



ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

КОМИТЕТ ПО ПЕЧАТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ
СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

окуд

23.12.2022

№ 59-р

**О внесении изменений в распоряжение
Комитета по печати и взаимодействию
со средствами массовой информации
от 09.06.2004 № 73-р и признании
утратившими силу некоторых
распоряжений Комитета по печати
и взаимодействию со средствами массовой
информации**

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 № 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 № 1 к настоящему распоряжению.

1.2. Приложение 2 к распоряжению изложить в редакции согласно приложению № 2 к настоящему распоряжению.

1.3. Дополнить распоряжение пунктами 3-1 и 4-1 следующего содержания:

«3-1. Утвердить Регламент работы Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость, согласно приложению № 3-1 к настоящему распоряжению.

4-1. Утвердить Порядок подачи заявки на рассмотрение Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость, согласно приложению № 4-1 к настоящему распоряжению».

1.4. Дополнить распоряжение приложением 3-1 согласно приложению № 3 к настоящему распоряжению.

1.5. Дополнить распоряжение приложением 4-1 согласно приложению № 4 к настоящему распоряжению.

2. Признать утратившими силу распоряжения Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации от 17.04.2018 № 32-р «О внесении изменений в распоряжение Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации от 09.06.2004 № 73-р» и от 11.09.2019 № 42-р «О внесении изменений в распоряжения Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации от 09.06.2004 № 73-р, от 17.04.2018 № 32-р».

3. Контроль за выполнением распоряжения оставляю за собой.

**Председатель Комитета
по печати и взаимодействию
со средствами массовой информации**



В.В.Рябовол

**СОСТАВ
КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ,
ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

Председатель Комиссии

Федорова
Любовь Николаевна - заместитель председателя Комитета по печати
и взаимодействию со средствами массовой информации

Заместитель председателя Комиссии

Илошкина
Наталья Сергеевна - главный специалист отдела сопровождения размещения
рекламы Санкт-Петербургского государственного
казенного учреждения «Городской центр рекламы
и праздничного оформления»

Секретарь Комиссии

Ершихина
Наталья Викторовна - главный специалист отдела сопровождения размещения
рекламы Санкт-Петербургского государственного
казенного учреждения «Городской центр рекламы
и праздничного оформления»

Члены Комиссии

Баннов
Илья Павлович - начальник отдела приоритетных направлений туристской
деятельности Комитета по развитию туризма
Санкт-Петербурга

Борисова
Марианна Олеговна - главный специалист информационно-аналитического
отдела Управления информации и связям
с международными организациями Комитета по внешним
связям Санкт-Петербурга

Дворкин
Эдуард Осипович - начальник сектора по информатизации и связям
с общественностью Комитета по физической культуре
и спорту

Закревский
Кирилл
Александрович - специалист 1-й категории отдела контроля № 2
Управления по контролю за соблюдением
законодательства об административных
правонарушениях Санкт-Петербурга Комитета
по вопросам законности, правопорядка и безопасности

Королева Наталья Вячеславовна	- ведущий специалист - пресс-секретарь Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга
Кузьмина Лариса Олеговна	- начальник Сектора информации Комитета по образованию
Лебедева Татьяна Игоревна	- ведущий специалист - пресс-секретарь Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями
Иилова Надежда Григорьевна	- начальник отдела рекламы Службы управления имуществом государственного унитарного предприятия «Петербургский метрополитен»
Новикова Ирина Николаевна	- главный специалист отдела сопровождения размещения рекламы Санкт-Петербургского государственного казенного учреждения «Городской центр рекламы и праздничного оформления»
Почина Ксения Сергеевна	- начальник отдела по связям с общественностью Административного Управления Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга
Рябинина Ольга Николаевна	- главный специалист - пресс-секретарь Комитета по здравоохранению
Сергеев Михаил Дмитриевич	- заместитель начальника Проектного управления - проектного офиса Администрации Губернатора Санкт-Петербурга
Сорокина Дарья Александровна	- начальник отдела по взаимодействию со средствами массовой информации и связям с общественностью Комитета по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности
Титова Екатерина Александровна	- главный специалист отдела планирования, организационно-финансовой работы Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации
Филиппова Нина Андреевна	- пресс-секретарь Комитета по культуре Санкт-Петербурга
Хасиева Евгения Андреевна	- заместитель начальника отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу

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 владельцами рекламных носителей.

