**ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**КОМИТЕТ ПО ПЕЧАТИ**

**И ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**РАСПОРЯЖЕНИЕ**

**от 17 апреля 2018 г. N 32-р**

**О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАСПОРЯЖЕНИЕ КОМИТЕТА ПО ПЕЧАТИ**

**И ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**ОТ 09.06.2004 N 73-Р**

В целях совершенствования механизма распространения социальной рекламы, а также обеспечения информирования населения об общественно значимых событиях в Санкт-Петербурге:

1. Внести в распоряжение Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации от 09.06.2004 N 73-р "О Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость" (далее - распоряжение) следующие изменения:

1.1. Приложение 1 к распоряжению изложить в редакции согласно [приложению N 1](#Par33) к настоящему распоряжению.

1.2. Приложение 2 к распоряжению изложить в редакции согласно [приложению N 2](#Par103) к настоящему распоряжению.

1.3. Утвердить [Регламент](#Par157) работы Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость, согласно приложению N 3 к настоящему распоряжению.

1.4. Утвердить Порядок подачи заявок на рассмотрение Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость, согласно приложению N 4 к настоящему распоряжению.

2. Контроль за выполнением распоряжения оставляю за собой.

Председатель Комитета

С.Г.Серезлеев

ПРИЛОЖЕНИЕ N 1

к распоряжению Комитета по печати

и взаимодействию со средствами

массовой информации

от 17.04.2018 N 32-р

**СОСТАВ**

**КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ,**

**ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

|  |
| --- |
| Председатель |
| ФедороваЛюбовь Николаевна | - заместитель председателя Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации |
| Заместитель председателя |
| ПлошкинаНаталия Сергеевна | - главный специалист отдела сопровождения размещения рекламы Санкт-Петербургского государственного казенного учреждения "Городской центр рекламы и праздничного оформления" |
| Секретарь |
| ЕршихинаНаталья Викторовна | - ведущий специалист отдела сопровождения размещения рекламы Санкт-Петербургского государственного казенного учреждения "Городской центр рекламы и праздничного оформления" |
| Члены Комиссии: |
| АнашкинаАнна Евгеньевна | - начальник Отдела массовых мероприятий и развития добровольческой деятельности Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями |
| БолтинФедор Дмитриевич | - заместитель председателя Комитета по культуре Санкт-Петербурга |
| ВагановДмитрий Сергеевич | - главный специалист отдела сопровождения размещения рекламы Санкт-Петербургского государственного казенного учреждения "Городской центр рекламы и праздничного оформления" |
| ДворкинЭдуард Осипович | - начальник сектора по информатизации и связям с общественностью Комитета по физической культуре и спорту |
| ДубовскаяВиктория Юрьевна | - ведущий специалист - пресс-секретарь Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга |
| КузьминаЛариса Олеговна | - главный специалист планово-финансового отдела Комитета по образованию |
| ЛаурхаммерЕвгения Николаевна | - главный специалист - пресс-секретарь Комитета по здравоохранению |
| ЛитвенюкАлексей Михайлович | - начальник отдела торговли и общественного питания Управления развития потребительского рынка Комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга |
| МинабутдиноваЛинара Эльвировна | - главный специалист общего отдела - пресс-секретарь Комитета по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности |
| НиловаНадежда Григорьевна | - начальник отдела рекламы Службы управления имуществом ГУП "Петербургский метрополитен" |
| СергеевМихаил Дмитриевич | - начальник отдела развития инвестиционного климата Комитета по инвестициям Санкт-Петербурга |
| ТитоваЕкатерина Александровна | - ведущий специалист отдела городской рекламы и информации Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации |
| ТукаевВячеслав Александрович | - заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу |
| ФедороваЕлена Владимировна | - заместитель председателя Комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга |

ПРИЛОЖЕНИЕ N 2

к распоряжению Комитета по печати

и взаимодействию со средствами

массовой информации

от 17.04.2018 N 32-р

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**О КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ,**

**ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

1. Основные положения

1.1. Комиссия по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость (далее - Комиссия), является коллегиальным, постоянно действующим органом при Комитете по печати и взаимодействию со средствами массовой информации (далее - Комитет), созданным для обеспечения единой политики Правительства Санкт-Петербурга в области распространения социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, на социальном ресурсе, предоставляемом операторами рекламного рынка Санкт-Петербурга.

2. Основные понятия, используемые в рамках настоящего Положения

2.1. Социальная реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Социальной рекламой также признается реклама, содержащая информацию о государственных праздниках Российской Федерации, праздниках и памятных датах Санкт-Петербурга в соответствии с Законом Санкт-Петербурга от 12.10.2005 N 555-78 "О праздниках и памятных датах в Санкт-Петербурге".

