

**Залесский Б.Л.**  
*Белорусский государственный университет*

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В БЕЛАРУСИ

В Республике Беларусь наружная реклама является одним из наиболее эффективных и востребованных рекламодателями видов рекламы. Объясняется это тем, что она наиболее доступна потребителям и уже по этой причине считается перспективным направлением на белорусском рекламном рынке, а также существенно влияет на развитие социально-экономической инфраструктуры населенных пунктов, их художественно-архитектурное оформление. Безусловно, ее развитие имеет большое значение для формирования полноценной внешней среды для жителей Беларуси, сохранения ее природных компонентов и историко-культурного наследия.

Еще в первом полугодии 2009 года наружная реклама в структуре белорусского рекламного рынка составляла 20 процентов, отставая от телевизионной на 12 процентов. В стране тогда было «размещено более 33 тысяч сторон средств наружной рекламы» [1]. И уже тогда на всех уровнях ставилась задача по наращиванию объемов наружной рекламы отечественных производителей в целях продвижения на рынке товаров и увеличения товарооборота. В частности, для создания обстановки открытости и прозрачности этого сегмента рекламного рынка во всех белорусских областях и в столице были утверждены региональные концепции развития наружной рекламы, разработаны городские и районные планы размещения наружной рекламы, содержащие оперативную информацию о перспективных местах размещения средств наружной рекламы.

Эти меры дали свои результаты. К 2015 году уже «около 80% мест для размещения наружной рекламы в Беларуси» [2] стало продаваться через аукционы, что позволило в значительной степени минимизировать коррупционную составляющую. В 2014 году наружная реклама занимала уже 25 процентов рекламного рынка, увеличив доходы местных бюджетов почти в два раза. «Это произошло вследствие того, что местным исполнительным и распорядительным органам власти было дано право самостоятельно устанавливать размер платы за

размещение наружной рекламы, а также применять понижающие и повышающие коэффициенты к такой плате» [3].

Кроме того, на региональном уровне стало утверждаться мнение о том, что наружная реклама, являясь сравнительно недорогим медианосителем, не только играет важную роль в распространении социально значимой информации и праздничном оформлении города, но и является информационным ресурсом, без которого невозможно проведение значимых международных мероприятий в любой сфере – чемпионатов, олимпиад, форумов, конференций, а также считается одним из важных факторов привлекательности инвестиционного климата региона и продвижения его туристического потенциала. Понимание актуальности этой проблематики привело, например, к появлению в марте 2016 года Концепции развития наружной рекламы в Минске на 2016 – 2020 годы, в которой наблюдается уже серьезное приближение к системному осмыслению проблем, стоящих в данной сфере. В частности, в этом документе обращается внимание на необходимость изменения технологий изображения поверхностей статичных рекламоносителей на электронные экраны – “цифровые билборды”, «преимуществом которых является отсутствие производства и монтажа рекламного изображения, что позволяет оптимизировать затраты на производство, монтаж (демонтаж) рекламного полотна, транспортные расходы и специальную технику, монтажные материалы и крепления, утилизацию винилового полотна...» [4].

Для динамичного развития в белорусской столице всех видов наружной рекламы здесь решили, в том числе: избирательно размещать нестандартные крупноформатные имиджевые рекламные конструкции, предназначенные преимущественно для рекламы отечественных брендов; отдавать предпочтение элементам уличной мебели, совмещенной со средствами наружной рекламы, отвечающей потребностям горожан в области благоустройства, а также рекламным конструкциям, в которые могут быть встроены таксофон, интернет-киоск, киоск для продажи прессы, театральных билетов, экскурсионных программ; предоставлять возможности размещения социальной наружной рекламы городов-побратимов белорусской столицы. Кроме того, билборды, рекламирующие туристический потенциал города, планируется размещать и в городах-побратимах Минска. «Это поможет привлечь в белорусскую столицу большее количество гостей из других стран. <...> Письма с просьбой о размещении таких рекламных плакатов уже направлены в мэрии Тбилиси, Риги и Санкт-Петербурга» [5]. В целом же в Беларуси в 2017–2019 годах предполагают значительно либерализовать рынок наружной рекламы. Здесь уже «определен перечень рекламных конструкций, выведенных из-

под разрешительной процедуры: вывески, содержащие ограниченный объем информации, совмещенное с рекламой наружное торговое оборудование, банкоматы» [6]. Кроме того, «в Беларуси предлагается отменить согласование наружной рекламы» [7] в части ее наполнения. Это будет ожидаемое решение.

## Литература

1. Концепция развития рекламного рынка в Республике Беларусь на период до 2014 года [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://pravo.levonevsky.org/bazaby11/public07/text814.htm>
2. Огнева, Ю. Около 80% мест для размещения наружной рекламы в Беларуси продаются через аукционы / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/okolo-80-mest-dlja-razmeschenija-naruzhnoj-reklamy-v-belarusi-prodajutsja-cherez-auktionsy-152361-2015/>
3. Огнева, Ю. Рост рынка рекламы в Беларуси в 2015 году прогнозируется на уровне 7-10% / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/rost-rynka-reklamy-v-belarusi-v-2015-godu-prognoziruetsja-na-urovne-7-10-152209-2015/>
4. Об утверждении Концепции развития наружной рекламы в г. Минске на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://minsk.gov.by/ru/normdoc/3785/>
5. Рекламирующие Минск билборды появятся в городах-побратимах белорусской столицы [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/regions/view/reklamirujuschie-minsk-bilbordy-pojavjatsja-v-gorodah-pobratimah-belorusskoj-stolitsy-178590-2016/>
6. Гаврилова, В. В 2017-2019 годах рынок рекламы Беларуси планируется либерализовать / В. Гаврилова // [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: <http://www.belta.by/society/view/v-2017-2019-godah-rynok-reklamy-belarusi-planiruetsja-liberalizovat-210070-2016/>
7. Огнева, Ю. В Беларуси предлагается отменить согласование наружной рекламы / Ю. Огнева // [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.belta.by/society/view/v-belarusi-predлагаetsja-otmenit-soglasovanie-naruzhnoj-reklamy-237917-2017/>