ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА

НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Изложенный ниже текст договора адресован неопределенному кругу лиц и является официальным публичным предложением Общества с ограниченной ответственностью «Галерея Медиа» о заключении договора на оказание услуг по размещению рекламы в сети Интернет, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и распространяемой в сети Интернет в пределах Территории на условиях и в сроки, установленные настоящих договором.

Договор считается заключенным и приобретает силу с момента совершения лицом (далее — Заказчик) действий, предусмотренных разделом 6 договора, означающих полное и безоговорочное принятие Заказчиком всех условий публичной оферты без каких-либо изъятий и/или ограничений.

Общество с ограниченной ответственностью «Галерея Медиа», именуемое в дальнейшем «Исполнитель», выражает намерение заключить договор на оказание услуг по размещению рекламы в сети Интернет и распространяемой в сети Интернет в пределах Территории с «Заказчиками» на условиях настоящей Публичной оферты (далее – договор).

1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Сеть Интернет / Интернет - всемирная глобальная компьютерная сеть общего доступа.

Интернет-ресурс– совокупность Интернет-страниц в сети Интернет, расположенный по определенному адресу. Интернет-ресурс может представлять собой сайт или раздел сайта **Интернет-страница** - внутренняя страница Интернет-сайта.

Рекламные материалы/Реклама - информация, информационные материалы, адресованные неопределенному кругу лиц и направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В рамках настоящей Публичной оферты Рекламные материалы могут размещаться в следующих формах (форматах):

«Баннер» - рекламные материалы в виде графических модулей (статическое или анимированное изображение), встраиваемые в код страницы Интернет-сайта, доступные для просмотра и совершения действий пользователями (посетителями).

«Видеоматериал» - рекламный ролик, мини-фильм, информационный сюжет с синхронным текстом и иное визуальное или аудиовизуальное произведение.

«Текстово-графический блок» - информационный блок, состоящий из форматированного текста и графического изображения.

«Медийная реклама» – статическое изображение (в форматах GIF, JPEG и т.д.) или динамическое изображение (с применением Flash-технологии или иных технологий) отображаемое на Интернет-сайте, с возможным содержанием гиперссылки.

«Комплексная реклама» - реклама, совмещающая в себе элементы Медийной и/или Текстовой-графической рекламы, а также элементы иных форм рекламы, согласованных Сторонами.

Комплексная реклама может распространяться в том числе, но не исключительно в следующих видах:

«Промо-страница» - Интернет-страница, созданная специально для размещения рекламы.

«Контекстная реклама» - слово или группа слов в тексте (ключевые слова), размещенном на Интернет-сайте, с возможным содержанием гиперссылки.

«Информационные материалы» - информация о рекламодателе, деятельности рекламодателя и/или информационных поводах рекламодателя, размещаемая в виде статьи, обзора, репортажа и т.п., в соответствующей тематической рубрике с возможностью выноса анонса на главную страницу сайта как с пометкой «на правах рекламы», так и с отменой пометки «на правах рекламы».

«Пост» - размещение информации о рекламодателе в социальных сетях в сети Интернет, может содержать фотографию или иной графический элемент, текст и ссылку перехода.

Рекламные материалы могут быть размещены также в иных формах (форматах), дополнительно согласованных Сторонами.

Рекламный код – программный модуль, встраиваемый в HTML-код веб-страницы, предназначенный для вызова и отображения Рекламных материалов.

Брендирование страницы – опция Интернет-рекламы, графическое (статичное/анимированное) изображение рекламного характера, размещаемое на страницах Интернет-ресурса.

Pre-roll – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), хронометражем от 5 (Пяти) до 30 (Тридцати) секунд, размещаемое перед соответствующим аудиовизуальным произведением или во время его демонстрации, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения отбивкой и доступное для просмотра после нажатия пользователем кнопки «play» видеоплеера.

Post-roll – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), хронометражем от 5 (Пяти) до 30 (Тридцати) секунд, размещаемое после соответствующего аудиовизуального произведения, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения контента отбивкой и доступное после просмотра соответствующего аудиовизуального произведения.

Mid-roll – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), хронометражем от 5 (Пяти) до 30 (Тридцати) секунд, размещаемое между началом и окончанием соответствующего аудиовизуального произведения и отделенное от него отбивками.

Multi-roll – опция Интернет-рекламы, аудиовизуальное произведение (видеоролик), хронометражем от 5 (Пяти) до 30 (Тридцати) секунд, без четкого позиционирования, отделенное от соответствующего аудиовизуального произведения отбивкой, представляющее собой одну из форм опции Интернет-рекламы Pre-roll, Post-roll или Mid-roll.

Fullscreen – опция Интернет-рекламы, представляющая собой графическое изображение (статичное/анимированное), размером не более 300 Кб, временно размещаемое поверх основного содержания страницы Интернет-ресурса.

Rich-media – опция Интернет-рекламы, представляющая собой графическое изображение (анимированное), созданное по технологиям Flash и/или Java, всплывающее поверх основного контентного блока, но не совмещаемое (посредством наложения) с аудиовизуальными произведениями.

