

к Приказу № \_\_\_\_\_ от 26.11.2018 года  
пр-СТС-РД 45/2018

«Утверждаю»

Генеральный директор

АО «СТС Медиа»,  
управляющей компании АО «СТС»

В.А. Муругов

«04» декабря 2018 г.

**Положение**

**о порядке распространения социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids»**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение о порядке распространения социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» (далее – «Положение») принято в рамках исполнения требований ФЗ №38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе», ФЗ №2124-1 от 27 декабря 1991 года «О средствах массовой информации», а также во исполнение пункта 2 перечня поручений Президента Российской Федерации от 5 августа 2017 г. № Пр-1526.

1.2. Основные цели настоящего Положения:

- 1.2.1. Соблюдение законодательства Российской Федерации о социальной рекламе;
- 1.2.2. Содействие достижению благотворительных целей;
- 1.2.3. Предоставление равных условий доступа к распространению в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» социальной рекламы для физических и юридических лиц;
- 1.2.4. Распространение некоммерческой социально-значимой информации, направленной на достижение общественного блага;
- 1.2.5. Поддержание высоких художественных, морально-этических и технологических стандартов при распространении социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids».

1.3. Термины и понятия, используемые в настоящем Положении:

- 1.3.1. Рекламодатель – лицо, определившее содержание материалов социальной рекламы;
- 1.3.2. Рекламораспространитель – АО «СТС», осуществляющее распространение социальной рекламы в любой форме, любым способом и с использованием любых средств в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids»;
- 1.3.3. Социальная реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства, и соответствующая требованиям действующего законодательства Российской Федерации, предъявляемым к социальной рекламе.

1.3.4. Комиссия по социальной рекламе (далее – «Комиссия») – уполномоченный коллегиальный орган АО «СТС», созданный приказом АО «СТС» и действующий на основании настоящего Положения, принимающий решение о возможности распространении социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» на основании заявления рекламодателя.

## **2. Основные положения**

- 2.1. Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, не входящие в структуру органов местного самоуправления (далее – «Заявители»).
- 2.2. Заключение для рекламодателя договора на распространение социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» является обязательным в пределах, установленных действующим законодательством Российской Федерации.
- 2.3. Вопросы принятия к распространению в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» социальной рекламы находятся в компетенции Комиссии. Персональный состав Комиссии, председатель Комиссии, секретарь Комиссии назначаются приказом АО «СТС».
- 2.4. Срок полномочий действующего состава Комиссии составляет 1 (один) календарный год с момента ее формирования.
- 2.5. Председатель Комиссии осуществляет руководство работой Комиссии, утверждает повестку и протоколы заседаний Комиссии.
- 2.6. В случае временной невозможности исполнения председателем Комиссии своих функций, он передает на этот период свои полномочия одному из постоянных членов Комиссии по своему усмотрению.
- 2.7. При необходимости на заседания Комиссии могут быть приглашения в качестве консультантов и экспертов представители научных, общественных и иных организаций.
- 2.8. Заседание Комиссии и принятые решения считаются правомочными, если на заседании Комиссии присутствует более половины ее состава.
- 2.9. Решения Комиссии принимаются по каждому вопросу (документу) отдельно большинством голосов присутствующих на заседании членов Комиссии. При разделении голосов поровну решение принимает председатель Комиссии.
- 2.10. Голосование на заседании Комиссии осуществляется по принципу «один член Комиссии – один голос». Право решающего голоса имеют только члены Комиссии. Приглашенные консультанты и эксперты имеют право совещательного голоса.
- 2.11. Ведение делопроизводства Комиссии возлагается на секретаря Комиссии.
- 2.12. Заседания Комиссии осуществляются на регулярной основе не реже 1 (одного) раза в каждый календарный месяц.
- 2.13. Конкретная дата заседания Комиссии назначается председателем Комиссии. Члены Комиссии и приглашенные консультанты, эксперты оповещаются о предстоящем заседании Комиссии не позднее, чем за 3 (три) рабочих дня до даты заседания Комиссии, с направлением им повестки заседания Комиссии и рассматриваемых на заседании Комиссии материалов.
- 2.14. Результаты заседания Комиссии оформляются протоколом, который подписывается всеми присутствующими членами Комиссии и доводятся до сведения всех заинтересованных лиц и организаций.