Реклама мероприятий, организатором которых не является Правительство Санкт-Петербурга в лице исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, проход на которые и участие в которых являются свободными (бесплатными), может быть признана Комиссией социальной рекламой. Социальной рекламой не может быть признана реклама мероприятий, имеющих коммерческий характер.

2.2. Реклама, представляющая особую общественную значимость, - информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение общественно полезных целей и обеспечение интересов государства в области культуры, образования, спорта, экологии, нравственного воспитания. Объекты рекламирования, на привлечение внимания к которым направлена реклама, представляющая особую общественную значимость, могут иметь коммерческий характер и должны отвечать требованиям, содержащимся в Положении.

2.3. Социальный ресурс - средства распространения рекламы, предоставляемые операторами рекламного рынка, для размещения социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, на основании договоров, заключенных с Комитетом по результатам проведения торгов на установку и эксплуатацию рекламных конструкций в Санкт-Петербурге, а также на объектах движимого и недвижимого имущества, находящегося в хозяйственном ведении Санкт-Петербургского государственного унитарного предприятия "Петербургский метрополитен".

2.4. Проекты - мероприятия, события, организуемые и освещаемые исполнительными органами государственной власти Санкт-Петербурга, федеральными органами государственной власти, осуществляющими государственный контроль и надзор на территории Санкт-Петербурга, правоохранительными органами, юридическими или физическими лицами, или обеспечивающими их проведение.

2.5. Заявители - исполнительные органы государственной власти Санкт-Петербурга, федеральные органы государственной власти, осуществляющие государственный контроль или надзор на территории Санкт-Петербурга, правоохранительные органы, юридические или физические лица, подавшие заявку о предоставлении социального ресурса для распространения социальной рекламы или рекламы, представляющей особую общественную значимость.

2.6. Заявка - пакет документов, подаваемых заявителем на имя председателя Комиссии для вынесения его на рассмотрение в заседании Комиссии.

3. Задачи и функции Комиссии

3.1. Комиссия в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации о рекламе, правовыми актами Президента и Правительства Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами Санкт-Петербурга, а также настоящим Положением.

Члены Комиссии осуществляют свою деятельность на общественных началах в соответствии с принципами общественного самоуправления и независимости принятия решений.

Решения Комиссии носят рекомендательный характер.

3.2. Основными задачами Комиссии являются обеспечение потребностей города федерального значения Санкт-Петербурга в распространении социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, создание условий для ее размещения на предоставленном операторами (рекламораспространителями) социальном ресурсе.

3.3. Комиссия в соответствии с возложенными на нее задачами выполняет следующие функции:

3.3.1. Рассматривает заявки организаций и физических лиц, приложенные к ним документы и материалы о предоставлении социального ресурса для продвижения заявленных проектов.

3.3.2. Определяет статус проектов на предмет их отнесения к социальной рекламе или рекламе, представляющей особую общественную значимость.

3.3.3. Выносит рекомендации о предоставлении социального ресурса для распространения рекламы по заявкам, поступившим в Комиссию, или об отказе в предоставлении, в том числе в связи с недостаточностью социального ресурса, запрошенного заявителем.

3.3.4. Рассматривает долгосрочные проекты распространения социальной рекламы и рекламы, представляющие особую общественную значимость, и включает их в квартальные и годовые планы.

3.3.5. Рассматривает перечни предоставленных Администрацией Губернатора Санкт-Петербурга особо значимых проектов для их продвижения с использованием социального ресурса и выносит рекомендации о присвоении конкретным проектам статуса приоритетных.

3.3.6. Рассматривает возможности использования новых форм и технологий в области распространения социальной рекламы, а также эффективного использования социального ресурса.

4. Полномочия Комиссии

В пределах своей компетенции Комиссия имеет право:

4.1. Вносить в установленном порядке рекомендации и предложения по вопросам распространения социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, на рассмотрение Комитета.

4.2. Запрашивать и получать необходимую для осуществления своих полномочий информацию от исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, иных государственных органов, а также организаций-заявителей.

4.3. Заслушивать доклады и отчеты членов Комиссии о результатах выполнения возложенных на них обязанностей в рамках деятельности Комиссии.

4.4. В случае необходимости привлекать в установленном порядке к работе Комиссии специалистов и экспертов по вопросам, входящим в компетенцию Комиссии.

4.5. Обеспечивать соблюдение порядка и сроков подачи заявок, их рассмотрения Комиссией.

4.6. Осуществлять иные функции и полномочия, необходимые для решения задач, возложенных на Комиссию.

4.7. Разрабатывать форму заявки, представляемой в Комиссию, а также устанавливать перечень документов и материалов, прилагаемых к заявке.

