

Утверждаю
И.о. генерального директора
ФБУ «Тест-С.-Петербург»
Т.М. Козлякова
« 01 » августа 2017 г.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА
ФБУ «ТЕСТ-С.-ПЕТЕРБУРГ»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ	3
2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ	4
3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ	4
3.1. Формы взаимодействия со СМИ	4
3.2. Требования к информации в СМИ	5
3.3. Оперативное взаимодействие со СМИ	6
3.4. Регулярное взаимодействие со СМИ	7
3.5. Долгосрочное взаимодействие со СМИ	8
3.6. Мониторинг СМИ	8
4. ИНФОРМАЦИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ	8
4.1. Общие положения	8
4.2. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях	9
4.3. Интернет-сайт ФБУ «Тест-С.-Петербург»	10
4.4. Социальные сети	12
5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	13
6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ	14
7. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	15
8. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА И ПРАВОУСТАНОВЛИВАЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ	15
9. Приложение 1	18

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Целью реализации информационной политики ФБУ «Тест-С.-Петербург» является распространение передового практического и научного опыта в сфере стандартизации, метрологии, подтверждения соответствия и испытаний, повышение информированности потребителей услуг Центра, специалистов профильных организаций, органов государственной власти, представителей бизнес-объединений, общественных организаций, научной общественности и других заинтересованных сторон об осуществляемых Центром видах деятельности, проводимых исследованиях и их результатах в целях повышения безопасности жизнедеятельности и качества жизни.

Основными задачами информационной политики являются:

- подготовка и размещение информационных (новостных) материалов о деятельности Центра в средствах массовой информации и на сайте Центра в разделах «Новости» и «Это важно знать»;
- взаимодействие с редакциями телеканалов по вопросам подготовки телесюжетов, популяризирующих основные направления деятельности Центра;
- подготовка и размещение рекламных материалов о работах и услугах, выполняемых Центром, в СМИ, справочно-информационных изданиях и в сети интернет;
- обеспечение функционирования онлайн-сервиса «Вопрос-ответ» на сайте Центра;
- организация пресс-конференций и иных организационно-массовых мероприятий по заданию руководства Росстандарта и Центра и по предложениям руководителей СМИ;
- осуществление информационного взаимодействия с пресс-службами государственных органов власти, общественных и коммерческих организаций, а также с профессиональными объединениями и ассоциациями пресс-служб;

- информационное сопровождение участия Центра в выставках, конференциях, семинарах;
- регулярный мониторинг публикаций и сюжетов в СМИ, подготовка ежемесячного дайджеста СМИ и размещение его на сайте Центра, оперативное информирование руководства Центра о наиболее актуальных публикациях и сюжетах;
- подготовка информации (тексты и фото) для полиграфических и видео-рекламно-демонстрационных материалов по направлениям деятельности Центра;

2. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Реализация информационной политики ФБУ «Тест-С.-Петербург» основывается на следующих базовых принципах:

- принцип открытости, реализуемый в рамках, допустимых с точки зрения эффективности выполнения функций, предусмотренных Уставом ФБУ «Тест-С.-Петербург»;
- принцип соответствия положениям Концепции информационной политики Росстандарта, правилам, нормам и имиджу Росстандарта и подведомственных организаций;
- принцип соблюдения государственных интересов Российской Федерации, норм законодательства Российской Федерации и международного права;
- принцип объективности, достоверности и экспертной направленности официальной информации, предназначенной для публичного представления;
- принцип соответствия нормам морали, недопустимости оскорбления взглядов и интересов общественности.

3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ

3.1. Формы взаимодействия со СМИ

По характеру и частоте взаимодействие со СМИ подразделяется на:

- *Оперативное взаимодействие* – своевременное, согласно запросам СМИ или коммуникационным потребностям Центра, информационно-справочное обеспечение СМИ сведениями о деятельности Центра в сфере технического

регулирования, в области управления качеством (конкурсы качества, внедрение новых форм и методов управления качеством), об участии Центра в мероприятиях и событиях регионального, российского и международного масштаба, материалами по вопросам обеспечения безопасности потребительского рынка.