### 3. Порядок рассмотрения заявлений рекламодателей

- 3.1. В целях распространения социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» Заявитель обращается в уполномоченное подразделение рекламораспространителя или лица, действующего в интересах рекламораспространителя на основании соответствующего договора, заключенного с ним, не позднее, чем за 40 (сорок) календарных дней до планируемой даты распространения социальной рекламы в эфире указанных телеканалов. В заявлении должно содержаться краткое описание сообщения социальной рекламы с указанием цели и периода распространения данного сообщения. К заявлению должен быть приложен готовый к распространению материал социальной рекламы, соответствующий техническим и хронологическим требованиям, указанным в Приложении №1 к настоящему Положению. Также к заявлению должен быть приложен пакет документов в соответствии с перечнем документов, указанным в Приложении №2 к настоящему Положению, подтверждающих социальный характер деятельности Заявителя, его правосубъектность, а также соответствие материалов социальной рекламы требованиям действующего законодательства Российской Федерации.
- 3.2. При соблюдении требований, изложенных в п. 3.1. настоящего Положения, уполномоченное подразделение рекламораспространителя или лица, действующего в интересах рекламораспространителя на основании соответствующего договора, заключенного с ним, передает заявление и соответствующие материалы Заявителя в подразделение рекламораспространителя или лица, действующего в интересах рекламораспространителя на основании соответствующего договора, заключенного с ним, осуществляющее юридическое сопровождение деятельности рекламораспространителя, для получения заключения о соответствии материалов социальной рекламы и предоставленных Заявителем документов требованиям действующего законодательства Российской Федерации.
- 3.3. Заявление Заявителя с приложением соответствующих документов и материалов социальной рекламы, а также заключения о соответствии материалов социальной рекламы и предоставленных Заявителем документов требованиям действующего законодательства Российской Федерации уполномоченное подразделение рекламораспространителя или лица, действующего в интересах рекламораспространителя на основании соответствующего договора, заключенного с ним, передает на рассмотрение Комиссии на ближайшем заседании Комиссии.
- 3.4. Комиссия рассматривает заявление и принимает решение путем голосования, исходя из следующих критериев:
- 3.4.1. Выполнение Заявителем требований, указанных в п. 3.1. настоящего Положения.
  - 3.4.2. Соответствие материала социальной рекламы понятию «социальная реклама» и требованиям действующего законодательства Российской Федерации.
  - 3.4.3. Соответствие цели распространения материала социальной рекламы п. 1.2. настоящего Положения.
  - 3.4.4. Социальная и/или государственная важность информации, содержащейся в материале социальной рекламы.
  - 3.4.5. Соответствие материала социальной рекламы редакционной политике и художественным требованиям телеканала.
  - 3.4.6. Наличие рекламного времени в установленных действующим законодательством Российской Федерации пределах, обязательных для заключения рекламораспространителем договора об оказании услуг по распространению социальной рекламы.

- 3.5. В случае принятия Комиссией положительного решения, заявление Заявителя вместе с материалами социальной рекламы передается в уполномоченное подразделение рекламодателя или лица, действующего в интересах рекламодателя на основании договора, заключенного с ним, для заключения договора с Заявителем и дальнейшего распространения материалов социальной рекламы в эфире соответствующего телеканала на условиях заключенного договора.
- 3.6. В случае отказа Комиссии в распространении предоставленных материалов социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids», материалы и документы возвращаются Заявителю уполномоченным подразделением рекламодателя или лица, действующего в интересах рекламодателя на основании соответствующего договора с ним, с указанием причины отказа в течение 10 (десяти) календарных дней с даты заседания Комиссии, на котором было принято соответствующее решение.

#### **4. Заключительные положения**

- 4.1. АО «СТС» оставляет за собой право вносить любые изменения в настоящее Положение без предварительного уведомления.
- 4.2. Данное Положение, включая Приложения №1 и №2, и персональный состав Комиссии публикуется в свободном доступе на интернет-ресурсе АО «СТС» по адресу: [ctc.ru](http://ctc.ru), [ctclove.ru](http://ctclove.ru), [ctckids.ru](http://ctckids.ru).
- 4.3. Контроль за исполнением настоящего Положения осуществляется председателем Комиссии.