Расхлоп баннеров – опция Интернет-рекламы, представляющая собой стандартный баннер, имеющий два размера: стандартный (990*90) и увеличенный (990*350). При этом баннер увеличенного размера показывается в течение непродолжительного времени (до 15 секунд) при загрузке страницы Интернет-ресурса, а также при наведении пользователем курсора мыши. При демонстрации баннера увеличенного размера перекрытие Контента Интернет-ресурса/Сетевого Интернет-ресурса Интернет-страницы, на которой размещается баннер, не происходит.

Скринглайд из баннеров – опция Интернет-рекламы, представляющая собой стандартный баннер, имеющий два размера: стандартный (728*90, 240*400, 990*90) и увеличенный (728*350 или 600*400, 990*350). При этом баннер увеличенного размера показывается в течение непродолжительного времени (до 15 секунд) при загрузке страницы Интернет-ресурса, а также при наведении пользователем курсора мыши. Данная опция не может быть размещена на странице Интернет-ресурса, на которой осуществляется демонстрация видео Контента.

Side-kick из баннеров – опция Интернет-рекламы, представляющая собой стандартный баннер: стандартный (728*90, 240*400, 990*90) и увеличенный (800*600). При этом баннер увеличенного размера показывается в течение непродолжительного времени (до 15 секунд) при загрузке страницы Интернет-ресурса, а также при наведении пользователем курсора мыши. При демонстрации баннера увеличенного размера страница Интернет-ресурса, на которой размещается баннер, сдвигается полностью влево уходя в невидимую зону экрана, при этом демонстрация Контента прерывается.

Территория – территория Российской Федерации.

Стороны согласовали следующие виды размещения рекламных материалов:

- динамическое размещение/динамика - размещение рекламных материалов на интернет-ресурсе, при котором на одном рекламном месте рекламные материалы рекламодателя показываются по очереди с другими рекламными материалами третьих лиц в течение определенного срока и/или определенное количество раз;
- статическое размещение/статика - размещение рекламных материалов одного рекламодателя на одном рекламном месте на Интернет-ресурсе в течение определенного срока и/или определенное количество раз;
-размещение информационных материалов в виде статей, обзоров, репортажей и т.п.

Владелец (рекламораспространитель) Интернет-ресурса – лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования Интернет-ресурса, в том числе порядок размещения Рекламы и иной информации на таком Интернет-ресурсе.

Интернет-медийные позиции – место отображения (показа) Рекламного материала на страницах Интернет-сайта.

Отчетный период - календарный месяц, в котором были оказаны Услуги по размещению рекламы.

Товарный бренд - уникальное обозначение, присвоенное Заказчиком/Клиентом Заказчика объекту рекламирования, используемое для индивидуализации, обеспечения узнаваемости и запоминаемости объекта рекламирования, а также для однозначной идентификации рекламных материалов.

Финансовый бренд - уникальное условное обозначение, присвоенное Заказчиком/Клиентом Заказчика, одного товарного бренда или группы товарных брендов, используемое Сторонами в целях ведения бухгалтерского учета, т.е. представляет собой уникальный объект бухгалтерского учета и финансовой отчетности.

Рекламный проект – условное обозначение совокупности финансовых брендов, услуги по размещению рекламы которых оказываются в рамках настоящего Договора.

Рекламная кампания - размещение Рекламных материалов Заказчика/Клиента Заказчика, ограниченное согласованным периодом времени с даты первого и до даты последнего выхода Рекламного материала на Интернет-сайте которое может состоять из одного или более этапов (флайтов), объединенных единой коммуникационной целью.

Клик – переход пользователя сети Интернет по ссылке с Рекламного материала на соответствующий Интернет-сайт.

Показ – отображение Рекламного материала на Интернет-медийной позиции Интернет-сайта ее посетителю.

Медиапродукт – совокупность интернет-ресурсов/тематической группы сайтов для сетевого размещения рекламных материалов Заказчика

Единый реестр Интернет-рекламы»/ «ЕРИР» – созданная в соответствии с положениями Федерального закона от «02» июля 2021 года № 347-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» система, предназначенная для учета, хранения и обработки Федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи информации о рекламе, распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Оператор рекламных данных – владелец программы для электронных вычислительных машин, предназначенной для установления факта распространения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», уполномоченный Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций осуществлять учет рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и предоставлять информацию в Федеральную службу.

Идентификатор рекламы – уникальное цифровое обозначение (уникальный буквенно-цифровой код в кликовой ссылке или в меню adChoice, если иное не установлено Федеральной службой), предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламы и учета информации о такой рекламе, сформированное и присваиваемое Оператором рекламных данных рекламным материалам, распространяемым в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

«Данные» – информация о распространенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» рекламе в объеме сведений, установленных Федеральным законом от «02» июля 2021 года № 347-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О рекламе» и подзаконными нормативными актами.

Остаточный трафик - нераспроданный трафик Сайтов.

Система статистики – программа для ЭВМ, обеспечивающая учет количества размещенной на Интернет-сайте рекламы.

