

**Утверждено решением Общего собрания членов СРО АМИ РС,
работающих в Санкт-Петербурге 14 марта 2025 года**

ПОЛОЖЕНИЕ

о деятельности Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

1. Общие положения

1.1. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга (ОСР) является органом координирующим деятельность некоммерческих организаций в сфере маркетинговых и массовых коммуникациях, а также некоммерческих организаций рекламодателей и иных структур (комитетов, советов), чья деятельность связана с маркетинговыми и массовыми коммуникациями, созданных в/при бизнес-объединениях.

1.2. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга выражает волю организаций — участников рынка маркетинговых и массовых коммуникаций, включая представителей рекламопроизводителей, рекламодателей и рекламодателей, вне зависимости от их статуса принадлежности к СРО АМИ РС, осуществляющих свою деятельность на территории Санкт-Петербурга, во взаимоотношениях с органами законодательной и исполнительной власти, государственными органами, регулирующими сферу рекламы, а также с иными организациями, чья деятельность связана с сферой рекламы и смежных отраслей.

1.3. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга выполняет функции представительства Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (СРО АМИ РС) в Санкт-Петербурге и является структурным подразделением СРО АМИ РС, осуществляет деятельность от имени СРО АМИ РС. Ответственность за деятельность ОСР, осуществляемой им в пределах его компетенции, несет СРО АМИ РС.

1.4. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга осуществляет свою деятельность в соответствии с решением общего собрания членов Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», осуществляющих свою деятельность на территории Санкт-Петербурга «__» _____ (Протокол -__), на основании настоящего Положения, утверждённого правлением СРО АМИ РС «__» _____ (Протокол -__).

1.5. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга руководствуется в своей деятельности действующим законодательством Российской Федерации, Уставом СРО АМИ РС и настоящим Положением.

1.6. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга не имеет статуса юридического лица. Техническое, организационное и административное содействие работе ОСР оказывает секретариат СРО АМИ РС.

1.6. Общественный совет по рекламе Санкт-Петербурга создан на неопределенный срок.

1.7. Местом нахождения ОСР является местонахождение СРО АМИ РС: Санкт-Петербург, Васильевский остров, ул. Кораблестроителей, дом 12, к.1

2. Цели деятельности Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

2.1. Целью деятельности ОСР является полноценное продвижение на территории Санкт-Петербурга принципов социальной ответственности рекламы и базовых принципов деятельности саморегулируемой организации в области рекламы, изложенные в Меморандуме «О разработке «Дорожной карты» по созданию и организации деятельности органа рекламного саморегулирования в России и утверждению пилотного субъекта по развитию деятельности СРО», подписанном руководителями Европейского Альянса по рекламным стандартам (European Advertising Standards Alliance), Федеральной антимонопольной службы (ФАС России), Правительством Санкт-Петербурга и руководителями крупнейших индустриальных объединений России 28 сентября 2017 года.

2.2. Продвижение ценностей цивилизованной, добросовестной рекламы в Санкт-Петербурге, продвижение положений Российского кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (редакция 2024 года).

3. Задачи деятельности Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

3.1. Основными задачами ОСР является

3.1.1. отстаивание на территории Санкт-Петербурга интересов рекламного сообщества, выработка совместно с органами законодательной и исполнительной власти, регулирующих органов и других организаций приемлемых для всех сторон законодательных актов и иных решений, влияющих на деятельность отрасли.

3.1.2. подъём авторитета и престижа индустрии маркетинговых и массовых коммуникаций среди органов законодательной и исполнительной власти, государственных органов, регулирующих сферу рекламы, бизнес-объединений и в потребительской среде.

3.1.3. вовлечение значительного числа представителей индустрии маркетинговых и массовых коммуникаций в деятельность индустриальных организаций (членов СРО АМИ РС) и негосударственных некоммерческих организаций, в процессы цивилизованного развития рекламного рынка и построение эффективной системы рекламного саморегулирования в Санкт-Петербурге и в России.