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 № 555-78 «О праздниках и памятных датах в Санкт-Петербурге».

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 науки и образования, экономики, спорта, экологии, туризма, культуры и массовых коммуникаций. 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 владельцами рекламных носителей для размещения социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, на рекламных конструкциях, установленных на недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности Санкт-Петербурга, а также на земельных участках, государственная собственность на которые не разграничена, и 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, или обеспечивающими их проведение физическими лицами, индивидуальными предпринимателями или юридическими лицами.

2.5. Заявители – рекламодатели в лице органов государственной власти Санкт-Петербурга и/или Российской Федерации, правоохранительных органов, контрольно-надзорных органов, физических лиц, индивидуальных предпринимателей или юридических лиц, подавших 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 ходе заседания Комиссии.

2.7. Рекламораспространители – лица, осуществляющие распространение социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, с использованием социального ресурса.

3. Задачи и функции Комиссии

3.1. Комиссия в своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, законодательством Российской Федерации о рекламе, правовыми актами Президента Российской Федерации 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 Санкт-Петербурга в распространении социальной рекламы и рекламы, представляющей особую общественную значимость, создание условий для ее размещения на социальном ресурсе.

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

3.3.1. Рассматривает заявки 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 рекламных материалов, предоставленных заявителем, или об отказе в предоставлении, в том числе в связи с недостаточностью социального ресурса.

3.3.4. 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.

3.3.5. 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. Запрашивать необходимую для осуществления своих полномочий информацию от исполнительных органов государственной власти Санкт-Петербурга, иных государственных органов, заявителей.

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

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

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

4.5. Разрабатывать форму заявки, а также устанавливать перечень документов и материалов, прилагаемых к заявке.

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

4.7. Осуществлять иные функции, необходимые для решения задач, возложенных на Комиссию.

РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ

1. Организация работы

1.1. Количественный и персональный состав Комиссии по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость (далее – Комиссия), утверждается распоряжением Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации (далее – Комитет).

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

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

1.4. Председатель Комиссии, заместитель председателя Комиссии:

- выносит на рассмотрение Комиссии предварительно проработанные рабочей группой, сформированной из состава членов Комиссии, заявки;
- ведет заседания Комиссии;
- утверждает и подписывает протоколы заседаний Комиссии.

1.5. Секретарь Комиссии:

- обеспечивает подготовку необходимых для рассмотрения Комиссией документов и материалов;
- обеспечивает своевременную отправку заявителям корреспонденции от имени Комиссии;
- обеспечивает иное взаимодействие с заявителями по вопросам подачи, рассмотрения заявок, принятия решений по заявкам;
- информирует членов Комиссии о дате и времени проведения заседания Комиссии;
- оглашает на заседании Комиссии изложенное в письменной форме мнение отсутствующего члена Комиссии, заключение профильного ведомства;
- ведет протокол заседания Комиссии.

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

1.7. Заседания Комиссии проводятся не позднее 7-го числа месяца, предшествующего месяцу размещения рекламы. Перенос очередного заседания Комиссии возможен по объективным причинам, в том числе если на него явилось менее половины состава Комиссии. Решение о переносе принимает председатель Комиссии, а по его указанию - заместитель председателя Комиссии.

1.8. Наряду с членами Комиссии участие в заседании Комиссии могут принимать лица, приглашенные председателем Комиссии и (или) заместителем

председателя Комиссии, которые могут давать пояснения, имеющие существенное значение для принятия Комиссией решения по конкретным заявкам.

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

1.10. Организационно-техническое обеспечение работы Комиссии осуществляет Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Городской центр рекламы и праздничного оформления».

2. Принятие Комиссией решений

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

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

- о признании материалов социальной рекламой или рекламой, представляющей особую общественную значимость и поддержке проекта;
- о непризнании материалов социальной рекламой или рекламой, представляющей особую общественную значимость и отказе в поддержке проекта;
- об отказе в поддержке проекта в связи с отсутствием или недостаточностью социального ресурса;
- о продлении срока поддержки проекта;
- о переносе рассмотрения заявки на следующее заседание Комиссии.

2.3. 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.

