

О Порядке рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы

В соответствии с Федеральными законами от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», постановлением мэрии города Новосибирска от 22.04.2019 № 1435 «О Положении о комиссии по вопросам распространения социальной рекламы на территории города Новосибирска», руководствуясь Уставом города Новосибирска, ПОСТАНОВЛЯЮ:

1. Утвердить Порядок рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы (приложение).
2. Департаменту информационной политики мэрии города Новосибирска обеспечить опубликование постановления.
3. Контроль за исполнением постановления возложить на начальника департамента промышленности, инноваций и предпринимательства мэрии города Новосибирска.

Мэр города Новосибирска

А. Е. Локоть

Приложение
к постановлению мэрии
города Новосибирска
от _____ № _____

ПОРЯДОК рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы

1. Общие положения

1.1. Порядок рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы (далее – Порядок) разработан в соответствии с Федеральными законами от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372 «О Правилах распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске», Уставом города Новосибирска.

1.2. Порядок определяет процедуру подачи и рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы, порядок взаимодействия с рекламодателями при предоставлении рекламных конструкций для безвозмездного размещения социальной рекламы.

1.3. Порядок распространяется на отношения по распространению социальной рекламы на рекламных конструкциях, размещенных на основании договоров на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, содержащих обязательства о безвозмездном размещении социальной рекламы в период не менее 120 дней в году, заключенных в соответствии с Правилами распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятыми решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372, действовавшими до вступления в силу решения Совета депутатов города Новосибирска от 05.12.2018 № 701 «О внесении изменений в Правила распространения наружной рекламы и информации в городе Новосибирске, принятые решением городского Совета Новосибирска от 25.10.2006 № 372».

2. Порядок подачи и рассмотрения предложений некоммерческих организаций о размещении социальной рекламы

2.1. Некоммерческая организация, заинтересованная в размещении социальной рекламы на территории города Новосибирска (далее – организация), до первого числа первого месяца каждого квартала представляет в департамент строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска (далее – департамент) по адресу: 630099, Новосибирская область, город Новосибирск, Вокзальная маги-

страль, 16, кабинет 506, следующие документы и материалы:

2.1.1. Заявление о размещении социальной рекламы на территории города Новосибирска, подписанное руководителем или иным уполномоченным лицом организации и заверенное печатью (при наличии), с указанием:

наименования организации, контактной информации (почтовый адрес, адрес электронной почты, телефон, факс);

наименования рекламной кампании и обоснования ее социальной направленности, актуальности, необходимости;

срока (периода) планируемого распространения социальной рекламы;

вида и количества рекламных конструкций, необходимых для размещения социальной рекламы;

предпочтительных районов города Новосибирска для распространения социальной рекламы.

2.1.2. Копии документов, подтверждающих полномочия представителя организации, заверенные в соответствии с законодательством.

2.1.3. Цветной дизайн-макет формата А4 – для печатной продукции. При наличии в дизайн-макете условных обозначений представляется информация с указанием каждого условного обозначения и обоснованием необходимости каждого из них.

2.1.4. Раскадровка (фиксация каждого концептуально меняющегося кадра) в цветном варианте или текстовое описание концепции видеоролика (содержание материала, возрастное ограничение) – для видеоролика. Продолжительность видеоролика должна составлять не более пяти секунд.

Видеоролик, предназначенный для размещения, дополнительно представляется на электронную почту kri@admnsk.ru.

2.1.5. Документы, подтверждающие социальную значимость планируемой рекламно-информационной кампании, иные документы, которые, по мнению организации, имеют значение для рассмотрения вопроса о размещении социальной рекламы (представляются по инициативе организации).

2.1.6. Письменное согласие организации на возмещение затрат рекламораспространителя по монтажу (демонтажу) рекламных материалов и их адаптации под технические требования рекламных конструкций (далее – затраты рекламораспространителя).

2.1.7. Письменное обязательство организации об изготовлении итоговых рекламных материалов с соблюдением технических требований, предусмотренных приложениями 1 – 4 к Порядку.

2.2. Департамент:

2.2.1. В день поступления документов и материалов, предусмотренных пунктом 2.1 Порядка (далее – документы и материалы), осуществляет их регистрацию.

