Дорогие нко-партнеры, мы хотим вместе с вами менять мир к лучшему, создавая новые смыслы, вдохновляя на добрые дела и формируя общественное мнение. Чтобы ваши социальные ролики появились в эфире федеральных телеканалов, мы приводим здесь список необходимых этических и эстетических рекомендаций, а также юридических требований, которым ролик должен соответствовать. Мы постарались изложить юридические нормы, представленные в Федеральном законе «О рекламе», простым и понятным языком, однако, мы вам очень рекомендуем, прежде всего, прочитать раздел о социальной рекламе Федерального закона, который регламентирует нашу деятельность в этом поле, а также политики каждого из каналов :

[СТС-Медиа](https://static.ctc.ru/files/socialadv.pdf)

[Домашний](https://drive.google.com/file/d/12coVE-Z_VNImtdCMw1tBdzoOeepKRivU/view?usp=sharing)

[Че](https://drive.google.com/file/d/1mB2S_rDODoein6O6tyL_ftqhNiCUZU6x/view?usp=sharing)

**Содержание рекламных материалов**

Не принимаются рекламные материалы, содержащие сцены насилия, унижающие или оскорбляющие человеческое достоинство, общепринятые моральные нормы, экстремистские материалы, материалы порнографического характера, бранные слова, непристойные и/или оскорбительные образы, сравнения, выражения, а также материалы, содержащие иную информацию, распространение которой запрещено на территории РФ.

**Общие рекомендации:**

1. Обращаясь с просьбой о размещении на федеральные телеканалы, подумайте, федерального ли масштаба ваша кампания и ваш запрос к зрителю, нужна ли вам такая широкая аудитория. Если ваш запрос региональный, пожалуйста, укажите регион в теме письма.
2. Определите цель коммуникации. Чем точнее будет цель, тем проще нам будет помочь вам ее достичь.
3. Помните, что человек включил телевизор с какой-то своей целью, уважайте эту цель и говорите с ним тактично, не пугая и не заискивая.
4. Не давите на жалость, не манипулируйте, не играйте на чувстве вины. Лучшие, на наш взгляд, примеры социальных роликов вы можете посмотреть здесь: <https://www.instagram.com/media_for_society/>
5. Помните, что на развлекательном канале развлекательный контент, а на информационном – информационный, создавайте ролики, подходящие под контент того канала, аудитория которого близка к вашей ЦА.
6. Убедитесь, что цель ролика соответствует актуальной цели вашей организации (собрать средства или изменить мнение о проблеме) – протестируйте ролик на фокус-группах.
7. Убедитесь, что посыл ролика не вступает в противоречие с основными темами, беспокоящими аудиторию (например, во время пандемии или экономического кризиса не очень уместно говорить с аудиторией о том, что «3 чашки капучино в ресторане - это один день терапии для пациента…»).
8. Убедитесь, что аудитория канала, на котором планируется размещение, соответствует целевой аудитории вашего ролика.
9. Используйте те виды технических инструментов фандрейзинга, которые подходят именно вашей ЦА. Если вы делаете ролик для нескольких ЦА, используйте все виды инструментов фандрейзинга – смс, qr-код, ссылка на страницу, адрес сайта в озвучке.
10. Адрес сайта должен быть указан с www, если это не сайт с доменным именем .рф
11. Помните, что в социальной рекламе **не допускается** упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, кроме:

а) упоминания о спонсорах (указания наименования организации-спонсора, включая организационно-правовую форму, без указания логотипов, товарных знаков и иных средств индивидуализации спонсора) - не более чем 7% площади кадра и длиться не более 3-х секунд

б) о социально ориентированных некоммерческих организациях (только в случае, если содержание рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей);

в) о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи;

г) об органах государственной власти и муниципальных органах, иных государственных органах, органах местного самоуправления; о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

1. Если в ролике есть люди, от каждого из них нужно согласие на использование изображений. Если дети – разрешение от их законных представителей. Если актеры – соглашения с ними.
2. Возраст и диагноз людей, задействованных в ролике, должны иметь документальное подтверждение.
3. Нам очень важна эффективность каждого размещения. Поэтому мы принимаем на размещение ролики тех организаций, которые смогут точно посчитать результат наших совместных усилий. Для этого у вас должны быть настроены все аналитические инструменты.