Приложение №1  
к Положению о порядке распространения социальной рекламы  
в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids»  
(далее – «Приложение»)

**Технические требования, предъявляемые к материалам социальной рекламы,  
распространяемым в эфире телеканалов «Первый развлекательный», «СТС Love»,  
«СТС Kids»**

1. Основные параметры качества видеопроодукции (сигналы видео и звука) определяются: ГОСТ-7845-92, ГОСТ-11515-91, ПТЭ-2001, ОСТ-58-21 (для аналоговых форматов), ОСТ-58-23 (для цифровых форматов), ГОСТ Р 53533-2009 (Цифровое телевидение высокой четкости. Основные параметры цифровых систем телевидения высокой четкости. Общие требования).
2. Видеоматериалы социальной рекламы для телеканалов, осуществляемых широкоформатное вещание, принимаются только 16:9 FHA (Full Height Anamorphic) в стандарте разложения 625/50. Все сюжетно – важные детали изображения и вся графика (титры, надписи и т.д.) должны располагаться внутри зоны защиты изображения кадра 14:9. Область защиты изображения согласуется с Рекомендацией EBU R 95-2008 и продиктована необходимостью сохранения всего полезного поля видимой части изображения после всех преобразований при просмотре, как на телевизорах 4:3, так и на широкоформатных мониторах.
3. Хронометраж видеоматериала социальной рекламы должен быть кратен 5 секундам (00:00:05:00), а также должен начинаться/заканчиваться «полезным» кадром (кадр, содержащий изображение и звуковое сопровождение).
4. Хронометраж видеоматериала социальной рекламы (видео и аудио треки) должен до кадра соответствовать заявленному хронометражу.
5. Запись звукового сопровождения видеоматериала социальной рекламы в аудио режиме «стерео» производится: на первую звуковую дорожку – левый канал стерео (А) звукового сопровождения, на вторую звуковую дорожку – правый канал стерео (В) звукового сопровождения.
6. Уровень громкости видеоматериала социальной рекламы, в соответствии с ФЗ от 04 ноября 2014 г. № 338-ФЗ «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» с 25 мая 2015 г. (Рекомендации EBU R128, EBU TD 3343), должен быть равен:
  - Уровень громкости: -23 LUFS ± 0,5 LU
  - Максимальный моментальный уровень громкости: -15 LUFS
  - Максимальный кратковременный уровень громкости: -20 LUFS
  - Максимальный уровень истинных пиков: -12 dBFS
7. Передача видеоматериала социальной рекламы возможна посредством видеофайлов с техническими характеристиками согласно таблице, указанной в п. 11 настоящего Приложения.
8. Видеофайлы могут быть доставлены следующими способами:
  - 8.1 Внешние электронные USB накопители
  - 8.2 CD/DVD носитель

9. В случае форс-мажора, видеофайлы можно предоставить, используя http файлообменники: disk.yandex.ru, drive.google.com, dropmefiles.com, соблюдая условия п.10 настоящего Приложения.
10. Условия предоставления видеофайлов согласно п. 9 настоящего Приложения:
- 10.1 Видеофайлы, требуемые для скачивания, необходимо выкладывать в единую папку без каких-либо лишних файлов.
- 10.2 Все Видеофайлы должны иметь ID ролика в начале названия файла. В названии файла должна использоваться только латиница, а пробелы заменены на нижнее подчеркивание. (Образец: «245365\_file\_name.avi»).
- 10.3 Видеофайлы должны выкладываться в чистом виде, т.е. не в архивах типа: RAR, ZIP, и т.п.
11. Требования к видеофайлам (телеканалы «Первый развлекательный СТС», «СТС Love»):

Размещение	SD 4:3
Формат	XDCAM IMX
Контейнер	
Формат контейнера	MXF
Версия формата	1.2 / 1.3
Профиль формата	OP-1a
Видео	
Идентификатор	2
Кодек	MPEG Video
Название кодека	IMX 30
Версия формата	Version 2
Идентификатор кодека	MPEG2
Профиль формата	4:2:2@Main
Структура GOP	i-frame only
Битрейт (Мбит/сек)	30
Тип битрейта	Постоянный
Ширина	720 пикселей
Высота	576 пикселей
Соотношение сторон	4:3
Формат Пикселя	1.067:1 (CCIR PAL)
Частота кадров	25 кадров/сек
Стандарт вещания	PAL

