

# **Современные условия для развития социальной рекламы в Краснодаре**

*Светлана Рубашкина,  
генеральный директор Центра «Своя траектория»*

**30 июля 2009** – Правительством РФ принята Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации

### **Содействие развитию института социальной рекламы:**

- четкое разграничение в законодательстве Российской Федерации понятия "реклама" и "социальная реклама";
- обеспечение мер, направленных на повышение качества социальной рекламы и ее эффективное размещение;
- проведение общественных слушаний по вопросам организации кампаний в сфере социальной рекламы, финансируемых из бюджетных источников;
- проведение исследований для определения приоритетных и актуальных тем социальной рекламы, способов их подачи и оценки эффективности. Развитие законодательной среды.

## ***Законодательные инициативы по развитию социальной рекламы***

Рассмотрены в первом чтении. Второе чтение запланировано в ГД РФ в 2011.

### ***Законопроект № 395585-5 «О внесении изменений в Федеральный закон "О рекламе" (в части социальной рекламы)***

- 1) дополнить положением о создании благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы;
- 2) в социальной рекламе продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать 3 секунд, и такому упоминанию должно быть отведено не более чем 7 процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не более чем 5 процентов рекламной площади.

- 3) это ограничение не распространяется на упоминание в социальной рекламе об органах государственной власти и органах местного самоуправления, а также о социально ориентированных некоммерческих организациях и физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в случае размещения социальной рекламы с целью оказания им благотворительной помощи.

***Законопроект № 385319-5 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части совершенствования налогообложения некоммерческих организаций и благотворительной деятельности»***

- 1) Отмена НДС при безвозмездном оказании услуг по изготовлению и (или) распространению социальной рекламы.
- 2) Расходы, связанные с безвозмездным оказанием услуг по изготовлению и (или) распространению социальной рекламы, признаются для целей налогообложения.

***№ 40-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций», 5 апреля 2010:***

Уполномочивает органы государственной власти и органы местного самоуправления оказывать информационную поддержку социально ориентированным НКО путем создания и обеспечения федеральных, региональных и муниципальных информационных систем и информационно-телекоммуникационных сетей (ст.31.1, п.12)

*Развитие законодательства в сфере благотворительности и деятельности социально-ориентированных НКО дало толчок для развития социальной рекламы в разных регионах России.*

## Санкт-Петербург

**Постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 01.04.2008 N 321** утверждено положение о порядке предоставления грантов Санкт-Петербурга на производство и размещение социальной рекламы:

- гранты предоставляются юридическим лицам из бюджета в соответствии с Законом «О грантах Санкт-Петербурга на производство и размещение социальной рекламы» ;
- даны определения затрат по созданию и распространению социальной рекламы для редакций печатных и электронных СМИ, информационных Интернет-порталов и иных производителей социальной рекламы;
- определен конкурсный механизм выделения бюджетных средств на производство и размещение социальной рекламы.

## **Как проводится конкурс грантов**

1. Ответственный - Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации оповещает через СМИ о приеме заявок на конкурс **не позднее 3 месяцев** со дня принятия закона Санкт-Петербурга о бюджете Санкт-Петербурга на соответствующий финансовый год и **30 дней до начала конкурса**. Извещение о приеме заявок должно содержать сведения о предмете, времени и месте проведения конкурса.
2. Есть утвержденная Комитетом форма заявки на конкурс.
3. Конкурс проводится экспертным советом, создаваемым Комитетом .
4. Решения экспертного совета носят рекомендательный характер.
5. Гранты предоставляются на основании распоряжения Комитета, издаваемого с учетом решения экспертного совета.
6. Итоги конкурса публикуются Комитетом **в течение 15 дней со дня его проведения** в тех СМИ, в которых было размещено извещение о приеме заявок.

