёнными нами расчётами присутствия на рынке легальных игроков. Поэтому напрашивается вывод о том, что наращивать объёмы доходов за счёт ликвидации незаконных рекламных конструкций и вывода значительной части рынка из тени в ближайшие три года никто не собирается.

Вот только проблема в том, что удержать запланированную доходность вряд ли получится. Ведь на данный момент власти могут отчитаться лишь о судебных победах государственных структур над легальным сектором рекламного бизнеса — даже не заикаясь о факте существования нелегального.

По сути, в этих отчётах мы слышим предсмертный писк курицы, которая годами исправно несла золотые яйца, а теперь её режут для того, чтобы сварить суп.

Таблица 1. Рекламные конструкции с разрешениями

Наименование	Количество	Ср. платеж за 1 РК, в год	Платежи в бюджет, в год
Пиллар	68	35 638,16	2 423 395,20
Сити-формат	266	12 541,92	3 336 150,34
Сити-борд	176	71 267,06	12 543 002,34
Суперсайт	21	344 757,60	7 239 909,60
Лайт-бокс	83	9 016,71	748 387,26
Щит	438	112 443,36	49 250 190,24
Экран	10	23 378,33	233 783,26
Транспарант-перетяжка	424	105 474,48	44 721 179,52
	1 486	714 517,62	120 495 997,77

Таблица 2. Рекламные конструкции без разрешений

Наименование	Количество	Ср. платеж за 1 РК, в год	Платежи в бюджет, в год
Пиллар	17	35 638,16	605 848,80
Сити-формат	69	12 541,92	865 392,38
Сити-борд	41	71 267,06	2 921 949,41
Суперсайт	15	344 757,60	5 171 364,00
Лайт-бокс	0	9 016,71	0,00
Щит	532	112 443,36	59 819 865,77
Экран	1	23 378,33	23 378,33
Транспарант-перетяжка	45	105 474,48	4 746 351,60
	720	714 517,62	74 154 150,29