

Наружная реклама

как инструмент формирования медиапространства

# Определение

Наружная реклама - это традиционный и популярный, третий по значимости канал распространения рекламы, используемый в России и других странах. Ее располагают вне зданий, под открытым небом. Значение данного канала для рекламного рынка в России растет, что подтверждается его ускоренным развитием по сравнению с другими каналами. В настоящее время она занимает около 30% рекламного рынка. Наружная реклама эффективно применяется в следующих целях:

- Укрепление позиции компании на рынке;
- Достижение максимального охвата аудитории рекламными обращениями в нужном месте и в нужное время;
- Увеличение узнаваемости как корпоративной, так и торговых марок среди целевой аудитории.

# Плюсы и минусы наружной рекламы

## **Плюсы наружной рекламы:**

- Частотность;
- Гибкость за счет размещения на разных территориях;
- Невысокая стоимость;
- Долговременность воздействия на аудиторию.

## **Минусы наружной рекламы:**

- Огромные сроки на проведение рекламной акции;
- Постоянное обновление;
- Контроль для устранения повреждений.

# Виды наружной рекламы

- **Рекламный щит** – закрепленная реклама, имеющая своей целью внести в сознании потенциальных покупателей названия товара или компании. Рекламный щит должен содержать название компании, слоган, направление деятельности, телефон, адрес. Обычно их устанавливают вдоль автотрасс и в местах скопления людей. Рекламные щиты являются напоминанием потребителям о компаниях или товарах;
- **Вывеска** – краткий текст у входа в учреждение, сообщающий о характере его деятельности. Размеры вывески и ее размещение определяются в постановлении местной власти;
- **Световая реклама** – контрастная и больших размеров, благодаря которой приобретает наибольшую привлекательность, запоминаемость, зрелищность. Световая реклама используется только для товаров, которые являются основными и долговременными объектами деятельности компании.

**Лайтбокс** - застекленный рекламный планшет с подсветкой, приспособленный преимущественно к размещению на остановках городского транспорта.

Пилон - конструкция с двумя рекламными поверхностями. Рекламное сообщение, размещенное на пилоне, обязательно будет замечено.

**Штендеры** - отдельно стоящая выносная и раскладная конструкция из фанеры, картона, пластика или металла. Часто используется небольшими кафе, магазинами, пунктами обмена валюты, расположенными в глубине дворов. Обычно штендеры выполняют функции указателей, но на них также имеется и некоторая содержательная информация.

Наружная реклама - это средство воздействия, способное настичь человека на улице или во время поездок.

Для наружной рекламы есть пять требований:

- Часто попадаться на глаза;
- Притягивать к себе внимание;
- Быть краткой;
- С легкостью читаемой на ходу;
- Быть понятной.

Наружную рекламу обычно используют для товаров(услуг), которые можно представить с помощью конкретного изображения и краткого текста.

## **Наружная реклама выполняет две функции напоминания и информирования**

Локациями для “напоминающей” или “информирующей” рекламы имеют место быть рекламные панели в вагонах метро. У находящихся в метро достаточно времени, чтобы обратить внимание на рекламу. Возможно выбрать места для охвата людей преимущественно определенного типа. Задние стенки автобусов будут в поле зрения автомобилистов, а дети и взрослые, пользующиеся общественным транспортом, будут читать рекламу на панелях в салонах автобусов. Плакаты на пригородных станциях железных дорог с большей вероятностью привлекут внимание пассажиров.

# Порядок размещения наружной рекламы

Рекламное агентство должно взять на себя всю ответственность для места размещения рекламы, оформление и согласование паспорта на это место, изготовление и согласование эскизов и рекламной конструкции, а также установку конструкции.

Паспорт на каждое конкретное место рекомендуется согласовывать с городскими службами.

Набросок рекламного сообщения и проект конструкции требуют в обязательном порядке согласования со службами архитектуры.

В большинстве случаев в городах России не допускается самостоятельная установка наружной рекламы, поэтому требуется получения разрешения в установленном местными властями порядке.

Рекламодателю или рекламному агентству при составлении сметы на наружную рекламу целесообразно предусмотреть стоимость регистрации и оформления, стоимость арендной платы за рекламные места, стоимость изготовления и стоимость монтажа рекламной конструкции.

# Особенности наружной рекламы в городе Казань

Наружная реклама всегда занимала одну из ведущих позиций в столице Татарстана. Сегодня это один из наиболее востребованных сегментов рынка рекламы. Казань стала первым городом, где начали проводить аукционы по продаже наружной рекламы.

Если говорить о нынешнем состоянии рынка, то объем рекламного рынка республики Татарстан за первое полугодие 2017 года составил 682 млн рублей. Об этом говорится в исследовании российского рынка рекламы Ассоциацией Коммуникационных Агентств России (АКАР). За предыдущие 5 лет бюджет города за счет рекламы пополнился 1,4 миллиардами рублей. По данным управления наружной рекламы, в этом году поступило 79,5 миллионов рублей. В 2020 город рассчитывает получить не менее 145 миллионов.

Наибольшая доля рекламных бюджетов приходится на щиты 3x6 (билборды), они остаются наиболее востребованным форматом наружной рекламы, несмотря на значительный рост цен. На втором месте – брендмауэры.

В Казани с 2018 года изменятся правила размещения наружной рекламы. Срок заключения договоров на использование рекламных конструкций увеличат в 2 раза - с 5 до 10 лет. Поменяется схема оплаты. Вводятся новые высокотехнологичные форматы рекламных конструкций: электронно-цифровая поверхность, проекционная реклама, коммуникационные указатели.

Таким образом Казань по-прежнему остается одним из самых привлекательных городов в России для рекламодателей. На это влияют такие факторы, как покупательная способность жителей, проведение крупных международных мероприятий, туристическая привлекательность города, высокий уровень городской инфраструктуры.

Размещение рекламы любой формы согласовывается с местными властями, так как правила устанавливаются только городской администрацией. В правилах оговаривается, какие виды разрешены для размещения и необходимые документы для наружной рекламы. В некоторых случаях правила могут даже вносить поправки, касающиеся дизайна рекламы. Получить разрешение сложно из-за большого комплекта сопровождающих документов. Большая их часть связана с тем, где будет размещен щит или иная разновидность рекламы. Регистрации подлежит даже небольшая неосвещенная вывеска.

Стандартный комплект документов требует:

- Заполненный бланк заявления в 2 экземплярах;
- Устав и свидетельство о регистрации организации;
- Информацию о месте размещения с прилагаемой схемой объекта и цветными фотографиями с нескольких сторон;
- Цветной эскиз наружной рекламы с информацией о размере и материалах;
- Документ, подтверждающий разрешение собственника здания или участка, где будет размещаться реклама.

Больше всего нюансов связано с последним пунктом. Для вывески достаточно подтверждения того, что магазин находится в собственности заявителя. В остальных случаях требует решение районного архитектора или согласием собрания жильцов. Перечень зависит от того, в чьей собственности находится объект, уточнить инструкцию можно в районной или городской администрации. Штраф за наружную рекламу без разрешения описывается в Кодексе об Административных Правонарушениях статья 14.37. Для индивидуального предпринимателя штраф составит всего несколько тысяч рублей (от 3 до 5), юридическим лицам до 1 млн. рублей.