- *Регулярное взаимодействие* - информационно-справочное взаимодействие со СМИ, выразившими желание периодически получать информационные материалы по направлениям деятельности, входящим в компетенцию Центра.

- *Долгосрочное взаимодействие* - системное информационно-справочное обеспечение поставщиков, продавцов и потребителей через специализированные программы, рубрики, разделы в СМИ материалами по проблемам безопасности, качества и конкурентоспособности продукции (работ, услуг), качества жизни в объеме предварительно согласованной тематики.

3.2. Требования к информации в СМИ

3.2.1. Все подготовленные к размещению в СМИ материалы (пресс-релизы, рекламные публикации и модули, информация для размещения на интернет-сайте Центра и в социальных сетях) должны проходить экспертизу на предмет отсутствия в них сведений, составляющих государственную тайну с целью исключения их открытого опубликования на основе процедур, прописанных в Стандарте ФБУ «Тест-С.-Петербург» СТО СК 03-13-12 «Порядок работы со средствами массовой информации».

3.2.2. В целях повышения уровня согласованности в реализации информационной политики Центра и гармонизации подходов к представлению Центра в средствах массовой информации, на выставочных баннерах, информационных стендах и на других носителях материалы рекламно-информационного характера Центра предпочтительно оформлять с точки зрения содержания в едином стиле, общие требования к которому установлены **Приложением 1.**

3.2.3. Ответственность за достоверность и качество предоставляемой СМИ информации лежит на специалистах сектора координации деятельности в области

управления качеством, информации и общественных связей ФБУ «Тест-С.-Петербург», готовящем информацию, заместителе генерального директора, отвечающем за данное направление деятельности Центра или главным специалисте, если он по роду своей деятельности имеет непосредственное отношение к информационному поводу.

3.2.4. Передача материала в СМИ производится любым, удобным для данного средства массовой информации способом: лично журналисту, по факсу или электронной почтой сотрудником сектора информации и общественных связей в согласованные с редакцией сроки.

3.3. Оперативное взаимодействие со СМИ

3.3.1. Разовое взаимодействие Центра со средствами массовой информации производится на основании конкретного запроса редакции, как в устной, так и в письменной форме, направленного генеральному директору Центра или его заместителям.

3.3.2. Руководство Центра в соответствии со ст. 40 Закона РФ "О средствах массовой информации" вправе отказать в предоставлении информации или отсрочить ее предоставление.

3.3.3. Генеральный директор Центра или его заместитель после получения запроса и принятия положительного решения о предоставлении информации СМИ, определяет специалиста для контакта с редакцией и обеспечения СМИ информационно-справочными материалами или сведениями о результатах деятельности организации. При этом специалисту Центра должны быть определены тема, объем, форма и сроки передаваемой в редакцию информации.

3.3.4. В качестве одной из форм оперативного информирования СМИ используется форма пресс-конференций (по итогам деятельности за год, полугодие, квартал), брифингов, сопровождающих мероприятия, проводимые Центром (конкурсы качества и др.), круглых столов, посвященных конкретным темам и событиям (Всемирный день стандартов, Всемирный день качества, Всемирный день метрологии, Всемирный день защиты прав потребителей и др.), а также другие способы и формы информирования СМИ.

3.3.5. Редакции средств массовой информации о теме, месте и времени пресс-конференции (брифинга, круглого стола), других мероприятий, организуемых и проводимых Центром, информируются через пресс-релизы, направляемые в их адрес.

3.3.6. Пресс-релизы готовит сектор информации и общественных связей на основании исходных данных, предоставленных подразделениями Центра, отвечающими за мероприятие. Содержание пресс-релиза, место и время проведения пресс-конференции (брифинга, круглого стола) и других мероприятий должны быть согласованы с заместителем генерального директора по направлению и главным специалистом Центра.