Цветовое пространство	YUV
Цветовая субдискретизация	4:2:2
Разрядность	8 бит
Тип развертки	Чересстрочная
Порядок развертки	Верхнее поле первое
Временной код первого кадра	00:00:00:00
<b>Аудио</b>	
Идентификатор	3
Кол-во треков	1
Формат	PCM
Вид битрейта	Постоянный
Битрейт (Кбит/сек)	1536 / 6144
Режим аудио	Стерео
Каналы	2 канала / 8 каналов
Частота дискретизации	48,0 КГц
Разрядность (бит)	16

#### Требования к видеофайлам (телеканал «СТС Kids»)

Параметр	Описание
Правило именования файла	Название файлов должно состоять из символов английского алфавита и цифр, исключая специальные символы и пробелы
Хронометраж	Хронометраж файла должен быть кратен 5 секундам (00:00:05:00)
Таймкод	Файл должен содержать одну дорожку Таймкода. Таймкод должен начинаться на отметке 0 часов (00:00:00.00). Таймкод должен быть непрерывным и последовательным. Таймкод должен быть одинаковым на всех уровнях (MXF, MPEG)
Формат контейнера	MXF OP1a

Формат изображения	1080i50 16:9, полный кадр
Порядок полей	Верхнее поле первое
Цветовое пространство	ITU-R BT.709-6
Видео кодек	AVC-Intra 100
Параметры видео кодека	High 4:2:2 level4.1
Скорость видео потока	100 Мбит/сек
Кадровая структура	Каждый кадр ключевой
Раскладка звуковых каналов	Файл должен содержать 2 или 4 звуковых канала (все каналы отдельные), в соответствии с техническими рекомендациями EBU R48:2a или R123:4b (см. таблицу раскладки звуковых каналов).
Частота дискретизации звука	48 кГц
Разрядность аудио	24 бит
Аудио кодек	Некомпрессированный PCM (SMPTE 331M)
Аудио формат	Стерео
Максимально допустимый уровень истинных пиков	-1 dBTP (EBU Tech 3343)
Громкость программы	-23 ± 0,5 LUFS (EBU Tech 3343)



Приложение №2  
к Положению о порядке распространения социальной рекламы  
в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids»  
(далее – «Приложение»)

1. В соответствии с п.3.1. Положения о порядке распространения социальной рекламы в эфире телеканалов «Первый развлекательный СТС», «СТС Love», «СТС Kids» Заявителем к заявлению должен быть приложен следующий пакет документов, подтверждающих социальный характер деятельности Заявителя, его правосубъектность, а также соответствие материалов социальной рекламы требованиям действующего законодательства Российской Федерации:

- Надлежащим образом заверенные рекламодателем/лицом, указанным в материалах социальной рекламы учредительные и/или иные документы рекламодача/лица, указанного в материалах социальной рекламы, подтверждающие его организационно-правовой статус и социальную направленность деятельности (направленность на достижение благотворительных или иных общественно-полезных целей, или на обеспечение интересов государства).
- Надлежащим образом заверенные рекламодателем/лицом, указанным в материалах социальной рекламы, документы, подтверждающие спонсорство (при условии упоминания в социальной рекламе спонсора).
- Официальное письмо от рекламодача или владельца интернет-ресурса/выделенного телефонного номера об отсутствии на интернет-ресурсе элементов рекламы/ о нераспространении рекламы по выделенному телефонному номеру (при условии упоминания в социальной рекламе какого-либо интернет-ресурса/выделенного телефонного номера) по утвержденной форме.
- Музыкальная справка (по утвержденной форме), содержащая сведения о музыкальных произведениях и их авторах, использованных в материалах социальной рекламы.
- Иные документы, указанные рекламодателем или лицом, действующим в интересах рекламодателя на основании соответствующего договора, заключенного с ним, подтверждающие соответствие материалов социальной рекламы требованиям действующего законодательства Российской Федерации и/или правовой статус рекламодача или лица, заключающего договор об оказании услуг по распространению социальной рекламы в эфире телеканала в интересах рекламодача.