2.2.2. В течение 30 дней со дня регистрации документов и материалов проверяет их и по результатам проверки:

в случае соответствия требованиям, предусмотренным пунктом 2.1 Порядка, направляет документы и материалы в комиссию по вопросам распространения социальной рекламы на территории города Новосибирска, состав которой и по-

ложение о которой утверждаются постановлениями мэрии города Новосибирска (далее – комиссия);

в случае несоответствия требованиям, предусмотренным пунктом 2.1 Порядка, возвращает их заявителю с уведомлением об отказе в вынесении документов и материалов на рассмотрение комиссии с указанием основания для отказа.

2.3. Комиссия до 30 числа второго месяца каждого квартала рассматривает документы и материалы в соответствии с критериями отбора, предусмотренными пунктом 2.4 Порядка, и принимает одно из следующих решений:

о возможности размещения социальной рекламы с указанием вида рекламных конструкций, объема и периода размещения социальной рекламы;

об отказе в размещении социальной рекламы при наличии оснований, предусмотренных пунктом 2.5 Порядка.

2.4. Решение о возможности размещения социальной рекламы принимается комиссией в соответствии со следующими критериями:

2.4.1. Соответствие документов и материалов требованиям Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2.4.2. Техническая возможность размещения представленных в соответствии с подпунктами 2.1.3, 2.1.4 Порядка материалов на следующих видах рекламных конструкций, используемых для размещения социальной рекламы:

постеры;

щиты;

суперсайты;

видеоэкраны.

2.4.3. Соблюдение очередности рассмотрения документов и материалов с учетом общего годового объема рекламных конструкций, используемых для безвозмездного размещения социальной рекламы и периода размещения социальной рекламы на рекламной конструкции.

Общий объем рекламных конструкций, используемых для безвозмездного размещения социальной рекламы, определяется департаментом строительства и архитектуры мэрии города Новосибирска ежеквартально до 15 числа первого месяца каждого квартала, исходя из 5% объема сторон рекламных конструкций, установленных по договорам на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, содержащих обязательства о безвозмездном размещении социальной рекламы.

Период размещения социальной рекламы на рекламной конструкции определяется на основании заявления организации, но не может превышать одного месяца, за исключением рекламных конструкций, отнесенных решением комиссии по вопросам распространения социальной рекламы на территории города Новосибирска к долгосрочным программам.

Список долгосрочных программ на предстоящий год утверждается на последнем заседании комиссии в текущем году.

2.5. Основания для отказа в размещении социальной рекламы:

2.5.1. Несоответствие представленных организацией документов и материалов критериям, предусмотренным подпунктами 2.4.1, 2.4.2 Порядка.

2.5.2. Отсутствие свободных рекламных конструкций для безвозмездного

размещения социальной рекламы.

2.6. Решение комиссии, принятое в соответствии с пунктом 2.3 Порядка, в течение трех дней со дня принятия направляется в департамент и в организацию.

3. Порядок взаимодействия с рекламодателями при предоставлении рекламных конструкций для безвозмездного размещения социальной рекламы

3.1. Департамент в течение пяти дней со дня поступления решения комиссии о возможности размещения социальной рекламы направляет в адрес рекламодателей уведомление, в котором содержатся сведения о принятом комиссией решении, наименовании социальной рекламы, сроках и объемах ее размещения, а также о видах рекламных конструкций. К уведомлению прилагаются материалы, предусмотренные подпунктами 2.1.3, 2.1.4 Порядка, подлежащие размещению адресатом уведомления.

3.2. Рекламодатель в течение пяти дней со дня получения уведомления, указанного в пункте 3.1 Порядка, направляет в департамент информацию о стоимости возмещения затрат рекламодателя.

3.3. Департамент в течение двух дней со дня поступления от рекламодателя информации о стоимости возмещения затрат рекламодателя направляет указанную информацию в организацию.

3.4. Предоставление рекламной конструкции для безвозмездного размещения социальной рекламы осуществляется после заключения организацией и рекламодателем соглашения о возмещении затрат рекламодателя.