3.3.7. Пресс-релизы утверждает заместитель генерального директора по направлению или лицо, его замещающее, он же назначает должностное лицо для выступления на пресс-конференции (брифинге, круглом столе).

3.3.8. Организацию пресс-конференции (брифинга, круглого стола) осуществляет сектор координации деятельности в области управления качеством, информации и общественных связей на основании приказа генерального директора Центра о проведении данного мероприятия с буфетным обслуживанием журналистов.

3.4. Регулярное взаимодействие со СМИ

3.4.1. Регулярное взаимодействие осуществляется со СМИ, выразившими желание периодически получать информационные материалы по направлениям деятельности, входящим в компетенцию Центра. Круг таких средств массовой информации определяется по результатам предварительных переговоров и фиксируется в любой форме взаимных договоренностей.

3.4.2. В процессе переговоров с руководством СМИ могут обсуждаться следующие вопросы:

- периодичность передачи информации;
- форма предоставления информации (результаты испытаний, комментарии к ним, интервью специалистов по различным вопросам и т. п.);
- порядок согласования, утверждения и передачи материалов для публикации;

- права и обязанности сторон;
- ответственность сторон;
- сроки взаимодействия.

3.5. Долгосрочное взаимодействие со СМИ

3.5.1 Долгосрочное взаимодействие Центра и СМИ осуществляется на основании договора об информационно-справочном обслуживании по регулярному предоставлению информации в специализированные разделы, рубрики, программы, организуемые средствами массовой информации по оговоренной тематике (качество жизни, новые нормативные документы, защита потребительского рынка, информирование потребителей и др.).

3.5.2. Перечень материалов со стороны ФБУ ЦСМ, предоставляемых в рамках договора о долговременном взаимодействии, разрабатывается специалистами в области общественных связей, согласовывается с заместителями генерального директора по направлениям и главным специалистом и утверждается генеральным директором Центра или лицом, его замещающим.

3.5.3. Договор со стороны Центра подписывает генеральный директор или лицо, его замещающее.

3.6. Мониторинг СМИ

Мониторинг СМИ осуществляется ежедневно путем выявления, отбора и копирования опубликованных в СМИ материалов, представляющих интерес для руководителей и специалистов Центра. Копии тематических подборок материалов СМИ направляются должностным лицам Центра в виде Дайджеста СМИ с периодичностью 1 раз в месяц. Дайджест СМИ размещается на интернет-сайте ФБУ «Тест-С.-Петербург».

4. ИНФОРМАЦИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

4.1. Общие положения

Интернет-сайт ФБУ «Тест-С.-Петербург» и официальные страницы Центра официальном сайте для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях, а также в социальных сетях являются

официальными представительствами Центра во всемирной системе объединенных компьютерных сетей Интернет.

Основными принципами обеспечения доступа к информации о деятельности Центра в сети Интернет являются:

- открытость и доступность информации о деятельности, за исключением случаев, предусмотренных законодательными актами Российской Федерации;
- достоверность информации о деятельности и своевременность ее предоставления;
- прозрачность информации о научно-технической и хозяйственно-финансовой деятельности Центра;
- свобода поиска и получения информации о деятельности любым законным способом.

4.2. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях

4.2.1. Центр в обязательном порядке предоставляет и размещает информацию (сведения) о своей деятельности на официальном сайте для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях в сети Интернет www.bus.gov.ru (далее – официальный сайт), за исключением информации, составляющей государственную тайну.

4.2.2. Размещение информации о Центре на официальном сайте в сети Интернет и ведение указанного сайта обеспечивает Федеральное казначейство.

4.2.3. Центр предоставляет через официальный сайт электронные копии следующих документов:

- решение учредителя о создании учреждения;
- Устав Центра, в том числе внесенные в него изменения;
- Свидетельство о государственной регистрации Центра;
- решение учредителя о назначении руководителя Центра;
- Положение о филиалах Центра;
- Государственное задание на оказание услуг (выполнение работ);

- План финансово-хозяйственной деятельности;
- годовая бухгалтерская отчетность, составленная в порядке, определенном нормативными правовыми актами Российской Федерации;
- Отчет о результатах деятельности Центра и об использовании закрепленного за ним государственного имущества;
- сведения (документы) о проведенных в отношении Центра контрольных мероприятиях и их результатах.