Статистический отчет – электронный документ, подтверждающий фактическое размещение Рекламных материалов (прохождение рекламной кампании) на Интернет-сайтах, содержащий срок размещения Рекламных материалов, информацию о количестве отображений рекламных материалов (показах) и/или количестве переходов по ссылке (кликах). Статистический отчет также может содержать иную информацию.

«Сайт» – сайт, размещенный в информационно-коммуникационной сети Интернет по адресу: http://gmp58.ru, на котором размещен договор оферты и информация необходимая для ознакомления с офертой и акцепта оферты.

«Заказ» – совокупность последовательных действий Заказчика, а именно подача заявки и оплата сформированного Исполнителем стоимости такого размещения.

«Акцепт оферты» –предоставление письма-согласия (акцепта) или оплата услуг Исполнителя по размещению рекламы в сети Интернет в пределах Территории и/или информации адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и, распространяемой в сети Интернет в соответствии с условиями настоящего договора и в порядке, описанном в настоящем договоре. (Форма письма-согласия указана в Приложении 2 к настоящей Публичной оферте)

2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

2.1. По настоящему Договору Исполнитель, действуя на основании договоров с соответствующими контрагентами, обязуется по заявке Заказчика обеспечить оказание услуг по размещению рекламы в сети Интернет в пределах Территории адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и в соответствии с условиями, настоящего Договора (далее «услуги по размещению рекламы»), а Заказчик обязуется принимать и оплачивать оказываемые ему услуги в размере и порядке, предусмотренных настоящим Договором.

2.2. В целях исполнения своих обязательств по настоящему Договору Исполнитель вправе привлекать третьих лиц, оставаясь ответственным перед Заказчиком за исполнение настоящего Договора.

2.3. Настоящий Договор не распространяется на политическую рекламу, в том числе агитационные материалы, спонсорскую рекламу, а также социальную рекламу. Исполнитель не вправе принимать и предоставлять указанную рекламу для размещения в соответствии с условиями настоящего Договора.

3. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТОРОН

В целях исполнения своих обязательств по настоящему Договору Стороны руководствуются следующим порядком взаимодействия:

3.1. Для инициирования конкретных работ/услуг, предусмотренных п. 2.1. настоящего Договора, Заказчик направляет Исполнителю заявку, в котором отражаются пожелания и требования Заказчика к инициируемым работам и/ или услугам, а также сроки выполнения работ/оказания услуг. Перед началом оказания услуг Исполнитель имеет право запросить у Заказчика предоставить посредством электронной почты копии документов Заказчика, которые могут позволить Исполнителю определить правоспособность, дееспособность Заказчика и иные правоустанавливающие документы. В случае несоответствия и/или недействительности предоставленных Заказчиком копий документов требованиям действующего законодательства РФ или отказа Заказчика предоставить запрошенные Исполнителем копии документов, Исполнитель имеет право отказать Заказчику в оказании услуг. (список документов указан в Приложении №3)

3.2. После получения заявки Исполнитель направляет Заказчику посредством электронных средств Счет (форма Счета указана в Приложении №1 к настоящей Публичной оферте) с указанием существенных условий размещения, стоимости работ и/или услуг, а также предоставляет Заказчику иную существенную информацию об условиях выполнения работ/оказания услуг.

3.3 Исполнитель вправе не принимать к исполнению заявки от Заказчика, которые не отвечают критериям достоверности и добросовестности в соответствии с требованиями статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», а также нормам законодательства Российской Федерации.

3.4. Стороны обязуются осуществлять согласование существенных условий выполнения работ/оказания услуг, указанных в заявке, в разумный срок, при этом каждая Сторона обязуется отвечать на электронные сообщения другой Стороны, предполагающие или запрашивающие ответ, в срок не более 2 (Двух) рабочих дней с момента получения таких сообщений, если иной срок не указан в сообщении.

3.5. Стороны обязуются предоставлять по требованию другой Стороне копию электронного документа на бумажном носителе или соответствующий документ на бумажном носителе, заверенный оригинальной подписью и оттиском печати Стороны. Под электронным документом понимается любой документ, имеющий отношение к заявке, составленный и\или отсканированный любой из Сторон и направленный посредством электронной почты другой Стороне в рамках настоящего Договора.

3.6. Исполнитель вправе не приступать к исполнению своих обязательств по Договору и не принимать к размещению или приостановить размещение рекламных материалов, содержание и/или оформление которых, по мнению Исполнителя, Телекомпании
- не соответствует творческой, художественной или морально-нравственной концепциям программной политики соответствующего Интернет-ресурса;
- негативно влияет на имидж или деловую репутацию Интернет-ресурса, а также может причинить вред чести, достоинству и деловой репутации третьих лиц;
- противоречит требованиям, изложенным в Федеральном Законе РФ от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (либо ином законодательном акте);
- не соответствует техническим требованиям;
- не соответствует требованиям организации, оказывающей услуги по размещению Рекламы в сети Интернет;

Об отказе в размещении по перечисленным основаниям Исполнитель уведомляет Заказчика посредством электронных форм связи. Заказчик должен в течение одного рабочего дня заменить отклоненный материал либо привести его в соответствие с требованиями Исполнителя и/или законодательства РФ, а также предоставить недостающие документы и/или информацию. В случае если Заказчик отказывается выполнить вышеуказанные действия или осуществляет их с нарушением сроков, это расценивается как отказ Заказчика от размещения рекламных материалов (в целом или в части).