**Список документов, которые нужны для размещения ролика в эфире (перечень не является закрытым и может быть изменен в зависимости от содержания ролика):**

1. Официальное письмо с просьбой о безвозмездном размещении социального проекта.
2. Музыкальная справка.
3. Официальное письмо от организации 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) и о том, что сайт, указанный в ролике, не является СМИ, по утвержденной форме.

В случаях, когда ролик содержит информацию о сборе денежных средств в благотворительных и иных общественно полезных целях, дополнительно необходимо предоставить следующие документы:

1. Копия Устава организации в действующей редакции (с  описанием целей благотворительной деятельности, в том числе оказания помощи физическим лицам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации или нуждающимся в лечении).
2. Документы (протокол/решение), подтверждающие полномочия руководителя организации (юридического лица).
3. Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ).
4. Документ, выданный кредитной организацией, подтверждающий реквизиты счета организации, предназначенного для сбора средств.
5. Документы, подтверждающие отсутствие задолженностей организации по налогам и сборам, иным обязательным платежам.
6. Справка о том, что организация не находится в процессе реорганизации (ликвидации), не является стороной в судебном процессе, а также о том, что против учредителей и членов органов управления не возбуждены уголовные дела в сфере мошенничества, присвоения и растраты.
7. Проект публичной оферты о заключении договора пожертвования, которая будет размещена на сайте организации в информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», адрес сайта.
8. Письмо в свободной форме, выполненное на бланке организации, подтверждающее сдачу отчетности в Минюст России за последние три года.
9. Справка организации, содержащая отчет о целевом использовании пожертвований, собранных за весь период деятельности организации.
10. Бухгалтерский баланс организации с приложениями, в том числе отчет о целевом использовании средств, за предшествующий год.
11. Документ, подтверждающий фактическое местонахождение организации (может быть выполнен в форме письма в свободной форме на бланке организации).

**Как происходит размещение**

1. Вы ознакомились со всеми рекомендациями и с Федеральным законом «О Рекламе» и готовы отправить нам ролик.
2. Отправляете ссылку на ролик, а также официальное письмо с просьбой о размещении и сроками рекламной кампании (минимум – за 1 месяц до даты предполагаемого выхода в эфир) по адресу [mediaforsociety@nmg.ru](mailto:mediaforsociety@nmg.ru) В письме указывайте контакты для обратной связи и пишете, на каких каналах вы хотели бы разместить ваше видео и к какой аудитории вы хотите обратиться. Обязательно напишите, какова финальная цель размещения. И, если речь идет о сборе средств, укажите, на что вы собираетесь потратить собранные средства. В теме письма укажите региональное или федеральное размещение вас интересует.
3. Ваш ролик поступает на рассмотрение нашему комитету по КСО, который решает, соответствует ли ролик нашей стратегии по КСО и подходит ли этот контент нашим каналам в обозначенный период времени. Далее мы отправляем ролик на рассмотрение каналам. У каждого канала есть свое Положение о социальной рекламе и своя Комиссия по размещению. (ознакомиться с Положениями каналов можно на нашем сайте \_ ссылка)
4. Далее ролики отправляются на юридическую экспертизу. Юристы формируют список дополнительных документов, необходимых для размещения и оформления договорных отношений
5. Каналы смотрят ролик и, если он проходит по креативу, качеству, а также соответствует аудитории и контентному плану на нужный период -
6. Мы возвращаемся к вам с информацией о том, что мы готовы к размещению. Мы также можем вернуться с информацией о том, что не можем разместить ваш материал.
7. У вас есть 5 рабочих дней для того, чтобы собрать и предоставить нам все необходимые документы, а также привести ваш ролик в соответствие с техническими требованиями каналов (Технические Требования размещены на нашем сайте). Документы и ролики присылайте нам в виде ссылки на файлообменник.
8. Далее документы отправляются в наш юридический отдел, мы оформляем с вами договор, а ролики передаем на размещение. Если нужны какие-то дополнительные документы, мы сообщим вам об этом.
9. Каждую неделю мы просим наших НКО-партнеров предоставлять нам аналитику по эффективности размещения. В конце срока размещения мы просим предоставить нам презентацию с отчетом об эффективности. Через какое-то время мы попросим у вас отчет о том, что конкретно удалось изменить с нашей помощью.