3.5. Размещение социальной рекламы не осуществляется:

в случае отказа организации произвести оплату затрат рекламодателя или отсутствия оплаты на момент предполагаемого экспонирования;

в случае представления организацией материалов, несоответствующих техническим требованиям, предусмотренным подпунктом 2.1.7 Порядка.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ к рекламно-информационному материалу «Постер»

1. Требования к материалу:

бумага постерная транслюцентная «Backlit» для рекламной конструкции «Ситиформат», тип стороны 1.2*1.8 «Статика»:

вес (плотность) – 150 гр/м²;

белизна – 93%; влагопрочность – 48%;

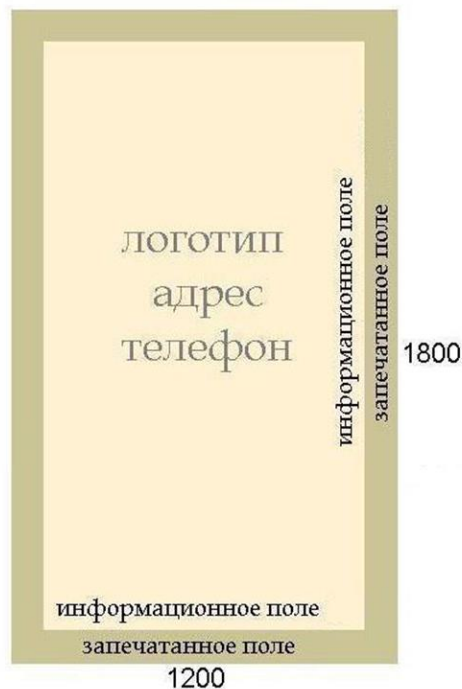
срок эксплуатации – 1 месяц.

2. Требования к печати:

2.1. Печать в соответствии с макетом и схемой печати, пригодная к эксплуатации при температуре окружающей среды от -400 до +400°С, стойкая к ультрафиолетовому излучению, влажности и другим воздействиям окружающей среды в течение указанного срока эксплуатации.

2.2. Приложение к рекламно-информационному материалу документов, подтверждающих его соответствие всем требованиям, где должны быть указаны его назначение и характеристики (тип, производитель, плотность, процент светопропускаемости).

Схема печати 1.2*1.8



Поле	Размер/допуск	
	Ширина, мм	Высота, мм
Информационное поле	1100 + 5	1650 + 5

Запечатанное поле	1200 + 5	1800 + 5
-------------------	----------	----------

Примечание: информационное поле – место расположения важной текстовой и графической информации;
запечатанное поле – часть изображения (фон), допускающая обрезку по контуру без потери восприятия общего вида изображения.

3. Для поддержания качества размещения вместе с основным рекламно-информационным материалом необходимо предоставить технологический запас рекламно-информационного материала из расчета 20% от общего количества каждого сюжета, но не менее 1 шт.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ к рекламно-информационному материалу «Щит»

1. Требования к материалу:

1.1. Для круглогодичного размещения:

баннер матовый, литой «Frontlit», без склеек полотна, для рекламной кон-
струкции «Билборд», тип стороны 3*6 «Статика»:

вес – 440-510 г/м²;

высокопрочная 100% полиэстерная нить, двухстороннее виниловое покры-
тие, плетение 7/7 или 7/8 на см², прочность на разрыв продольная/поперечная
2500N/1800N/5 см;

сохранение эластичности материала при работах ниже температуры -25 °С;
срок эксплуатации – шесть месяцев до шести размещений.

1.2. Для разового размещения, в период с апреля по октябрь, без гарантий
качественного размещения:

баннер матовый, ламинированный «Frontlit», без склеек полотна:

вес – 340-440г/м²;

сохранение эластичности материала при работах не ниже температуры
-5 °С;

срок эксплуатации – шесть месяцев.

