В соответствии с поправками, внесенными в законодательство о рекламе, начиная с июля 2013 года, Межведомственный совет по рекламе (далее – Совет) уполномочен **оценивать качество социальной рекламы** и участвовать в экспертизе рекламы, в том числе по вопросам ее добросовестности, достоверности и этичности. Внесенные поправки нацелены на повышение качества рекламы и предполагают иной более активный формат работы Совета.

Осуществлять оценку качества социальной рекламы Совет будет на постоянной основе в порядке, установленном в **Положении о порядке производства и размещения социальной рекламы, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 года № 603**.

Возглавляет Совет Министр антимонопольного регулирования и торговли, организационное и информационное сопровождение работы Совета осуществляет Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

Согласно установленной процедуре **рекламодатель социальной рекламы**, которым в соответствии со статьей 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе» может являться исключительно **государственный орган**, при производстве социальной рекламы обращается в Совет за оценкой ее качества.



Оценке подлежит не весь объем социальной рекламы, а только четыре ее вида: **телевизионная, на радио, наружная и на транспорте**.



В зависимости от способа приобретения рекламодателем социальной рекламы (по договору на приобретение готового рекламного продукта, по договору на производство социальной наружной рекламы или социальной рекламы на транспорте, по договору на производство социальной теле- или радиорекламы, безвозмездно) различаются сроки предоставления рекламодателем социальной рекламы в Совет и сроки принятия Советом решения.

Социальная реклама, приобретаемая по договору в качестве готового рекламного продукта, предоставляется в Совет до заключения договора о покупке. Совет принимает решение по такой рекламе в течение 20 дней со дня ее предоставления.

Производимая по договору социальная наружная реклама и социальная реклама на транспорте предоставляется в Совет по окончании производства до приемки работы. В данном случае Совет принимает решение не позднее 20-го числа месяца, следующего за кварталом, в котором была представлена реклама.

Производимая по договору социальная теле- и радиореклама предоставляется в Совет дважды: после разработки сценария, после окончания производства и до приемки работы. В данном случае Совет принимает решение также не позднее 20-го числа месяца, следующего за кварталом, в котором была представлена реклама.

При этом рекламодателю следует помнить, что согласно установленному порядку договор на производство социальной рекламы должен содержать **условие об ответственности рекламопроизводителя** за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств по договору, в том числе за разработку сценария или производство социальной рекламы, качество которой признано Советом ненадлежащим, в виде безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги), возмещения государственному органу понесенных убытков, выплаты неустойки за нарушение сроков выполнения работы (оказания услуги) и др.

Процедура принятия Советом решения осуществляется поэтапно:

1. рабочая группа Совета готовит заключение;

2. секретариат Совета (МАРТ) на основании заключения рабочей группы оформляет проект протокола о решении Совета;

3. члены Совета знакомятся с проектом протокола на заседании или путем заочного опроса;

4. голосованием или визированием проекта протокола принимается решение.



**Социальная реклама, признанная Советом ненадлежащей, размещаться не может**.

**Социальная реклама размещается бесплатно** в пределах предусмотренных Законом Республики Беларусь «О рекламе» норм:

* в СМИ – в пределах 5% объема вещания или основной печатной площади в сутки, отведенного для рекламы;
* в иных источниках – в пределах 5% годовой стоимости рекламных услуг.

Для размещения социальной рекламы на ТВ и радио госорган должен подать заявку в телерадиоорганизацию в произвольной форме с указанием наименования госоргана, тематики социальной рекламы и предполагаемых сроков ее размещения.

Заявка подается не позднее чем за один месяц до предполагаемых сроков размещения.

Рекламораспространитель вправе запросить у рекламодателя решение Совета об оценке качества социальной рекламы и размещает социальную рекламу в порядке очередности поступления заявок.

Срок размещения одной и той же социальной теле- и радиорекламы не может превышать двух месяцев подряд.

После окончания срока размещения социальной рекламы госорган вправе повторно обратиться к рекламораспространителю с соответствующей заявкой.

Принимать решения будет обновленный состав Совета.