4.2.4. На основании документов, указанных в пп. 4.2.3, Центр формирует и предоставляет через официальный сайт информацию в электронном структурированном виде, в которую включаются показатели, сгруппированные по следующим разделам:

- общая информация об учреждении;
- информация о государственном задании на оказание государственных услуг (выполнение работ) и его исполнении;
- информация о плане финансово-хозяйственной деятельности;
- информация об операциях с целевыми средствами из бюджета;
- информация о показателях бюджетной сметы;
- информация о результатах деятельности и об использовании имущества;
- сведения о проведенных в отношении учреждения контрольных мероприятиях и их результатах;
- информация о годовой бухгалтерской отчетности учреждения.

4.2.5. Структурированная информация о Центре и электронные копии документов, предоставляемые через официальный сайт, подписываются усиленной квалифицированной электронной подписью уполномоченного представителя.

4.3. Интернет-сайт ФБУ «Тест-С.-Петербург»

4.3.1. Официальный сайт ФБУ «Тест-С.-Петербург» (далее – сайт Центра) - сайт в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, содержащий информацию о деятельности организации, электронный адрес которого включает доменное имя, права на которое принадлежат организации.

4.3.2. Информация о деятельности, размещаемая на сайте Центра в сети Интернет, должна содержать:

- общую информацию о Центре, включая его наименование и структуру, сведения о полномочиях, задачах и функциях, почтовый адрес, адрес электронной почты, номера справочных телефонов;
- перечень филиалов Центра (при наличии), сведения об их задачах и функциях, а также почтовые адреса, адреса электронной почты, номера телефонов справочных служб филиалов;
- сведения о руководителях структурных подразделений, филиалов (фамилии, имена, отчества, а также при согласии указанных лиц иные сведения о них);
- подлинники следующих документов, заверенные оригинальными печатями учреждения и подписями должностных лиц, утвердивших и (или) согласовавших данный документ, с указанием их должностей и расшифровкой подписей, отсканированные полностью в один файл в виде «картинки (фотографии)»:
 - Устав Центра, в том числе внесенные в него изменения;
 - Свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ о государственной регистрации Центра;
 - Положения о филиалах Центра;
 - Прейскурант цен на работы и (или) услуги по поверке средств измерений, входящих в перечень средств измерений, поверка которых осуществляется только аккредитованными в области обеспечения единства измерений федеральными бюджетными учреждениями - государственными региональными центрами метрологии (включая филиалы);
 - Государственное задание Центра на оказание услуг (выполнение работ), утвержденное Росстандартом;
 - Положение о закупках товаров, работ и услуг ФБУ «Тест-С.-Петербург»;
 - План финансово-хозяйственной деятельности ФБУ ЦСМ, утвержденный Росстандартом;

- Отчет о результатах деятельности Центра, утвержденный руководителем и согласованный с Росстандартом.

4.3.3. Перечень информации о деятельности Центра и структура сайта утверждается генеральным директором в процессе разработки сайта.

4.3.4. Состав обязательных разделов сайта определяется при разработке сайта и отражает основные характеристики и параметры, установленные требованиями к нему.

4.3.5. Сайт Центра включает следующие разделы:

- краткая справка об учреждении;
- руководящий состав, реквизиты и местонахождение;
- здание;
- международные отношения;
- основные виды услуг;
- история Центра;
- конкурсы;
- новости, обзор СМИ;
- обратная связь;
- «Вопрос-ответ» и др.

Обязательные разделы сайта могут быть изменены (наименование, состав, содержание информации) по указанию генерального директора.

