

Москва прошла огромный путь от рекламного хаоса, базара и бардака и пришла к цивилизованному рынку рекламы.

09.10.2014

Впервые в мире проводится такой рекламный саммит, — выступил с приветственным словом Сергей Собянин. — Событие объединило 30 стран, профессионально занимающихся этим рынком. Москва может по праву считаться глобальным центром и входит в пятерку крупнейших городов мира по развитию медиа-коммуникаций. Речь идет не только о наружной рекламе, но и об активно растущем интернет-рынке. Москва по развитию этого сегмента входит в мировые лидеры. В столице сосредоточена не только львиная доля рекламной индустрии, здесь работают крупнейшие агентства и специалисты в области коммуникаций. На саммите предстоит обсудить важные проблемы: размещение рекламы в городской среде, выстраивание коммуникаций с гражданами. Москва за последние годы прошла огромный путь — от хаоса на рынке рекламы до прозрачных и понятных правил игры. Еще недавно пространство было перегружено рекламой, улицы были завешены перетяжками и баннерами так, что не было видно неба. Это не устраивало город и его жителей. Реклашники страдали от имиджевых потерь.

Сергей Собянин напомнил, что ситуация изменилась в 2012 году, когда было принято постановление правительства Москвы о размещении рекламы в городе. В основе документа были заложены базовые принципы: запретили использовать баннеры, уродующие фасады зданий. В то же время город приветствовал использование современных конструкций и технологий, в том числе интерактивных.

По словам Сергея Собянина, по новым правилам общая площадь рекламных конструкций сократилась в Москве в 8 раз.

Правительство утвердило понятную схему размещения конструкций, — подчеркнул градоначальник. — В историческом центре, конечно, меньше рекламы. В этом году мы будем работать не только по бумажной схеме, но и введем контроль с помощью системы ГЛОНАСС, которая будет следить за тем, где и как размещена реклама. Для участников рынка выработаны стабильные правила доступа. Впервые с 2013 года все рекламные места разыгрываются на аукционе сроком на 10 лет. Формирование рынка не является изолированным проектом. Москва прикладывает серьезные усилия по улучшению общественного пространства.

Мэр столицы напомнил, что ежегодно в городе реставрируются 300 исторических зданий, ремонтируются тысячи фасадов, создаются парки, скверы.

На этом фоне новые рекламные конструкции выглядят более органично, добавляя качества общественной среде, — продолжил он. — Реклама не уродует город, а украшает его. И бизнес принял правила игры. На 9 тысяч рекламных конструкций за два года пришло много инвесторов. В результате цена лотов выросла в 3-3,5 раза. Это серьезные дополнительные доходы бюджета, которые столица до этого не получала. В то же время это уверенность рынка в том, что рекламный рынок будет дальше развиваться по понятным и прозрачным правилам. Москва является уникальной площадкой для медиа-коммуникаций. Здесь создан огромный рынок телерекламы. По количеству СМИ Москва входит в десятку крупнейших городов, и фонд работы огромен. Мы готовы презентовать практику по каждому направлению, но открыты для опыта других городов.

Сергей Собянин также напомнил участникам саммита, что 10 октября в городе открывается международный фестиваль «Круг света». На нем будут представлены самые современные технологии со всего мира по художественному освещению городского пространства, новым передовым технологиям светотехники. «Я надеюсь, это будет не только приятно, но и полезно участникам форума», - подытожил глава города.

Адрес страницы: <http://marino.mos.ru/presscenter/news/detail/1337295.html>