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

2.5. 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;
- Санкт-Петербург и/или Российская Федерация в лице соответствующих органов государственной власти, являющихся организаторами или соорганизаторами проектов или оказывающих иную поддержку проектам;
- заявителем (лицом, заинтересованным в продвижении проекта) выступает орган государственной власти или организация, поддерживаемая органом государственной власти. При этом заявитель гарантирует предоставление помощи социально незащищенным слоям населения в соответствии с требованиями, установленными в заявке.

2.6. 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.

2.7. Решение Комиссии о поддержке или об отказе в поддержке проектов, вынесенных на рассмотрение Комиссии, принимается простым большинством голосов присутствующих на заседании членов Комиссии и вносится в протокол.

2.8. По результатам рассмотрения заявки Комиссией направляется ответ заявителю в форме выписки из протокола заседания Комиссии.

2.9. Комиссия вправе направить в адрес заявителя мотивированное требование о корректировке рекламных материалов по поддержанному проекту. В случае отказа или невнесения заявителем в рекламные материалы соответствующих корректировок решение Комиссии по данной заявке может быть аннулировано.

2.10. Производство (разработка, печать, изготовление) рекламных материалов, выполненных в соответствии с техническими требованиями рекламодателя, и их доставка для распространения на социальном ресурсе, осуществляется заявителем самостоятельно.

2.11. Заявитель производит доставку материалов, пригодных для размещения, рекламодателю для их последующего распространения на социальном ресурсе в сроки, указанные в выписке из протокола Комиссии. В случае непредоставления рекламных материалов в установленный срок заявитель может быть лишен права на их размещение на социальном ресурсе, выделенном Комиссией. Освободившийся социальный ресурс распределяется среди других поддержанных Комиссией проектов. При повторном обращении заявителя в Комиссию вопрос предоставления социального ресурса для продвижения проекта решается коллегиально членами Комиссии.

**ПОРЯДОК
ПОДАЧИ ЗАЯВКИ НА РАССМОТРЕНИЕ КОМИССИИ ПО СОЦИАЛЬНОЙ
РЕКЛАМЕ И РЕКЛАМЕ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩЕЙ ОСОБУЮ
ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗНАЧИМОСТЬ**

1. Комиссия по социальной рекламе и рекламе, представляющей особую общественную значимость (далее – Комиссия), принимает к рассмотрению заявки с приложенными в соответствии с установленным перечнем документами и материалами, поступившие не менее чем за 45 календарных дней до начала месяца планируемого размещения социальной рекламы или рекламы, представляющей особую общественную значимость.

2. Оригинал заявки на бумажном носителе представляется секретарию Комиссии по адресу: 197022, Санкт-Петербург, Каменноостровский пр., д. 67, лит. А; скан-копия заявки направляется на адрес электронной почты sn1@gcrr.ru.

3. Секретарь Комиссии направляет поступившую заявку на рассмотрение Комиссии при наличии следующего пакета документов:

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;

бланк заявки установленной формы, заверенный печатью заявителя (при наличии) и подписью руководителя или иного уполномоченного лица заявителя, или подписью физического лица;

заклчение профильного органа государственной власти Санкт-Петербурга и/или Российской Федерации, правоохранительного органа, контрольно-надзорного органа, содержащее подробное обоснование статуса заявленного проекта и ходатайство о его продвижении с использованием социального ресурса Комиссии;

цветной дизайн-макет рекламы формата А4 для печатной продукции, который готовится отдельно для каждого рекламодателя, раскадровка видеоролика 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;

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.

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

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 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Документы и материалы, представленные с нарушением требований настоящего Порядка, возвращаются заявителю.

5. Секретарь Комиссии письменно уведомляет заявителя об отказе в направлении заявки на рассмотрение Комиссии в течение пяти рабочих дней со дня поступления заявки, но не позднее чем за 2 рабочих дня до даты заседания Комиссии.

6. Заявитель как рекламодаделец несет предусмотренную действующим законодательством ответственность за содержание рекламных материалов, в том числе за неполучение в установленном порядке согласия на использование изображения физического лица.

7. Заявитель несет ответственность перед Комиссией за неисполнение взятых на себя обязательств по соблюдению сроков предоставления рекламодателям материалов в соответствии с выделенным социальным ресурсом, а также по предоставлению помощи социально незащищенным слоям населения в случае, если объект рекламирования имеет коммерческую составляющую.

8. Заявитель вправе отозвать заявку, письменно уведомив об этом Комиссию не позднее чем за 2 рабочих дня до даты заседания Комиссии.