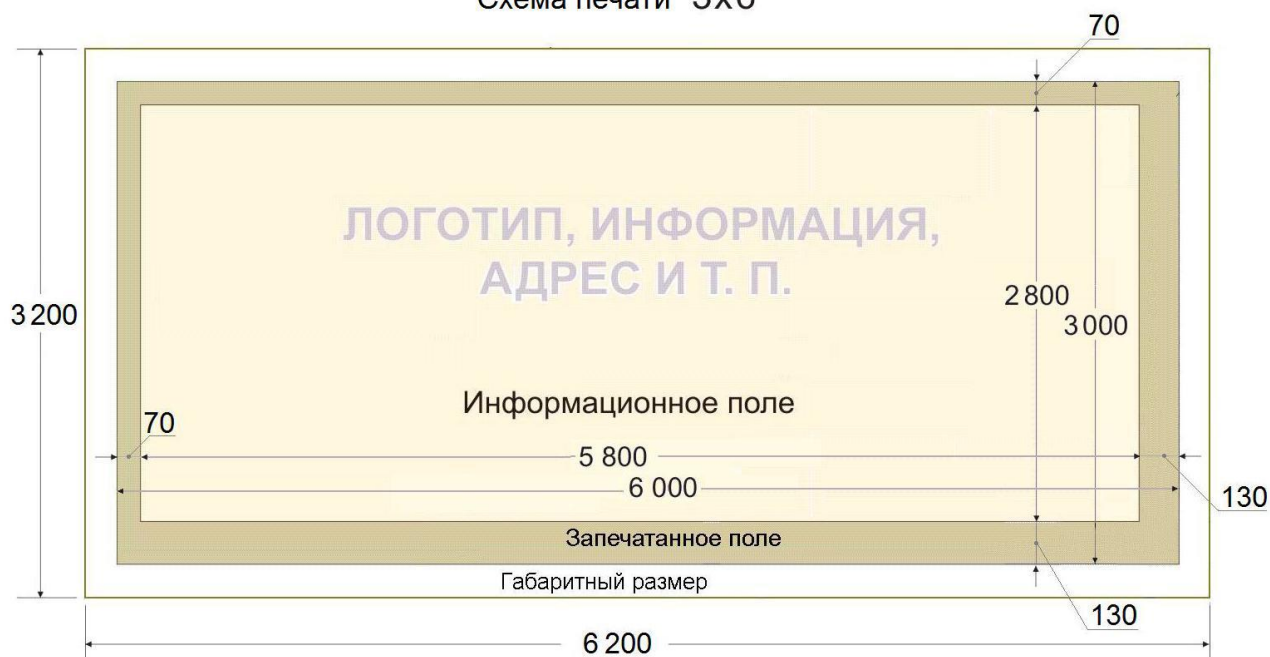
2. Требования к печати:

2.1. Печать в соответствии с макетом и схемой печати, пригодная к эксплуа-
тации при температуре окружающей среды -400 +400 °С, стойкая к ультрафиоле-
товому излучению и другим воздействиям окружающей среды в течение указан-
ного срока эксплуатации.

2.2. Приложение к рекламно-информационным материалам документов,
подтверждающих его соответствие всем требованиям, где должны быть указаны
его характеристики (тип, производитель, плотность, плетение нити).

2.3. Осуществление транспортировки рекламно-информационного материа-
ла в период с ноября по апрель на шпуле.

Схема печати 3х6



Поле	Размер/допуск	
	Ширина, мм	Высота, мм
Информационное поле	5800 + 5	2800 + 5
Запечатанное поле	6000 + 5	3000 + 5
Габаритный размер	6200 + 5	3200 + 5

Примечание: информационное поле – место расположения важной текстовой и графической информации;
 запечатанное поле – часть изображения (фон), допускающая обрезку по контуру без потери восприятия общего вида изображения;
 габаритный размер – размер плаката (рекламно-информационного материала) готового к монтажу.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ к рекламно-информационному материалу «Суперсайт»

1. Требование к материалу:

баннер матовый, литой «Frontlit», без склеек полотна, для рекламной конструкции «Суперсайт», тип стороны 5*15 «Статика»:

вес – 440-510 г/м²;

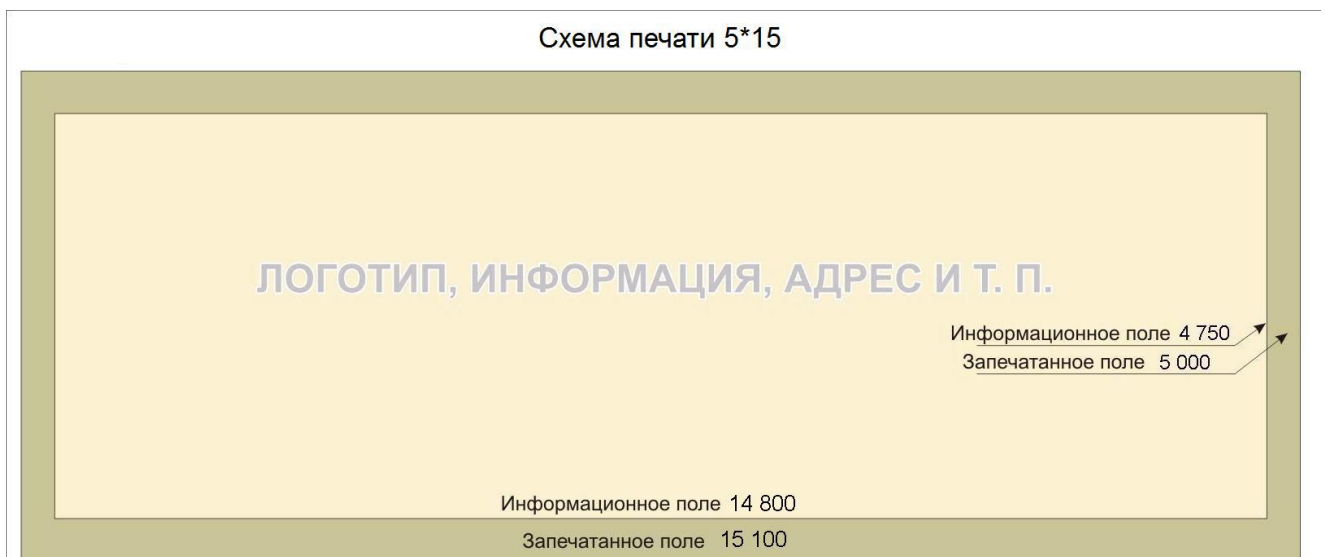
высокопрочная 100% полиэстерная нить, двухстороннее виниловое покрытие, плетение 7/7 или 7/8 на см², прочность на разрыв продольная/поперечная 2500N/1800N/5 см;