3.2. Задачами деятельности ОСР является:

- обеспечение оперативной деятельности СРО АМИ РС на территории Санкт-Петербурга, содействие осуществлению её целей и задач;
- объединение усилий в поддержке регионального рынка рекламы и наиболее достойных и профессиональных представителей индустрии маркетинговых и массовых коммуникаций, защита их интересов.
- защита интересов членов СРО АМИ РС на территории Санкт-Петербурга, организация их взаимодействия с органами государственной власти и общественными объединениями.
- оказание содействия органам власти, профессиональному рекламному сообществу в совершенствовании и повышении уровня социальной рекламы в регионе.

4. Функции и направления деятельности Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

4.1. Функциями и направлениями деятельности ОСР являются:

4.1.1. Определение наиболее проблемных вопросов в части развития рынка маркетинговых и массовых коммуникаций, выработка совместных предложений по решению данных проблем, а именно:

- разработка совместных предложений по совершенствованию законодательства в сфере рекламного саморегулирования, а также рекламных стандартов;
- выработка при необходимости на основе обсуждения общей позиции (предложений, замечаний) по наиболее резонансным законопроектам или нормативным актам как федерального, так и регионального значения; обеспечение информирования (при согласовании с правлением) заинтересованных сторон о позиции ОСР
- изучение условий осуществления рекламной деятельности и коммерческих коммуникаций;
- подготовка обращений к руководству СРО АМИ РС, его структурным и специализированным органам с предложениями по совершенствованию их работы;
- подготовка обращений в адрес федеральных индустриальных объединений — членов СРО по улучшению работы с региональными представителями индустрии;
- разработка рекомендаций по совершенствованию муниципального законодательства в сфере взаимодействия власти и индустрии на основе лучших практик Санкт-Петербурга

4.1.2. Продвижение этических стандартов, как российских, так и международных, деятельности международных СРО, а также информации о СРО среди представителей рекламной, маркетинговой индустрии и рекламодателей при содействии СРО:

- оказание содействия членам Ассоциации в контроле за соблюдением норм этики в рекламе;

- популяризация сайта — сетевого издания «Рекламный Совет» (sovetreklama.org) и других информационных ресурсов СРО, в том числе, в социальных сетях.
- проведение публичных просветительских и образовательных мероприятий под эгидой ОСР для представителей рекламной индустрии и смежных отраслей в офлайн и в онлайн формате, по актуальной тематике маркетинговой индустрии, в особенности по тематике деятельности СРО АМИ РС, с привлечением ведущих специалистов России из разных регионов — представителей членов СРО и международных спикеров;

4.1.3. Организация внутренних и внешних коммуникаций членов ОСР:

- информационная поддержка и методическая помощь членам ОСР, в том числе посредством организации обмена опытом и информацией в сфере развития лучших практик маркетинговых и массовых коммуникаций;
- обеспечение взаимодействия между членами ОСР, средствами массовой информации и рекламодателями в целях повышения качественного уровня распространяемой рекламы и иной маркетинговой информации, её достоверности и доступности каждому члену и партнёру СРО АМИ РС;

4.1.4. Представление и защита интересов членов ОСР в органах государственной законодательной и исполнительной власти, органах федеральной власти, регулирующих рекламную отрасль, включая:

- оказание методической помощи при участии членов ОСР в конкурсах на получение грантов в области социальной рекламы и/или получении грантов в смежных отраслях
- оказание помощи по правовым и иным вопросам представителям СРО АМИ РС, подготовки заключений (включая экспертные), документов и предварительной проверке проектов документов на их соответствие законодательству Российской Федерации и локальным нормативным актам СРО АМИ РС в установленном в СРО АМИ РС порядке в рамках возложенных функций.

4.1.5. Проведение конкурсов профессионального мастерства по отдельным видам рекламной деятельности, в том числе в области социальной рекламы, конкурсы на лучшую рекламу года и пр.;

5. О составе Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

5.1. Общественный совет по рекламе состоит из:

5.1.1. руководителей (представителей) некоммерческих организаций рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодателей — членов СРО АМИ РС, осуществляющих свою деятельность на территории Санкт-Петербурга.