Исполнитель не принимает к размещению в Рекламные материалы в дни траура, объявленные как на всей территории РФ, так и на отдельных ее территориях, в период времени, предназначенный для трансляции выступлений Президента РФ, Председателя Правительства РФ, выступлений представителей органов местного самоуправления и т.п.. При этом неразмещение Рекламных материалов по указанным основаниям не является нарушением Исполнителем своих обязательств, и такие Рекламные материалы размещаются в аналогичное время и на аналогичных Интернет-сайтах в течение ближайших дней, либо, по согласованию Сторон, в другое время и в других программах.

Исполнитель вправе приостановить размещение Рекламы, предоставленной Заказчиком, являющейся предметом рассмотрения административного дела, в случае, если в связи с размещением такой Рекламы, ФАС России (территориальным управлением) будет рассматриваться административное дело по признакам нарушения законодательства о Рекламе, с момента направления соответствующего запроса ФАС России (территориального управления) до момента принятия ФАС России (территориальным управлением) соответствующего решения по делу, в том числе решения о прекращении производства по делу. Решение, принятое ФАС России (территориальным управлением) по итогам рассмотрения административного дела, о

признании Рекламы не соответствующей законодательству о Рекламе (ненадлежащей) является для Исполнителя безусловным основанием для прекращения (невозобновления) размещения такой Рекламы.

3.7. Прием заявок Заказчика осуществляется ежедневно, в рабочие дни и в рабочее время с 9.00 до 18.00 за исключением выходных и нерабочих праздничных дней. Заявки, принятые позже указанного времени или в выходной день (суббота, воскресенье, нерабочие праздничные дни) считаются поданными на следующий, за днем подачи, рабочий день. Обработка заявок Исполнителем осуществляется в течение двух рабочих дней с даты приема поданного Заказчиком заказа. Размещение Рекламного материала Заказчика осуществляется согласно заявке Заказчика при условии поступления платежа за предоставление услуги на расчетный счет Исполнителя.

3.8. Заказчик предоставляет Исполнителю рекламные материалы, соответствующие требованиям законодательства РФ в готовой для их распространения форме не позднее 10 (Десяти) рабочих дней до предполагаемой даты их выхода. В случае нарушения Заказчиком сроков предоставления рекламных материалов, Исполнитель вправе не принимать их для работы либо перенести согласованные сроки оказания услуг на период задержки. С основными требованиями к рекламным материалам можно ознакомиться в Приложении №3 к настоящей Публичной оферте. Дополнительно к основным требованиям по предоставлению рекламных материалов, указанных в Приложении №3, Исполнитель имеет право потребовать от Заказчика гарантийные письма подтверждающие достоверность информации указанной в предоставленных Заказчиком рекламных материалах.

3.9. Все действия Заказчика, описанные в пункте 3.7., 3.8 должны совершаться Заказчиком посредством адреса электронной почты, с которого была направлена заявка, и телефона, указанного Заказчиком в заявке.

3.10. Заказчик обязуется соблюдать требования законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе и законодательства о правах на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, в отношении передаваемых Исполнителю для размещения рекламных материалов.

3.11. Заказчик вправе отказаться или приостановить размещение рекламных материалов при условии предварительного письменного уведомления Исполнителя не позднее, чем за 10 (десять) рабочих дней до начала их размещения. В случае нарушения указанного срока Исполнитель вправе потребовать, а Заказчик по получении требования Исполнителя обязан выплатить штраф в размере 20% от стоимости снимаемого (приостанавливаемого) размещения, указанной в соответствующем счете. Исполнитель не несет ответственности за невыполнение требования Заказчика об изменении графика и не возвращает ранее полученную оплату в случае, если уведомление о внесении изменений в график поступило позднее, чем за 10 (Десять) рабочих дней до выхода рекламы.

3.12. Передавая в рамках настоящего Договора персональные данные, Стороны поручают друг другу обработку персональных данных исключительно в той мере, в которой это разумно необходимо для исполнения настоящего Договора.

Под обработкой персональных данных в рамках настоящего Договора понимается любое действие (операция) или совокупность действий (операций) с персональными данными, совершаемых с использованием средств автоматизации или без использования таких средств. К таким действиям (операциям) относятся: сбор, запись, систематизация, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передача (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение персональных данных.

Стороны гарантируют и подтверждают, что обладают соответствующими согласиями субъектов персональных данных на передачу третьим лицам и обработку третьими лицами их персональных данных.

При обработке персональных данных по поручению Заказчика, Исполнитель не обязан получать согласие субъекта персональных данных на обработку его персональных данных согласно п. 4 ст.6 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных.

3.13. В связи с вступлением в силу 1 сентября 2022 г. ст.18.1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» Стороны пришли к соглашению об утверждении порядка взаимодействия в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ.

