Додаток 1

 до рішення міської ради

 від \_\_\_\_\_\_\_\_\_. № \_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ПРОГРАМА**

**З ВИГОТОВЛЕННЯ ТА РОЗМІЩЕННЯ ПОСТЕРІВ З ПИТАНЬ**

**ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

**м. ПАВЛОГРАДА ТА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ на 2024-2026 роки**

 м. Павлоград

2023 р.

**1. Загальні положення**

Програма розроблена відповідно до Конституції України, Законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про рекламу», на виконання рішення виконавчого комітету від 26.08.2009 р. № 895 «Про затвердження Порядку розроблення, фінансування міських цільових програм, моніторингу та звітності про їх виконання, включення до щорічних програм соціально-культурного розвитку м. Павлоград» та регулює відносини, що виникають у зв’язку із необхідністю інформаційного висвітлення питань життєдіяльності громади міста, соціальних програм, виконання заходів з нагоди державних, регіональних і міських свят та урочистостей, а також із розміщення зазначеної інформації на носіях зовнішньої реклами у м. Павлограді.

 Розміщення вищезазначеної реклами та інформації на конструкціях зовнішньої реклами у м. Павлограді забезпечує робочий орган в галузі розміщення зовнішньої реклами – управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

 Розробником та відповідальним виконавцем цієї програми є управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

**2. Визначення проблеми**

Інформування населення з питань життєдіяльності територіальної громади міста, соціальні програми, що реалізуються державними службами, рекламне забезпечення інвестиційних проектів у наш час стають особливо актуальними. Важлива роль у доведені до широкої громадськості інформації про діяльність комунальних підприємств та соціальних служб міста, просвітницьких та медичних закладів та установ, контролюючих, податкових органів й інших державних установ відіграє саме інформаційне висвітлення заходів та розміщення соціальної реклами.

 Вирішення проблеми інформування населення з питань життєдіяльності територіальної громади в чималому ступені стримується недостатнім фінансуванням, відсутністю належної законодавчо-нормативної бази, недостатнім розумінням ефективності рекламних кампаній соціальних служб і проектів. Виникає необхідність врегулювання цих питань.

**3. Мета Програми**

 Інформаційне висвітлення питань життєдіяльності міста та соціальна реклама визначається як ефективний освітній засіб, який дає змогу належного і своєчасного інформування територіальної громади міста.

 Перед міською владою постає багато задач, включаючи створення загального інформаційно – рекламного поля просвітницької та соціальної спрямованості , надання населенню практичної корисної інформації, формування суспільно зорієнтованого та здорового способу життя. Поряд з іншими комерційними прийомами, такими як соціальний маркетинг, інформування та соціальна реклама

широко використовується як інструмент зміни ставлення суспільства до певної проблеми.

**4. Шляхи і засоби розв’язання проблеми**

 Програма забезпечує інформаційне висвітлення пріоритетних напрямків

діяльності територіальної громади, державних, регіональних структур на місцевому рівні, а також громадських та благодійних організацій, що працюють над вирішенням проблем міста, визначає орієнтири для всіх, хто займається підвищенням якості комунальних, адміністративних та соціальних послуг, реалізації прав різних категорій населення міста, подоланням і профілактикою негативних явищ у нашому середовищі.

 Соціальна реклама виходить за рамки економічних завдань та спрямована на досягнення благодійних та інших суспільно корисних цілей: популяризація здорового способу життя серед населення, підтримка незахищених верств населення, боротьба із забрудненням навколишнього середовища, популяризація громадських організацій і фондів, метою яких є допомога людям. Вона не повинна містити ніякого натяку на комерційну вигоду та приносити прибутку.

 **Основними завданнями є:**

* інформування територіальної громади з питань життєдіяльності територіальної громади, розробки та проведення в місті інвестиційних заходів, участь у реалізації загальнодержавних та інших соціальних програм шляхом розміщення постерів на рекламних носіях, залучення громадськості до вирішення соціальних проблем;
* формування навичок здорового способу життя та профілактика негативних проявів у середовищі;
* висвітлення заходів з нагоди державних, регіональних, міських та професійних свят;
* мобілізація громади щодо вирішення проблем суспільства та територіальної громади міста;
* забезпечення благоустрою території.

**5. Вимоги до інформації, що розміщується на зовнішніх рекламних носіях**

 Рекламні матеріали, що розміщуються, повинні відповідати чинному законодавству України, зокрема законодавству України про мови, а також сучасним художньо-естетичним вимогам якості та дизайну.

 Згідно зі ст.12 Закону України «Про рекламу» соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця, на об’єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.

 Погодження вигляду проекту макету зовнішньої реклами, відповідність рекламного зображення визначенню інформаційним та соціальним стандартам, термін проведення реклами, кількість і розміри носіїв і розміри носіїв зовнішньої реклами з врахуванням вартості проведення кампаній здійснюється у 3-х денний

термін після отримання письмового звернення відділу культури виконавчого комітету Павлоградської міської ради.

**6. Фінансування заходів з розміщення реклами**

Фінансове забезпечення заходів здійснюється за рахунок коштів міського бюджету та інших джерел незаборонених законодавством. Обсяг асигнувань спрямованих на виконання заходів визначається у видатковій частині бюджету та може уточнюватись протягом року.

**7. Строки та етапи реалізації заходів Програми**

 Реалізація Програми буде проводитись в один етап. Початок виконання Програми – 2024 рік, закінчення – 2026 рік.

**8. Організація управління та контролю за ходом виконання Програми**

Організація, аналіз стану та контроль за виконанням Програми, покладається на управління комунального господарства та будівництва Павлоградської міської ради.

 Хід заходів Програми щороку розглядається на засіданнях робочої групи виконкому Павлоградської міської ради та постійній депутатській комісії з питань комунальної власності, житлово-комунального господарства, будівництва

та енергозбереження.

**9. Очікувані кінцеві результати виконання Програми**

 Виконання заходів Програми дозволить досягти:

 - інформування населення про пріоритетні напрямки життєдіяльності державних, обласних та міських структур та установ;

 - висвітлення виконання соціальних проектів;

 - підвищення якості та доступності комунальних, адміністративних та соціальних послуг для мешканців міста;

 - забезпечення можливостей для самореалізації, самовизначення, самовдосконалення різних верст населення міста.

Секретар міської ради Сергій ОСТРЕНКО