5.1.2. руководителей (представителей) профильных структурных подразделений негосударственных некоммерческих организаций, с которыми у СРО АМИ РС заключены соглашения о партнёрстве.

5.1.3. руководителей (представителей) членов — партнёров СРО АМИ РС, осуществляющих свою деятельность на территории Санкт-Петербурга.

5.1.4. руководителей (представителей) от государственных органов исполнительной власти (ОИВ) и/или общественных советов от ОИВ, а также общественных организаций.

5.1.5. лидеров общественного мнения, лидеров маркетинговой индустрии, представителей научных кругов, предлагаемые в состав председателем ОСР или председателем правления СРО АМИ РС.

5.2. К деятельности ОСР в качестве наблюдателей могут привлекаться частные лица и/или представители организаций, выразивших желание оказывать содействие в развитии саморегулирования в регионе, но не имеющих на данный момент официальных полномочий.

5.3. Численный и персональный состав представителей от каждой организации определяется на общем собрании членов Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», осуществляющих свою деятельность на территории Санкт-Петербурга.

6. Руководство Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

6.1. Совет возглавляет председатель, кандидатура которого утверждается решением ОСР.

6.2. Председатель ОСР должен иметь опыт работы в рекламной индустрии или смежных отраслях и/или органах, регулирующих рекламную деятельность и/или в общественных организациях рекламной направленности, не менее 5 лет.

6.3. Председателем Совета не может быть действующий государственный служащий.

6.4. Председатель ОСР:

6.4.1. обеспечивает организацию работы ОСР, выполнение задач и функций, определённых настоящим Положением.

6.4.2. разрабатывает предложения по совершенствованию деятельности ОСР, включая предложения по совершенствованию деятельности СРО АМИ РС по компетенции территориального развития.

6.4.3. организует заседания регионального совета.

6.5. Председатель совета имеет право:

6.5.1. запрашивать у руководителей других структурных подразделений СРО АМИ РС материалы и информацию, необходимые для выполнения задач и функций, возложенных на ОСР.

6.5.2. принимать участие в проводимых руководством СРО АМИ РС совещаниях при обсуждении на них вопросов, имеющих отношение к региональному развитию, практике применения законодательства Российской Федерации в регионах России, рассмотрении локальных нормативных актов и по иным направлениям правовой работы.

6.6. Срок полномочий председателя ОСР составляет 3 года. Полномочия председателя ОСР могут быть прекращены решением правления: по инициативе самого председателя ОСР или по предложению более $\frac{2}{3}$ членов Совета.

6.7. Председатель ОСР имеет заместителей.

6.7.1. Срок полномочий заместителей не может превышать срок полномочий председателя ОСР. При этом, в случае досрочного прекращения полномочий председателя ОСР, полномочия заместителей продолжают действовать до момента избрания нового председателя ОСР в целях обеспечения непрерывности деятельности ОСР.

6.7.2. Заместители утверждаются председателем ОСР из числа кандидатур, выдвинутых членами Совета и/или руководством СРО АМИ РС.

7. Обеспечение деятельности и порядок работы Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга.

7.1. Заседания ОСР проводятся по мере необходимости, но не реже одного раза в полугодие.

7.2. Заседания могут носить тематический характер по обсуждению определённой темы и проходить в режиме совместного заседания с другими подразделениями СРО или с другими идентичными подразделениями ассоциаций — членом СРО или организаций, с которыми у СРО подписаны соглашения.

7.3. На повестку дня заседаний ОСР выносятся любые вопросы в рамках компетенции, оговорённой положением о комитете, а также вопросы, находящиеся в повестке СРО АМИ РС.

7.4. Заседания организуются в смешанном офлайн и онлайн формате с обязательным обеспечением возможности участия большинства представителей некоммерческих организаций.

7.5. По отдельным направлениям деятельности ОСР могут создаваться рабочие группы.

7.6. Техническое сопровождение деятельности ОСР (подготовка заседаний и протоколов, уведомление участников и пр.) осуществляется секретариатом СРО «АМИ «РС».