### ***Требования к конкурсным проектам:***

- художественная новизна и оригинальность проекта;
- всецелый охват целевой аудитории;
- прогнозирование предполагаемого результата;
- возможность последующего использования результатов реализации проекта;
- актуальность для Санкт-Петербурга проблем, затронутых в проекте;
- привлечение населения Санкт-Петербурга к участию в обсуждении актуальных вопросов Санкт-Петербурга;
- соответствие привлекаемых ресурсов (кадровых, материально-технических, финансовых) для проекта уровню поставленной задачи;
- соответствие требованиям к содержанию и оформлению заявки на участие в конкурсе;
- реализация проектов по приоритетным направлениям, социального развития Санкт-Петербурга;
- определение размера 1 гранта не более одной трети от общего объема средств, предусмотренных в бюджете Санкт-Петербурга на выплату грантов на соответствующий финансовый год.



## ***Приоритетные направления для конкурса социальной рекламы в Санкт-Петербурге:***

- Профилактика СПИДа, туберкулеза и других опасных инфекционных заболеваний
- Профилактика наркомании, алкоголизма, токсикомании, табакокурения
- Профилактика преступлений против личности
- Защита прав потребителей, в том числе защита от недобросовестной рекламы
- Поддержание чистоты и благоустройство Санкт-Петербурга
- Гармонизация межнациональных отношений и формирование толерантного сознания в области межнациональных отношений
- Профилактика демографического кризиса, укрепление семейных ценностей
- Патриотическое воспитание, укрепление воинских и гражданских традиций
- Антикоррупционная проблематика и профилактика коррупционных правонарушений
- По проблемам определенных групп населения Санкт-Петербурга, выявленных в результате социологических исследований накануне конкурса (не более 2-х направлений)

## **Эффективность конкурсов грантов социальной рекламы в Санкт-Петербурге**

### **Итоги конкурса «Нет коррупции» (Санкт-Петербург, 2009)**

По информации пресс-службы Комитета по вопросам законности, правопорядка и безопасности, число звонков на «горячую линию» выросло после того, как на транспортных магистралях города с апреля 2009 года стали появляться плакаты с социальной рекламой, направленной на привлечение населения к борьбе с коррупцией.



## ПРОБЛЕМЫ ОТБОРА ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ



## Проекты, победившие по итогам конкурса в Санкт-Петербурге в 2010 г

- Производство двух циклов рекламных роликов – 1) на тему «Профилактика демографического кризиса, укрепление семейных ценностей»; 2) направленных на профилактику нарушений правил дорожного движения и предупреждение детского дорожно-транспортного травматизма (*Центр новых технологий*)
- Проект «Айда!» по направлению «Профилактика наркомании, алкоголизма, токсикомании, курения» (*Рекламное агентство «ИМА-пресс»*)
- Проекты «Музеи Санкт-Петербурга – Году учителя» и «Этот день мы приближали, как могли. Фонды ленинградских музеев и их хранители» (*Агентство «Северовест медиа»*)
- Проект «Проведение в России Года учителя» (*ООО «Метроном»*)
- Проект, направленный на популяризацию физкультуры и спорта (*ООО «ТехнологияРекламы»*)

## Нижний Новгород

**2009 г.** – Главой города Принято решение о запуске проекта общегородской социальной рекламы «РЕформа».

Руководители общественных объединений и СМИ вышли с инициативой реализации данного социального проекта и подписали с Главой города соглашение о сотрудничестве.

Создан экспертный совет, состоящий из 63 руководителей наиболее авторитетных организаций и структур Нижнего Новгорода, делегировавших свои полномочия президиуму, в состав которого входят 17 человек: руководители общественных объединений, ведущих СМИ, депутаты городской Думы, представители федеральных структур и силовых ведомств, политологи.

Генеральный партнер проекта - компания наружной рекламы «NEWSOUTDOOR» : ежемесячно предоставляет уличные щиты разного формата для размещения социальной рекламы во всех районах города, а так же выполняет дизайн-макеты плакатов и осуществляет монтаж и демонтаж постеров.

## **Условия и механизм реализации проекта:**

Цель проекта - привлечь общественное внимание к значимым проблемам и путям их решения с помощью социальной рекламы и изменить мировоззрение людей.