3.14. Заказчик, обязуется предоставить Исполнителю следующую информацию:

-полное и сокращенное (при наличии) наименование, организационно-правовая форма юридического лица или фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя или физического лица;
-идентификационный номер налогоплательщика юридического лица или индивидуального предпринимателя, а также физического лица - для российского лица;

-абонентский номер мобильного телефона и (или) номер электронного средства платежа - для иностранного физического лица;
-основной государственный регистрационный номер юридического лица или основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя - для российского юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- регистрационный номер либо его аналог и (или) номер налогоплательщика либо его аналог в стране регистрации для иностранного юридического лица;
- код страны регистрации юридического лица в соответствии с Общероссийским классификатором стран мира - для иностранного юридического лица.

Заказчик обязуется предоставить указанные в настоящем пункте данные всех участников задействованных в размещении рекламных материалов, предоставленных Исполнителю по соответствующему приложению вплоть до конечного рекламодателя, и несет ответственность за корректность и полноту всех предоставленных данных.

Заказчик обязуется предоставить указанные в настоящем пункте данные всех участников задействованных в размещении рекламных материалов, предоставленных Исполнителю по соответствующему приложению вплоть до конечного рекламодателя, и несет ответственность за корректность и полноту всех предоставленных данных.

3.15. Вышеуказанный перечень не является исчерпывающим. Заказчик также обязуется предоставлять Исполнителю иную информацию, которая будет запрошена в связи с вступлением в силу новых требований законодательства Российской Федерации. В случае, если Заказчику стало известно об изменении любого из перечня сведений, то он обязуется незамедлительно сообщить об этом Исполнителя. Исполнитель имеет право приостановить размещение рекламных материалов до момента получения верных сведений, при этом Заказчик не применяет каких-либо штрафных санкций в отношении Исполнителя.

3.16. Заказчик гарантирует полноту, достоверность, актуальность и своевременность предоставления вышеуказанной информации, а также получение всех разрешений на предоставление данной информации Исполнителю, и органам государственной власти и управления в целях исполнения требований действующего законодательства Российской Федерации, и передача данной информации не является нарушением требований конфиденциальности, то есть не является нарушением условий Договора и не влечет никаких штрафных санкций для Исполнителя.

3.17. Стороны договорились, что Заказчик поручает Исполнителю право на осуществление функций по информированию и/или передаче необходимых в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ данных оператору рекламный сетей и /или оператору рекламных данных, а также на совершение всех необходимых действий по приведению в соответствие рекламных материалов Заказчика требованиям законодательства РФ, в том числе, но не ограничиваясь:

- осуществлять действия, необходимые для получения идентификатора рекламы;

- устанавливать пометку «Реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы;

- а также иные необходимые действия в рамках взаимоотношений Сторон;

3.18. Исполнитель уведомляет Заказчика о требованиях к рекламным материалам посредством электронной почты.

Стороны признают и соглашаются, что основным способом коммуникации в рамках настоящего Дополнительного соглашения выбрана электронная переписка (переписка по электронной почте: e-mail), которая ведется по электронным адресам Сторон. Со стороны Заказчика электронная переписка должна вестись посредством адреса электронной почты, с которого была направлена заявка и телефона, указанного Заказчиком в заявке.

3.19. Исполнитель обязуется соблюдать конфиденциальность и обеспечивать безопасность персональных данных, передаваемых ему Заказчиком, а также соблюдать требования, предусмотренные ч. 5 ст. 18 и ст. 18.1 федерального закона «О персональных данных».

3.20. Во исполнение требований законодательства РФ Заказчик предоставляет Исполнителю всю необходимую для передачи оператору рекламных данных, в том числе запрашиваемую оператором рекламных данных, информацию (далее – ОРД) в срок установленный действующим законодательством или соответствующим ОРД, но не позднее 10 числа месяца следующего за отчетным, если иной срок не согласован Сторонами по электронной почте. В случае изменения информации, передаваемой ОРД, Исполнитель в течение 3 (Трех) рабочих дней уведомляет Заказчика о таких изменениях.,

3.21. Стороны вправе передавать информацию о Договоре, информацию о Рекламе и Рекламных материалах в строго предусмотренном законодательством РФ объеме в ФГУП «ГРЧЦ», Роскомнадзор, Федеральную налоговую службу, Федеральную антимонопольную службу, что не будет считаться нарушением положений настоящего Договора и иных заключенных между Сторонами соглашений, регулирующих порядок обращения с конфиденциальной информацией/коммерческой тайной.

3.22. При оказании услуг по настоящему Договору Заказчиком могут быть предоставлены рекламные материалы, в которых использованы произведения, являющиеся объектами авторского права и смежных прав.

3.23. В случае использования Заказчиком программного обеспечения или онлайн-сервисов, позволяющих генерировать изображения, аудиовизуальных роликов при помощи искусственного интеллекта (нейросеть) и последующей передачи таких результатов Исполнителю в виде рекламных материалов для размещения в сети Интернет, вся ответственность, а также решение всех споров и претензий третьих лиц, возникших в результате такого использования результатов генерации нейросети возлагаются на Заказчика в полном объеме.

4. СТОИМОСТЬ УСЛУГ. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

4.1. Стоимость услуг по размещению рекламы рассчитывается на основании Заявки Заказчика и указывается в соответствующем Счете. Общая стоимость услуг включает в себя все возможные и установленные действующим законодательством РФ налоги.