4.3.6. Временные разделы сайта создаются в соответствии с решением руководства Центра и отражают необходимость информирования пользователей о важных событиях или мероприятиях (юбилеях, конференциях, публикациях и т.д.).

4.3.7. Ссылки на сайты организаций-партнеров Центра, как российских, так и зарубежных могут быть размещены, при необходимости, в составе информационных блоков тематических разделов сайта.

4.4. Социальные сети

4.4.1. В работе по расширению возможностей коммуникационного взаимодействия с потребителями услуг ФБУ «Тест-С.-Петербург» и популяризации вопросов качества среди молодежной аудитории важная роль отводится

регулярному обновлению информации на официальных страницах Центра в наиболее популярных социальных сетях: «ВКонтакте», Instagram, Facebook, Twitter.

4.4.2. Информацию для размещения в социальных сетях готовит сектор координации деятельности в области управления качеством, информации и общественных связей на основании исходных данных, предоставленных подразделениями Центра. Содержание информации, предназначенной для размещения в социальных сетях, должно быть согласовано с заместителем генерального директора по направлению или главным специалистом Центра.

4.4.3. В целях развития информационного взаимодействия с пресс-службой Росстандарта и пресс-службами организаций системы Росстандарта регулярно производится мониторинг сообщений на их страницах в социальных сетях, оказывается поддержка в продвижении данной информации (ставятся значки «лайк»), производится распространение данной информации посредством опубликования ссылок на нее («репост»).

5. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

5.1. Взаимодействие с органами государственной власти, общественными объединениями и отраслевыми ассоциациями, коммерческими и иными организациями и физическими лицами по линии связей с общественностью осуществляется с целью информирования о событиях в ФБУ «Тест-С.-Петербург», разъяснения осуществляемых функций, координации совместной публичной деятельности в системе Росстандарта и решения других вопросов реализации информационной политики в публичном пространстве.

5.2. С целью обеспечения постоянного формата взаимодействия с органами государственной власти и общественными институтами/коммерческими организациями по линии связей с общественностью предусмотрено формирование специальной базы федерального и регионального уровня.

5.3. В состав базы федерального уровня включаются контакты пресс-подразделений либо иных ответственных представителей федеральных органов исполнительной власти, правоохранительных органов, крупнейших общественных

организаций, отраслевых объединений, других общественных институтов, экспертных организаций (в т.ч. в системе образования) и др.

5.4. В состав базы регионального уровня включаются контакты пресс-подразделений либо иных ответственных представителей: органов исполнительной и законодательной власти субъекта Российской Федерации, правоохранительных органов, общественных организаций, отраслевых объединений, других общественных институтов, экспертных организаций (в т.ч. в системе образования) и других организаций на усмотрение Центра.

5.5. Взаимодействие с субъектами баз федерального и регионального уровня осуществляется сектором координации деятельности в области управления качеством, информации и общественных связей при согласовании с генеральным директором, заместителями генерального директора или главным специалистом.

6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ

6.1. Информация для потребителей услуг ФБУ «Тест-С.-Петербург», содержащая сведения в соответствии с требованиями Закона РФ «О защите прав потребителей», размещается при входе в здание на 1 этаже.

6.2. В целях более широкого информирования потребителей, находящихся в здании Центра, во всех наиболее посещаемых местах (входы в здание, вестибюль первого этажа, площадки перед входами в лифт, на стенах у лабораторий) размещаются и регулярно обновляются информационные стенды, содержание которых дает объективное и достаточное представление о направлениях и основных результатах работы Центра, применяемом оборудовании и методиках, результатах научно-исследовательской деятельности, истории организации.

6.3. Информацию для размещения на информационных стендах, готовит сектор координации деятельности в области управления качеством, информации и общественных связей на основании исходных данных, предоставленных подразделениями Центра. Содержание информации, предназначенной для размещения на информационных стендах, должно быть согласовано с заместителем генерального директора по направлению или главным специалистом Центра.

