

Московские outdoor-операторы перечислили в бюджет города порядка 20 млрд рублей

17 Декабря 2014

Порядка 20 млрд руб. поступило в бюджет Москвы за последние два года за счёт наружной рекламы. Об этом сообщил руководитель столичного департамента СМИ и рекламы столицы Владимир Черников, выступая на заседании комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере рекламы «Рекламная отрасль: итоги 2014 г.». Последние 6,5 млрд руб. поступили вчера, сообщает[АГН «Москва»](http://www.mskagency.ru/materials/1898182).

По словам Владимира Черникова, компании перечислили на счета деньги за будущий год. Из семи игроков столичного outdoor-рынка не заплатила (1,3 млрд руб.) всего одна компания – «Илион». Чиновник отметил, что по закону конструкции, принадлежащие оператору, должны быть снесены. Однако ведомство старается сделать всё, чтобы найти пути выхода из сложившейся ситуации.

«Поскольку для нас участники рынка – не контрагенты, а партнёры», – цитирует Владимира Черникова АГН «Москва».

Напомним, о том, что у некоторых столичных операторов есть проблемы с оплатой счетов, руководитель департамента СМИ и рекламы Москвы Владимир Черников сообщил ещё 5 декабря на [конференции «Эффективная наружная реклама: новая реальность»](http://www.outdoor.ru/news/vremena_goda_rossiyskoy_ooh_industrii/?sphrase_id=2117), которую проводит журнал Outdoor Media. Тогда он заявил, что ведомство будет следить за ситуацией до 12 декабря. Добавим, что операторы оплатили первый и последний год работы в 2013 г. Сейчас они должны заплатить за следующий год аренды рекламных мест.

По итогам рекламных аукционов, состоявшихся в августе 2013 г. и сентябре 2014 г., в ближайшие 10 лет в городе будут работать семь компаний: Russ Outdoor, ООО «Художественно-производственное объединение» («Руан»), Gallery, «Расвэро», «Олимп», «Илион» (представляет «НИКЭ»), ООО «ТРК». Операторы будут размещать рекламу в совокупности на 8,8 тыс. носителях. За это право в городской бюджет они должны перечислить за всё время действия договоров почти 100 млрд руб.

Добавим, заседание в ТПП посвящено подведению итогов развития рынка рекламы в уходящем году и определению задач комитета ТПП РФ в области развития рекламного рынка на 2015 г.