4.2. Оплата по настоящему Договору осуществляется Заказчиком в безналичном порядке на основании счета Исполнителя путем перечисления 100% стоимости услуг на расчетный счет Исполнителя, не позднее чем за 5 (Пять) календарных дней до начала оказания услуг, либо в ином порядке, указанном в соответствующем Счете. Оплата наличным способом, допускается только при условии предоставления Заказчиком письма-согласия (акцепта) не позднее чем за 5 (Пять) календарных дней до начала оказания услуг. (Форма письма-согласия указана в Приложении 2 к настоящей Публичной оферте).

4.3. Нарушение Заказчиком условий оплаты более чем на 3 (три) дня дает Исполнителю право приостановить согласованные Сторонами размещения, не заключать настоящий договор по новым заявкам Заказчика, при этом Исполнитель вправе взыскать с Заказчика сумму убытков, причиненных ему досрочным прекращением Договора, в соответствии с п. 3.11 настоящего Договора.

При осуществлении Заказчиком платежей Стороны исходят из того, что вначале погашается текущая задолженность Заказчика по оплате оказанных услуг (в случае, если таковая имеется); после полного погашения имеющейся задолженности поступающие денежные средства учитываются в качестве оплаты услуг, оказываемых в месяце, указанном в заявке.

4.4. Обязательства Заказчика по оплате услуг Исполнителя считаются исполненными с момента поступления денежных средств на расчетный счет Исполнителя.

4.5. Факт оказания услуг и приемки услуг фиксируется в Универсальном передаточном документе (УПД).

Исполнитель по дополнительному запросу Заказчика направляет УПД, в котором отображены объем и стоимость оказанных услуг, Заказчик обязан в течение 3 (Трех) рабочих дней от даты его получения принять предоставленный Исполнителем УПД или предоставить мотивированный письменный отказ. Претензия считается мотивированной, если в заявленный в Счете период услуги не были оказаны и Заказчик предоставил доказательства подтверждающие, что Исполнителем услуги не были оказаны.

Если по истечении вышеуказанного срока возражения от Заказчика не поступили, считается, что услуги приняты Заказчиком без возражений.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

5.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по настоящему Договору Стороны несут ответственность в соответствии с настоящим Договором и действующим законодательством Российской Федерации.

5.2. Заказчик несет полную ответственность за содержание и оформление направляемой в соответствии с настоящим Договором рекламы, за нарушение авторских и смежных прав в отношении произведений и исполнений, вошедших в рекламу. Все имущественные претензии, в том числе авторов и обладателей смежных прав, в отношении рекламы должны быть урегулированы Заказчиком своими силами и за свой счет.

В случае возникновения у Исполнителя убытков, вызванных нарушением Заказчиком прав третьих лиц в отношении произведений и исполнений, вошедших в рекламу, а также требований законодательства в отношении содержания и оформления рекламы, Заказчик возмещает Исполнителю все понесенные убытки, вызванные таким нарушением. Указанные убытки подтверждаются выставленными третьими лицами счетами и (или) претензиями.

5.3. В случае нарушения Заказчиком условий Договора и непредоставления сведений и/или документов, предоставление которых является ее обязанностью по Договору (копии лицензий, сертификатов и т.д.), Заказчик обязан возместить убытки в полной сумме в случае их возникновения у Исполнителя в связи с отсутствием необходимых сведений/документов. Указанные убытки подтверждаются выставленными третьими лицами счетами и (или) претензиями.

5.4. В случае, если по вине Исполнителя рекламные материалы не были размещены на Интернет-сайтах были размещены с нарушениями: графика размещения, Исполнитель за свой счет и по согласованию с Заказчиком размещает не вышедшие (не своевременно вышедшие) или вышедшие с нарушением версии рекламные материалы в тех же объемах и на тех же Интернет-сайтах или в другое равноценное время. В случае утраты актуальности рекламы (истечения даты рекламируемого события) Заказчик имеет право отказаться от размещения, Исполнитель возмещает стоимость оплаченных, но невыполненных работ.

6. ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ, ДЕЙСТВИЕ ДОГОВОРА, РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

6.1. Акцептом условий договора является осуществление Заказчиком действий, определенных п.6.2. договора. Акцепт условий договора означает полное и безоговорочное принятие Заказчиком всех условий договора без каких-либо изъятий и/или ограничений и равносилен заключению двухстороннего письменного договора (пункт 3 ст. 434 ГК РФ).

6.2. Заказчик производит Акцепт оферты путем совершения Платежа за услуги Исполнителя либо путем предоставления Заказчиком в адрес Исполнителя письма-согласия, из текста которого ясно и однозначно можно трактовать Акцепт оферты Заказчиком.

6.3. Договор Сторон вступает в силу с момента осуществления Акцепта оферты и действует бессрочно.

6.4. Заказчик вправе обратиться к Исполнителю по любым вопросам, возникшим в связи с условиями, правами и обязанностями Договора, в том числе в части размещения Рекламного материала. Для этого Заказчик направляет письменное заявление соответствующего содержания по электронному адресу Исполнителя, указанного на Сайте. Исполнитель после получения от Заказчика письменного заявления обязан в течение 5 (пяти) рабочих дней рассмотреть заявление и сообщить о результатах его рассмотрения Заказчику.