6.4. Техническую часть работы по оформлению информационных стендов, связанную с версткой материалов и непосредственно с размещением стендов на

стенах здания, сектор координации деятельности в области управления качеством, информации и общественных связей осуществляет во взаимодействии со специалистами других подразделений Центра, ответственными за выполнение подобных работ.

7. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Эффективность реализации информационной политики оценивается по следующим ключевым показателям:

- объем цитирования руководителей Центра в СМИ;
- количество публикаций в СМИ;
- количество предложений о сотрудничестве;
- расширение контактов с органами власти, научными и общественными организациями; качество и количество информационных поводов (новостей, пресс-релизов) для официального сайта Центра и сайта Росстандарта за месяц;
- количество материалов, включенных в новостную ленту на сайте Росстандарта за месяц;
- активность в социальных сетях - количество «реальных» подписчиков и комментариев, качество взаимодействия с интернет-пользователями, др.;
- показатели базы активно интересующихся тематикой работы Центра представителей СМИ;
- количество и качество публичных мероприятий за год (в т.ч. мероприятия с участием журналистов, тематические проекты, др.);
- результативность взаимодействия с органами государственной власти, общественными и отраслевыми объединениями, ведущими компаниями по линии связей с общественностью.

8. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА

И ПРАВОУСТАНОВЛИВАЮЩИЕ ДОКУМЕНТЫ

- Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г.;
- Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»;
- Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред.);
- Закон Российской Федерации от 21 июля 1993 г. № 5485-1 «О государственной тайне»;
- Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации»;
- Федеральный закон от 02 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»;
- Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (в ред.);
- Федеральный закон от 05 апреля 2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (в ред.);
- Указ Президента Российской Федерации от 6 марта 1997 г. №188 «Об утверждении Перечня сведений конфиденциального характера»;
- Указ Президента Российской Федерации от 9 декабря 2013 г. № 894 «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации»;

- Постановление Правительства Российской Федерации от 1 ноября 2001 г. № 759 «Об утверждении Правил распространения периодических печатных изданий по подписке»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 17 июня 2004 г. № 294 «О Федеральном агентстве по техническому регулированию и метрологии»;
- Постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2009 г. № 953 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти»;
- Постановление Правительства РФ от 23 декабря 2015 г. № 1414 «О порядке функционирования единой информационной системы в сфере закупок» (в ред.);
- Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2014 г. № 2769-р «Об утверждении Концепции региональной информатизации»;
- Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 21 июля 2011 № 86н (в ред. от 17 декабря 2015) «Об утверждении порядка предоставления информации государственным (муниципальным) учреждением, ее размещения на официальном сайте в сети Интернет и ведения указанного сайта» (в ред.);
- Приказ Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 16 июля 2012 № 499 «О размещении информации о своей деятельности на официальных сайтах федеральных бюджетных учреждений – государственных региональных центров стандартизации, метрологии и испытаний, находящихся в ведении Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии»;
- Устав Федерального бюджетного учреждения «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области» (ФБУ «Тест-С.-Петербург»).

**Общие требования к оформлению и содержанию материалов
рекламно-информационного характера**

1. Название организации (полностью и сокращенно) - Федеральное бюджетное учреждение «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области» (ФБУ «Тест – С.-Петербург»);
2. Информация об осуществлении Центром полномочий Росстандарта в регионе;
3. Упоминание об уникальных возможностях Центра, отличающих его от других организаций региона, работающих в сфере метрологии, стандартизации, подтверждения соответствия и испытаний продукции;
4. Перечисление основных направлений деятельности – краткое, развернутое, или с акцентом на одно из направлений - в зависимости от тематики, объема и цели размещения материала;
5. Предоставление контактной информации, в том числе телефонных и факсимильных номеров, адреса интернет-сайта, адреса электронной почты;
6. При наличии возможности - размещение информации о времени работы организации, размещение схемы проезда к организации;
7. Размещение официального логотипа Центра и, в зависимости от тематики, объема и цели размещения материала - фотографий, иллюстрирующих возможности Центра в сфере его компетенции, фотографий представителей руководства и специалистов.