

— Деньги на «Общественное ТВ» дадут министерства и госкомпании

11 февраля 2013 13:07

Источник: Известия

Создаваемое в России «Общественное телевидение» уже в нынешнем году может получить дополнительно 2,4 млрд рублей за счет размещения социальной рекламы. В следующие годы эти поступления должны увеличиться, сообщили «Известиям» источники в Минкомсвязи и Минфине России.

Решение о дополнительном финансировании «Общественного телевидения России» (ОТР) за счет социальной рекламы было принято еще в ноябре 2012 года на совещании у председателя правительства РФ. Минкомсвязи совместно с Минфином, другими ведомствами и компаниями с госучастием проработало этот вопрос и выяснило, что расходы федерального бюджета на создание, распространение и тиражирование социально значимой и рекламной аудиовизуальной продукции в 2013 году составят 4,3 млрд рублей, в 2014-м — 3,9 млрд. Примерно столько госструктуры планируют тратить на этот вид рекламы ежегодно вплоть до 2020 года. — Плюс к этому у госкомпаний и компаний с государственным участием расходы на рекламные мероприятия составят подобные цели в нынешнем году составят 3,7 млрд рублей, — уточнил чиновник Минкомсвязи в беседе с «Известиями». — В будущие годы — примерно столько же. Таким образом, в сумме набирается до 8 млрд рублей ежегодно. Однако, как уточнил источник «Известий» в Минфине, по мнению этого ведомства, ОТР может рассчитывать лишь на 30% бюджетных расходов на социальную рекламу. Доходы ОТР будут складываться именно из этих средств (2,4 млрд рублей в 2013 году, по 3,8 млрд — в 2014 и 2015 годах), а также из денег, которые ранее получала национальная телевизионная компания «Звезда» (1,5 млрд руб ежегодно), что совокупно составит 4–5 млрд рублей. В Минфине признают, рассказал представитель ведомства, что создание и обеспечение работы телеканала, способного составить конкуренцию другим федеральным каналам, требует 5–6 млрд рублей ежегодно. Изначально для финансирования ОТВ планировалось создание Фонда целевого капитала (ФЦК). При этом для нормального функционирования телеканала предполагалось, что объем ФЦК составит 100 млрд рублей. Инициаторы создания ОТВ рассчитывали, что ФЦК будет сформирован без участия государства, за счет добровольных средств граждан. Это бы показало реальный интерес общества к проекту. — На деле выяснилось: чтобы набрать необходимый объем средств, при условии, что 5 млн социально активных граждан будут ежегодно жертвовать на ОТВ 1 тыс. рублей, потребуется не менее 20 лет, — отмечает источник в Минфине. Поэтому и было принято решение привлечь бюджетные средства — деньги на рекламу, которую размещают в СМИ министерства и госкомпании. В 2013 году расходы на социальную рекламу запланированы у многих госведомств. Минкомсвязи планирует потратить 640 млн рублей на субсидии организациям, осуществляющим производство, распространение и тиражирование социально значимых программ в области электронных СМИ. В 2012 году имущественный взнос Российской федерации в «Общественное телевидение России» в размере 50 млн рублей был оплачен именно за счет средств на эти мероприятия. Минздрав планирует в 2013 году потратить 247 млн рублей на пропаганду здорового образа жизни, еще 30 млн рублей на эти цели

выделяет Минспорта. Минтруда прорекламирует формирование доступной среды для инвалидов за 322 млн рублей. Минобрнауки оплатит создание и распространение ТВ-программ «Университет и страна», «Выпускники университета — о науке и образовании». Серию фильмов общей стоимостью 1 млн рублей выпустят к 290-летию Санкт-Петербургского госуниверситета. Самым впечатляющим бюджетом на социальную рекламу в 2013 году располагает Министерство энергетики, которое научит россиян беречь электроэнергию за 0,5 млрд рублей в год. Компании с госучастием планируют продвигать свои сайты, формировать положительные образы у потребителей, а также размещать имиджевую рекламу. ОАО «Банк ВТБ» заложило 90 млн рублей на ТВ-рекламу и еще 126 млн — на продвижение бренда и «имиджевые коммуникации» в СМИ. ОАО «РЖД» запланировало расходы на соцрекламу в размере почти 1,5 млрд рублей. Аналогичные затраты есть также в бюджетах Сбербанка (686 млн рублей), ВТБ24, Агентства по ипотечному кредитованию и других компаний с госучастием. В самих компаниях пока осторожно относятся к идее размещения соцрекламы в эфире ОТР. Источники «Известий» в одном из госбанков и в одной из энергетических компаний подтвердили, что в начале декабря Минфин направил в госкомпании и государственные внебюджетные фонды письма, в которых, сославшись на создание «Общественного телевидения», запросил у них планы по расходам на рекламу в 2013 году.

В ВТБ24 запрос о финансировании и сотрудничестве с ОТР не поступал, сообщили в банке. В случае поступления такого запроса возможность сотрудничества будет рассмотрена в рамках действующей концепции спонсорской и благотворительной поддержки. Источник в группе ВТБ указал, что основные спонсорские проекты группы осуществляет ее головной банк. — Запрос о финансировании «Общественного телевидения» не поступал, при получении он будет рассмотрен, — сообщили в пресс-службе Банка Москвы. —

Предоставление спонсорской поддержки ОТР будет зависеть от содержания проектов, их задач и целевой аудитории. В пресс-службе ФСК и МРСК от комментариев отказались. ФГУП «Почта России» на ближайшие несколько лет не запланировало проведение рекламных социально значимых кампаний, так как не имеет финансовых ресурсов на эти цели. Но в компании признают, что при наличии возможностей размещение социальной рекламы на «Общественном телевидении» компании было бы интересно, так как «Почта России» оказывает большое количество важных социально значимых услуг». Ранее компания размещала социальную рекламу. Так, в 2010 году россиян учили правильно указывать индекс на почтовых отправлениях. Гендиректор «Общественного телевидения России» Анатолий Лысенко сообщил, что комментировать дополнительные ассигнования ОТР пока рано — «сейчас как раз решается этот вопрос». Пока бюджет телеканала на 2013 год составляет 1,5 млрд рублей. Часть этих денег будет потрачена на выплату кредита Внешэкономбанку в размере 600 млн рублей и процентов по займу. Руководство «Общественного телевидения России» неоднократно заявляло, что идей для ОТР много, а денег «гораздо меньше». Дополнительное финансирование серьезно поможет в решении вопроса контентного наполнения ОТР, говорит член совета «Общественного телевидения России» Александр Школьник. — Особенно если на ОТР будет запущено информационное вещание, организация которого стоит дорого, — подчеркнул он. По мнению директора по маркетинговым исследованиям аналитического центра «Видео Интернешнл» Сергея Веселова, доходы от социальной рекламы будут фактически «скрытой формой субсидий». Идею создать «Общественное телевидение России» озвучил в конце 2011 года Дмитрий Медведев (на тот момент президент России). Реализация проекта началась в апреле 2012 года. В июле был назначен гендиректор — Анатолий Лысенко, позднее выбраны члены общественного и наблюдательного советов ОТР. Сейчас на ОТР создают программную сетку вещания, готовятся к производству и закупке контента. Планируется, что ОТР выйдет в эфир в 19 мая 2013 года в сетях некоторых кабельных операторов, позднее будет распространяться в составе

первого мультиплекса цифровых телеканалов. Коммерческой рекламы на «Общественном телевидении России» не будет, заявлял ранее гендиректор проекта Анатолий Лысенко.