6.5. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения договора в результате событий чрезвычайного характера, которые Стороны не могли ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами (форс-мажор). В период действия обстоятельств непреодолимой силы выполнение Сторонами своих обязательств по Договору приостанавливается, и санкции за неисполнение обязательств в данный период не применяются.

6.6. К обстоятельствам непреодолимой силы в контексте настоящего Договора относятся: стихийные бедствия, война или военные действия, забастовка в отрасли или регионе, гражданская война или общественные беспорядки, запретительные меры и/или законодательные /нормативные акты, принятые соответствующими органами РФ, вводящие запрет либо существенные ограничения в размещении информации по объему, количеству, форме, содержанию.

6.7. Обстоятельства непреодолимой силы признаются таковыми при наличии письменного подтверждения уполномоченных органов государственной власти и местного самоуправления.

6.8. Во всем, что прямо не предусмотрено Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.

6.9. Все споры и разногласия, возникшие или могущие возникнуть из настоящего договора по инициативе Заказчика, подлежат разрешению с соблюдением претензионного порядка. В случае, если возникший спор не

будет разрешен в течение 10 (десяти) рабочих дней с момента получения соответствующего заявления, любая из Сторон вправе обратиться за разрешением спора в суд по месту нахождения Исполнителя в соответствии с законодательством РФ.

6.10. Стороны признают и соглашаются, что основным способом коммуникации в рамках настоящего договора выбрана электронная переписка (переписка по электронной почте: e-mail), которая ведется по электронным адресам Сторон. Достаточным доказательством достоверности адреса электронной почты (e-mail) Заказчика является доменное имя электронного адреса, которое указывается после знака «@» с которого направляется заявка на электронный адрес Исполнителя r58@gmp58.ru.

7. РЕКВИЗИТЫ ИСПОЛНИТЕЛЯ

ООО "ГАЛЕРЕЯ МЕДИА" ОГРН 1185835003232, ИНН 5836686134, КПП 583601001.
440000, Пензенская обл, Пенза г, Московская ул, дом № 29, этаж 7, помещение 10, офис 702, тел.: 8(8412)660779
e-mail: r58@gmp58.ru.
Генеральный директор Калинина Ирина Вячеславовна.
Р/с 40702810148000010439 в КУРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ N8596 ПАО СБЕРБАНК г. Курск, к/с 30101810300000000606, БИК 043807606.

Приложение №1 к Публичной оферте ООО «Галерея Медиа»

На оказание услуг по размещению рекламы

КУРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ N8596 ПАО СБЕРБАНК г. Курск Банк получателя		БИК		043807606
		Сч. №		30101810300000000606
ИНН 5836686134	КПП 583601001	Сч. №		40702810148000010439
ООО "ГАЛЕРЕЯ МЕДИА" Получатель				

Счет на оплату № от «___»_____

Поставщик (Исполнитель): **ООО "ГАЛЕРЕЯ МЕДИА", ИНН 5836686134, КПП 583601001, 440000, Пензенская обл, Пенза г, Московская ул, дом № 29, этаж 7, помещение 10, офис 702, тел.: 8(8412)660779**

Покупатель (Заказчик):

Основание:

№	Товары (работы, услуги)	Кол-во	Ед.	Цена	Сумма
1		1	шт		
2		1	шт		
3		1	шт		
4		1	шт		
5		1	шт		

Итого:
В том числе НДС 22% **-**
Всего к оплате:

Всего наименований __, на сумму _____ руб.
Сумма прописью

Оплатить не позднее
Оплата данного счета означает согласие Заказчика с условиями Договора публичной оферты оказания услуг на размещение рекламы размещенного на сайте http://gmp58.ru. Стороны должны руководствоваться условиями Договора публичной оферты опубликованными на дату выставления настоящего счета.
В случае, если между Заказчиком и Исполнителем заключен договор на размещение рекламы в письменной форме, оплата данного счета означает согласие Заказчика с условиями заключенного договора на размещение рекламы и соответствующего приложения к нему, которыми Стороны обязаны руководствоваться.

Руководитель Калинина И. В. **Бухгалтер** Калинина И. В.

Приложение №2 к Публичной оферте ООО «Галерея Медиа»
На оказание услуг по размещению рекламы

На бланке организации клиента

Генеральному директору
ООО «Галерея Медиа»
Калининой И.В.
ИНН 5836686134
Адрес местонахождения: 440000, Пензенская обл, Пенза г, Московская ул, дом № 29, этаж 7, помещение 10, офис 702

ПИСЬМО-СОГЛАСИЕ
(АКЦЕПТ)

г._____ «___»_____ 202__г.

Настоящим _____(наименование клиента, ООО/ИП) выражает свое согласие заключить договор оказания услуг на размещение рекламы на условиях публичной оферты, изложенной по адресу http://gmp58.ru, и обязуется оплатить выставленный ООО «Галерея Медиа» в соответствии с ранее направленной заявкой счет №_____ от «___»_____202__года в срок не позднее «_____»_____202__г.