ПРИЛОЖЕНИЕ N 3

к распоряжению Комитета по печати

и взаимодействию со средствами

массовой информации

от 17.04.2018 N 32-р

**РЕГЛАМЕНТ**

**РАБОТЫ КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ,**

**ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

1. Количественный и персональный состав Комиссии утверждается распоряжением председателя Комитета.

2. Комиссию возглавляет председатель, который руководит деятельностью Комиссии и несет персональную ответственность за выполнение возложенных на него задач.

3. На период отсутствия председателя Комиссии его обязанности исполняет заместитель председателя.

4. Председатель/заместитель председателя Комиссии:

- выносит на рассмотрение Комиссии предварительно проработанные Рабочей группой, сформированной из состава членов Комиссии, заявки по вопросам распространения социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость;

- ведет заседания Комиссии;

- утверждает и подписывает протоколы заседаний Комиссии.

5. Секретарь Комиссии:

- обеспечивает подготовку необходимых для рассмотрения Комиссией документов и материалов;

- обеспечивает своевременную отправку заявителям корреспонденции от Комиссии;

- обеспечивает иное взаимодействие с заявителями по вопросам подачи, рассмотрения заявок, вынесения их на рассмотрение Комиссии, принятия решений по заявкам;

- информирует членов Комиссии о дате и времени проведения заседания Комиссии;

- оглашает на заседании Комиссии изложенное в письменной форме мнение отсутствующих членов Комиссии, заключения профильных Комитетов;

- ведет протоколы заседаний Комиссии и подписывает выписки из них.

6. Заседание Комиссии считается правомочным, если в нем участвуют не менее половины ее членов. Член Комиссии может доверять свои полномочия другому члену Комиссии, оформив соответствующую доверенность.

7. Заседания Комиссии проводятся председателем Комиссии или по его указанию заместителем председателя Комиссии.

8. Заседания Комиссии проводятся с 1-го по 7-е число месяца, предшествующего месяцу размещения рекламы. Перенос очередного заседания Комиссии возможен по объективным причинам, в том числе если на него явилось менее половины членов Комиссии. Решение о переносе принимает председатель, а по его указанию - заместитель председателя Комиссии.

9. Наряду с членами Комиссии участие в ее заседании могут принимать лица, приглашенные председателем/заместителем председателя Комиссии, которые могут давать пояснения, имеющие существенное значение для принятия Комиссией решения по конкретным заявкам.

10. Принятие решения Комиссией

10.1. На заседании Комиссии каждому члену Комиссии предоставляются материалы, подготовленные Рабочей группой по результатам предварительного рассмотрения заявок.

10.2. По результатам рассмотрения заявок Комиссия может принять одно из следующих решений:

- о поддержке проекта;

- об отказе в поддержке проекта;

- о продлении срока поддержки проекта;

- о рассмотрении заявки на следующем заседании.

10.3. Комиссия признает рекламу социальной и принимает решение рекомендовать проект для размещения на социальном ресурсе, если реклама отвечает понятию "социальная реклама". При распространении социальной рекламы должна отсутствовать коммерческая заинтересованность заявителя.

10.4. Комиссия признает рекламу рекламой, представляющей особую общественную значимость, и принимает решение о поддержке проекта, если такая реклама отвечает понятию "реклама, представляющая особую общественную значимость".

10.5. Реклама проектов, имеющих коммерческую составляющую, может быть признана Комиссией рекламой, представляющей особую общественную значимость, в случае, если:

- полное или частичное финансирование проекта осуществляется за счет бюджета Санкт-Петербурга или Российской Федерации;

- Правительство Санкт-Петербурга и/или Российской Федерации в лице соответствующих исполнительных органов государственной власти или органов власти, осуществляющих государственный контроль (надзор) на территории Санкт-Петербурга, является организатором или соорганизатором мероприятия;

- заявителем (лицом, заинтересованным в продвижении проекта) выступает орган государственной власти или организация, поддерживаемая органом государственной власти. При этом заявитель предоставляет в Комиссию гарантийное письмо о предоставлении помощи социально незащищенным слоям населения в соответствии с требованиями, установленными в заявке.

10.6. Решение об отказе в поддержке проекта Комиссия принимает в случае, если реклама не отвечает понятиям "социальная реклама" или "реклама, представляющая особую общественную значимость", а также в связи с отсутствием или недостаточностью запрошенного социального ресурса.

10.7. Решение Комиссии о поддержке или об отказе в поддержке каждого проекта принимается простым большинством голосов присутствующих в заседании Комиссии и оформляется протоколом.

10.8. По результатам рассмотрения заявок Комиссией заявителю в форме выписки из протокола направляется ответ.