Учредитель проекта - администрация Нижнего Новгорода.

**Ограничения по участию в проекте нет.** В нем могут принимать участие НКО, СМИ, рекламные агентства и иные организации, профессиональные художники, дизайнеры, учащиеся средних и высших учебных заведений, воспитанники дошкольных образовательных учреждений и жители города Нижнего Новгорода.

Решение по размещению социальной рекламы принимается не администрацией, а в ходе открытого обсуждения президиумом Экспертного совета, заседания которого проводятся **каждые 2 месяца.**

Проект является социальным и все финансирование затрат, связанных с проектом, осуществляется **за счет средств партнеров.**

### ***Как реализуется проект:***

В администрацию города поступают предложения по размещению социальной рекламы от организаций.

Все поступившие макеты плакатов и видеоролики рассматриваются на заседании президиума экспертного Совета.

Президиум принимает решение о размещении социальной рекламы путем голосования.

### ***Итоги реализации проекта (с апреля 2009 г. по сент.2010):***

За это время по 52 темам размещено на щитах уличной рекламы 680 плакатов социальной тематики.

## ***Тематика размещенных плакатов***

Ищешь работу, звони!

Чистый город начни с себя!

Будем читать! – плакаты, пропагандирующие любовь к чтению

Плакаты на тему внимательного отношения к людям с ограниченными возможностями и безопасности дородного движения

Устройство детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, на воспитание в семью

Сохранение культурного наследия (презентация проекта художественного музея)

Рисунки детей-победителей конкурса «Мы вместе - город и я, мы вместе город-семья»



## ***Тематика размещенных плакатов***

- Ищешь работу, звони!
- Чистый город начни с себя!
- Будем читать! – плакаты, пропагандирующие любовь к чтению
- Плакаты на тему внимательного отношения к людям с ограниченными возможностями и безопасности дородного движения
- Устройство детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, на воспитание в семью
- Сохранение культурного наследия (презентация проекта художественного музея)
- Рисунки детей-победителей конкурса «Мы вместе - город и я, мы вместе город-семья»

- цикл плакатов «А знаете ли вы, что?», посвященных открытиям, изобретениям родом из Нижнего Новгорода
- плакаты проекта «Добрый Нижний»
- антинаркотические плакаты «Скажи смерти нет!» и др.

**В эфире региональных телекомпаний демонстрировались  
37 социальных ролика:**

Прием детей в семью

Донорство

Помоги детям сделать правильный выбор!

(антинаркотический ролик)

Цикл роликов о выдающихся нижегородцах, посвященный Дню

города

Цикл роликов по безопасности дорожного движения

Мультфильмы об известных нижегородцах

## Социальная реклама распространяется также:

- в виде плакатов в крупных торговых центрах;
- в виде видеороликов транслируется в метро;
- на плазменных экранах торговых центров и ночного клуба «Z-top»;
- демонстрируется перед началом киносеансов в сети кинотеатров «Империя грез»;
- в виде аудио-роликов звучит на рынках и стадионах города.

Также социальная реклама размещается **на обратной стороне квитанций по оплате жилищно-коммунальных услуг**. Тематика, обозначенная на квитанциях, меняется ежемесячно. Эти квитанции доставляются **в 470 000 квартир** нижегородцев.

## Эффективность проекта «Реформа» по развитию социальной рекламы в Нижнем Новгороде:

- После размещения плакатов «Ищешь работу, звони!» **количество звонков в центр занятости увеличилось в 2 раза**, и в 80% случаев людям удалось помочь
- После трансляции видеоролика о донорстве **количество сдающих кровь увеличилось на 18%** (на 9 тысяч человек)
- После размещения плакатов о детях, ждущих своих родителей, **чаще поступали звонки с вопросами по усыновлению детей**
- Благодаря плакатам, призывающим посещать художественный музей, **количество посетителей музея увеличилось.**

## Эффективность проекта «Реформа» по развитию социальной рекламы в Нижнем Новгороде:

Плакаты по безопасности дорожного движения («Пристегни самое дорогое» и «Самые вежливые водители - нижегородцы») положительно повлияли на статистику аварийности.

