

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**о размещении рекламы в помещениях**  
**Государственного бюджетного учреждения Рязанской области**  
**«Многофункциональный центр предоставления государственных и**  
**муниципальных услуг Рязанской области»**

**1. Общие положения. Термины и понятия.**

1.1. Настоящее Положение устанавливает единые правила для размещения рекламы в помещениях Государственного бюджетного учреждения Рязанской области «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг Рязанской области» (далее - Правила).

1.2. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - закон «О рекламе»), Федеральным законом от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», Федеральным законом от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции», нормативными правовыми актами Российской Федерации, определяющими порядок деятельности Государственного бюджетного учреждения Рязанской области «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг Рязанской области» (далее – ГБУ РО «МФЦ Рязанской области»), Уставом ГБУ РО «МФЦ Рязанской области».

Размещению не подлежит реклама, противоречащая законодательству Российской Федерации, настоящим Правилам, Уставной деятельности ГБУ РО «МФЦ Рязанской области», противоречащая нормам нравственности и морали. ГБУ РО «МФЦ Рязанской области» оставляет за собой право отказаться от заключения Договора в одностороннем порядке, без объяснения причин, вызвавших отказ, и возмещения убытков, причиненных таким отказом.

1.4. В Правилах используются следующие понятия:

1) реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

3) товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

5) рекламодатель - изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;



- 6) рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;
- 7) рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств;
- 8) потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама;
- 9) социальная реклама - информация, распространенная 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;
- 10) Учреждение – Государственное бюджетное учреждение Рязанской области «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг Рязанской области»;
- 11) Помещение - нежилое помещение или часть нежилого помещения, принадлежащее Учреждению на любом предусмотренном законодательством РФ праве и используемое для организации деятельности Учреждения;
- 12) Рекламный материал — материалы, содержащие рекламу рекламодателя (листовки, буклеты, визитки, флаеры, и т.п.), выполненные на материальном носителе в формате от А3 до А6, а также в электронно – цифровом исполнении.
- 13) Рекламная стойка — конструкция, расположенная в Помещении и предназначенная для размещения рекламных материалов;
- 14) Рекламное место - это поверхность рекламной стойки, используемая для размещения, распространения рекламных материалов.

1.5. Соблюдение настоящего Положения обязательно для всех юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, а также физических лиц и индивидуальных предпринимателей при размещении рекламы в Помещении Учреждения.

1.6. Рекламодатель обязан иметь все необходимые разрешения, согласования, выдаваемые в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ.

1.7. Распространение рекламы в Помещениях осуществляется на основании заключенного с Учреждением договора.

1.8. Рекламные стойки, рекламный материал не должны препятствовать восприятию информации, размещенной в Помещении в целях уставной деятельности Учреждения.

1.9. Ответственность за содержание рекламы, соответствие распространяемой рекламы закону «О рекламе», действующему законодательству РФ несет рекламодатель.

1.10. Тарифы на оказание услуг по размещению рекламы утверждаются локальным актом Учреждения.

## **2. Виды рекламы. Способы размещения рекламы.**

2.1. Под видами рекламных материалов понимается:

2.1.1. Печатная реклама – раздаточные листовки, буклеты, визитки, флаеры, и т.п. формата от А3 до А6;



2.1.2. Электронно - цифровое исполнение рекламы на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема), и/или на мониторах, специально установленных в Помещениях, возможно в форме:

- «бегущая строка»;
- видеоролик.

2.1.3. Реклама на официальном сайте Учреждения в сети Интернет.

2.2. Способы распространения рекламы:

2.2.1. Печатная реклама (раздаточные листовки, буклеты, визитки, флаеры и т.п. формата от А3 до А6) может размещаться путем выкладки на стойке администратора в Помещении, на рабочем столе специалиста (специально определенном месте), на рекламной стойке, установленной в Помещении.

2.2.2. Рекламные стойки, располагаемые в Помещении, должны соответствовать техническим нормам и требованиям к конструкциям соответствующего типа и вида, должны быть безопасны, изготовлены и установлены в соответствии с существующими нормами и правилами, государственными стандартами, техническими регламентами, содержащими требования для конструкций данного типа.

2.2.3. В соответствии с настоящим Положением, Учреждение вправе разместить в Помещении собственные рекламные стойки, после чего на возмездной основе оказывать услуги по предоставлению права размещения рекламных материалов на данной рекламной стойке.

2.2.4. Электронно - цифровое исполнение рекламы в форме «бегущая строка» может транслироваться на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема), и/или на мониторах, специально установленных в Помещениях.

2.2.5. «Бегущая строка» должна занимать не более 5% площади изображения на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема), и/или на специально установленных мониторах.

2.2.6. Периодичность трансляции «бегущей строки» согласовывается в договоре между Учреждением и рекламодателем.

2.2.7. Видеоролик может транслироваться на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема), и/или на мониторах, специально установленных в Помещениях. Транслируемый видеоролик должен быть без звукового сопровождения (допускаются субтитры).

2.2.8. Периодичность трансляции видеоролика согласовывается в договоре между Учреждением и рекламодателем.

Размещение рекламы на официальном сайте Учреждения в сети Интернет допускается в различных форматах. Формат размещения рекламы, общая площадь рекламного изображения согласовывается Учреждением.

### **3. Особенности обращения заинтересованных лиц в целях размещения рекламы.**

3.1. Рекламодатель для размещения рекламы направляет в адрес Учреждения письменное обращение с указанием следующей информации:

- организационно-правовая форма и наименование рекламодателя;
- содержание рекламной информации в соответствии с требованиями Закона «О рекламе»;



- вид рекламного носителя;
- место распространения рекламы (местонахождение Помещения);
- срок размещения рекламы;
- макет рекламы;
- заверенные копии документов о сертификации (лицензировании) товара (услуги), если Закон «О рекламе» содержит соответствующие требования к рекламе такого товара.

#### **4. Право Учреждения на отказ в размещении рекламы.**

4.1. Учреждение вправе отказать рекламодателю в размещении рекламы если:

- не соблюдены ограничения, установленные настоящим Положением или Законом «О рекламе», а также если обращение содержит неполные/недостоверные сведения о заявителе, товаре (услуге);

- размещаемая реклама противоречит Уставной деятельности ГБУ РО «МФЦ Рязанской области», нормам нравственности и морали, не соответствует принципам и целям организации и создания многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг;

- отсутствуют свободные места на рекламной стойке, площади для установки рекламных стоек в Помещении, отсутствует техническая возможность для размещения «бегущей строки», видеороликов, рекламы на официальном сайте Учреждения в сети Интернет;

- размещаемая реклама препятствует восприятию информации, распространяемой Учреждением в целях своей уставной деятельности.

Учреждение не обязано мотивировать основания отказа в размещении рекламы. Вред, причиненный таким отказом, возмещению не подлежит.

#### **5. Ответственность рекламодача.**

5.1. В случае несанкционированного распространения рекламы в Помещении, Учреждение вправе удалить, в том числе с привлечением третьих лиц размещенную рекламу.

Размещенные без согласования рекламные материалы Учреждение вправе утилизировать с предъявлением затрат рекламодателю, чья рекламная информация содержится в указанных рекламных материалах.