10.9. В случае принятия решения о поддержке проекта Комиссия имеет право направить в адрес заявителя запрос о корректировке рекламных материалов.

10.10. В случае отказа или невнесения заявителем в рекламные материалы соответствующих корректировок решение Комиссии по данной заявке признается отрицательным.

10.11. В случае непредоставления заявителем рекламных материалов, готовых или пригодных для распространения на выделенном Комиссией социальном ресурсе, в установленные сроки заявитель лишается права на размещение рекламы. Освободившийся ресурс по решению председателя или заместителя председателя Комиссии распределяется среди заявителей, заявки которых были ранее поддержаны.

11. Организация деятельности Комиссии

11.1. Координацию деятельности Комиссии и обеспечение взаимодействия Комиссии с исполнительными органами государственной власти Санкт-Петербурга осуществляет Комитет.

11.2. Организационно-техническое обеспечение работы Комиссии осуществляет Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение "Городской центр рекламы и праздничного оформления".

ПРИЛОЖЕНИЕ N 4

к распоряжению Комитета по печати

и взаимодействию со средствами

массовой информации

от 17.04.2018 N 32-р

**ПОРЯДОК**

**ПОДАЧИ ЗАЯВОК НА РАССМОТРЕНИЕ КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ**

**И РЕКЛАМЕ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

Комиссия принимает к рассмотрению заявки с приложенными к ним в соответствии с установленным перечнем документами и материалами, поступившие не менее чем за 45 календарных дней до начала планируемого размещения социальной рекламы или рекламы, представляющей особую общественную значимость.

Заявки направляются Секретарю Комиссии в письменной форме по адресу: Каменноостровский пр., д. 67, лит. А, и в электронном варианте по адресу: sni@gcrr.ru. Секретарь Комиссии передает их на рассмотрение Комиссии при наличии следующего пакета документов:

1. Письмо-обращение о выделении ресурса для размещения социальной рекламы или рекламы, представляющей особую общественную значимость, на имя Председателя Комиссии на бланке организации-заявителя. Письмо должно быть подписано руководителем и заверено печатью организации-заявителя. К письму должны прилагаться заверенные надлежащим образом копии документов, подтверждающие полномочия заявителя либо иного уполномоченного лица, за исключением предоставления таких документов органами государственной власти, правоохранительными органами.

2. Бланк-заявка установленной формы, заверенная печатью заявителя (при наличии) и подписью руководителя или иного уполномоченного лица заявителя, или подписью физического лица.

3. Заключение профильного исполнительного органа государственной власти Санкт-Петербурга, федерального органа государственной власти, осуществляющего государственный контроль или надзор на территории Санкт-Петербурга, правоохранительных органов, содержащее подробное обоснование статуса заявленного проекта.

4. Цветной дизайн-макет рекламы формата A4 для печатной продукции, который готовится отдельно для каждого рекламоносителя, раскадровка к видеоролику в цветном варианте с учетом того, что его хронометраж должен быть длительностью не более 15 секунд формата avi/wmv, а размер - не превышать 10 Мб, печатный вариант текста для аудиороликов - не более 25 слов.

Все материалы должны быть заверены подписью руководителя и печатью организации-заявителя и соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации.

5. Письменная гарантия, заверенная подписью руководителя и печатью организации (при наличии) или подписью физического лица о том, что в случае принятия Комиссией положительного решения о поддержке проекта заявитель обязан изготовить и представить для размещения рекламные материалы в полном объеме и в установленные сроки.

6. Заявители несут полную ответственность перед Комиссией и операторами наружной рекламы за неисполнение взятых на себя обязательств по соблюдению сроков предоставления рекламных материалов для размещения в полном объеме.

7. Секретарь Комиссии не направляет на рассмотрение Комиссии документы и материалы, поданные заявителем, в следующих случаях, если:

пакет документов и материалов представлен заявителем с нарушением установленных сроков;

пакет документов и материалов представлен не в полном объеме, в том числе отсутствуют гарантийные обязательства заявителя в части оказания помощи социально незащищенным слоям населения в случае предоставления ресурса для размещения рекламы, представляющей особую общественную значимость;

заявка оформлена ненадлежащим образом и не соответствует установленной форме;

рекламные материалы не соответствуют требованиям Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе".

Документы и материалы, представленные с нарушением установленных требований к Порядку подачи заявок, возвращаются заявителю.

8. Об отказе в вынесении заявки на рассмотрение Комиссии Секретарь Комиссии уведомляет заявителя в течение пяти рабочих дней со дня поступления заявки, но не позднее чем за 2 рабочих дня до даты заседания Комиссии, в письменном виде.