сохранение эластичности материала при работах ниже температуры -25°C; срок эксплуатации – шесть месяцев до трех размещений.

2. Требование к печати:

2.1. Печать в соответствии с макетом и схемой печати, пригодная к эксплуатации при температуре окружающей среды -400 +400 °С, стойкая к ультрафиолетовому излучению и другим воздействиям окружающей среды в течение указанного срока эксплуатации.

2.2. Приложение к рекламно-информационному материалу документов, подтверждающих его соответствие всем требованиям, где должны быть указаны его характеристики (тип, производитель, плотность, плетение нити).



Поле	Размер	
	Ширина	Высота
Информационное поле	14800 + 20	4750 + 20

Запечатанное поле	15100 + 20	5000 + 20
Габаритный размер	15100 + 20	5000 + 20

Примечание: информационное поле – место расположения важной текстовой и графической информации;
запечатанное поле – часть изображения (фон), допускающая обрезку по контуру без потери восприятия общего вида изображения;
габаритный размер – размер рекламно-информационного материала готового к монтажу.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ к рекламно-информационному материалу «Видеоэкран»

1. Общие требования.
 - 1.1. Разрешение 1024x512 пикселей.
 - 1.2. Форматы конструкций: 3x6; 4x8; 4x8,2; 5x10.
 - 1.3. Пропорции макета 1:2.
 - 1.4. Ориентация горизонтальная.
 - 1.5. Минимальный размер шрифта – 9 пикселей.
 - 1.6. Размер отдельного файла не более 50 Мб.
2. Требования к анимированным роликам.
 - 2.1. Основной формат: mp3 (кодек Xvid); дополнительные форматы: avi, mov, wmv.
 - 2.2. Продолжительность – 5 сек.
 - 2.3. Без звуковой дорожки; частота кадров 24к/сек; пиксели квадратные.
3. Требования к анимации медиаконтента:
 - 3.1. Запрещено использование видеоконтента телевизионных роликов, содержащих развитие сюжетной линии и требующих постоянного внимания к изображению во время его демонстрации (для понимания сюжетной линии в целом).
 - 3.2. Допускается использование до 3 сюжетов (слайдов) в пределах 1 ролика, но рекомендуется не более 2.
 - 3.3. Допускается использовать различные дополнительные эффекты: мигание, вращение, масштабирование, перемещение элементов, блики, свечение, замена цвета, анимация персонажей и другие.
4. Требования к статичным постерам.
 - 4.1. Основной формат: jpeg; дополнительные форматы (текста и кривых): psd, cdr, tiff, ai, esp.
 - 4.2. Цветовая система RGB. При предоставлении исходного материала в палитре CMYK, могут возникнуть несоответствия цвета при переводе изображения в цветовую систему RGB.
 - 4.3. Коэффициент качества «Высокий» 100%.
5. Способы доставки.
 - 5.1. Электронная почта. Пересылка графических файлов по электронной почте должна осуществляться без использования в именах файлов русских букв и специальных символов. Файл размером более 5Мб перед подачей по электронной почте должен быть сжат при помощи архиваторов ZIP или RAR (объем файлов до 12 Мб).
 - 5.2. Файлообменник/веб – сервис передачи данных. Ссылки на ftp не принимаются.

5.3. Носители информации: CD-R, CD-RW, DVD(+R,-R,+RW, -RW), USB Flash- приводы.