### По данным УГИБДД по Нижегородской области уменьшилось:

количество нетрезвых водителей - **на 25%**,  
количество наездов на пешеходов на «зебре» - **на 23%**,  
количество ДТП по вине пешеходов - **на 22%**,  
количество ДТП с детским травматизмом - **на 13%**,  
количество ДТП - **на 9%**,  
количество погибших - **на 7%**,  
количество раненых - **на 5%**.

По мнению общественности и администрации города: **«Создан понятный прозрачный механизм размещения социальной рекламы: есть что разместить – присылай».**

В дополнение к этому администрацией города проводится ежегодный грантовый конкурс «Будущее Нижнего», в рамках которого могут быть поддержаны проекты по развитию социальной рекламы.





## Краснодар

Использование социальной рекламы в продвижении идей благотворительности и добровольчества среди горожан.

### Всероссийская кампания «Так просто!»

*Координатор в Краснодаре:*  
Центр развития социально-культурных проектов «Своя траектория» (с 1 июня 2010)

Кампания проводится при поддержке АСИ (Москва): предоставлены **ролики социальной рекламы и шаблоны** для разработки плакатов

***Задачи кампании в Краснодаре,  
на лето-осень 2010 года:***

- сделать бренд «Так просто!» узнаваемым в городе среди граждан и организаций, заинтересованных в развитии благотворительности и добровольчества;
- сформировать пул сторонников и партнеров из НКО, бизнеса, СМИ и местных органов власти по продвижению идей благотворительности и добровольчества;
- через продвижение идей и мероприятий кампании расширить круг участников благотворительной и добровольческой деятельности в городе среди заинтересованных организаций и граждан (особенно молодежи).



***Продвижение идей кампании «Так просто!» с помощью роликов социальной рекламы и других визуальных материалов***

**Июнь – декабрь 2010 г.** - демонстрация роликов «Так просто!» на светодиодном экране над центральным входом: ул.Северная / ул. Красная *(при поддержке ТРЦ «Галерея Краснодар» )*

**Июль 2010 г.** – демонстрация роликов «Так просто!» перед каждым киносеансом в 6 кинозалах 4 кинотеатров *(при поддержке сети кинотеатров «Монитор»)*.

**Июль - сентябрь 2010 г.** - фотовыставка «Ответственность сильных», отражающая лучшие благотворительные практики краснодарских компаний во взаимодействии с НКО. Фотографии выставки были оформлены в едином стиле с использованием символики Всероссийской кампании «Так просто!» и указанием адреса сайта кампании *(при поддержке ТРЦ «Галерея Краснодар»)*

ОАО Банк ВТБ  
Благотворительная программа “Мир без слез”  
Май 2010 г.



[www.tak-prosto.org](http://www.tak-prosto.org) — о добрых делах  
и возможностях их делать

«Центр развития социально-культурных проектов «Своя траектория» Тел. (861) 234-51-73. E-mail: arubashkina@rambler.ru

Символика кампании «Так просто!» была взята за основу для разработки единого визуального стиля для фестиваля «Добрый Краснодар»



В фестивале приняли участие более 300 молодых и взрослых волонтеров – жителей Краснодара.

## **Рекомендации по развитию социальной рекламы в Краснодаре**

1. Создать коалицию из представителей всех заинтересованных сторон (местные органы власти, рекламные агентства, НКО, СМИ и др.)
2. Определить приоритетные тематические направления для социальной рекламы в городе
3. Специалистам администрации города во взаимодействии с представителями заинтересованных сторон разработать программу поддержки развития социальной рекламы в Краснодаре (включая финансовую )
4. Провести практическое обучение по разработке социальной рекламы среди представителей заинтересованных сторон
5. Провести конкурс социальной рекламы с дальнейшим размещением победивших работ