Генеральный директор
ООО «_____» _____

Приложение №3 к Публичной оферте ООО «Галерея Медиа»

На оказание услуг по размещению рекламы

Требования к рекламным материалам

1.1. Общие требования к рекламе.

В случае указания в рекламе адреса места нахождения объекта рекламирования или места его приобретения в адресе необходимо обязательно указывать город, а в случае указания номеров телефоновобязательно указывать код города.

В рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла рекламы. В случае использования в рекламе иностранного языка, тексты на иностранномязыке должны быть идентично представлены по содержанию и техническому оформлению и на русском языке. Указанные требования не распространяются на фирменные наименования на иностранном языке, полученные при регистрации юридического лица и на зарегистрированные Товарные знаки.

В случае использования в рекламе олимпийской и/или паралимпийской символики, включая символ, флаг, девиз, обозначения, знаки, эмблемы, огонь и факелы, а также использование других знаков или конфигураций, которые включают ассоциацию с вышеназванными играми (например, использование терминов «Олимпиада», «Олимпийские Игры» или «Олимпийский»), необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащее подтверждение наличия у рекламодателя прав на использование вышеназванной символики, предоставленных Международным олимпийским комитетом и (или) Международным паралимпийским комитетом или уполномоченной ими организацией.

Способ доведения до потребителей информации в рекламе должен быть таким, чтобы информация воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательныхтехнических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации).

Помимо всех вышеперечисленных требований к рекламе предъявляются все требования, установленные действующим законодательством, в том числе общие требования к рекламе и специальные требования к рекламе отдельных видов товаров.

1.2. Требования к рекламе «зонтичных» брендов.

Реклама товаров, работ, услуг, а также реклама самих производителей/изготовителей или продавцов таких товаров, работ, услуг, реклама средств их индивидуализации (в том числе товарных знаков, логотипов, торговых марок и др.), которая представляет собой рекламу товара/работ/услуг, рекламированиекоторых в телевизионных программах запрещено полностью или в определенное время, но осуществляется **под** видом рекламы другого товара/работы/услуги, название, товарный знак или знак обслуживания которых тождествен или сходен до степени смешения с названием, товарным знаком или знаком обслуживания товара/работы/услуги, в отношении рекламы которых установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара/работы/услуги, **не допускается ни в каком виде.**

1.3. Требования к рекламе лекарственных препаратов.

При рекламе лекарственных препаратов Компания обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, ихрекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;
- инструкция по применению, утвержденная в установленном порядке (отпуск без рецепта врача, отсутствие в составе наркотических и психотропных веществ);
- документ, содержащий информацию о форме отпуска лекарственного препарата из аптек, если такаяинформация отсутствует в инструкции по применению;

- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;

-письмо, подтверждающее и гарантирующее отсутствие дистанционных продаж лекарственных препаратов на сайте и/или по телефонам при наличии в ролике сайта и/или телефона в случае отсутствияРазрешения от Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом;

- лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных препаратов в случае, если врекламном материале присутствует наименование юридического лица - производителя соответствующего товара либо товарный знак (логотип) производителя (для иностранных компаний возможен иной разрешительный документ, предусмотренный законодательством соответствующей страны);
- письмо, от рекламодателя, подтверждающее отсутствие в составе рекламируемых лекарственных препаратов наркотических и психотропных веществ, включая подтверждение того, что лекарственный препарат не содержит кодеин или его солей, а также гарантия, что им не производятся/не реализуются рецептурные лекарственные средства с похожим наименованием, действующим веществом или с использованием упаковки, схожей до степени смешения с дизайном упаковки рекламируемого лекарственного средства.

Реклама лекарственных препаратов, реализуемых дистанционным способом, не допускается (исключением является, если у аптеки имеется соответствующее разрешение от Росздравнадзора наосуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом) .

Реклама лекарственных препаратов в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом и/или ознакомиться с инструкцией по применению».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, бытьсвободно читаемым по цвету и контрастности.

Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению, возможна **только после** предварительного согласования. Реклама лекарственных средств, связанных с интимной сферой взаимоотношений **не допускается.**

1.4. Требования к размещению рекламы медицинских изделий.

Реклама медицинских изделий в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом и/или ознакомиться с инструкцией по применению».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, бытьсвободно читаемым по цвету и контрастности.

Любое упоминание наименования медицинского изделия должно быть идентично наименованию,указанному в регистрационном удостоверении.

При рекламе медицинских изделий необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;
- инструкция по применению, утвержденная в установленном порядке (в инструкции для медицинских изделий должна содержаться информация о возможности их использования без специальной подготовки);
- образец продукции или изображение упаковки, используемой при реализации медицинского изделия;
- декларация о соответствии (сертификат соответствия);
- образец продукции или изображение упаковки, используемой при реализации медицинского изделия;
- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;
- лицензия на осуществление деятельности по производству медицинской техники (в случае если объектом рекламирования является медицинская техника), для иностранных компаний возможен иной разрешительный документ, предусмотренный законодательством соответствующей страны.

Реклама медицинских изделий, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению, возможна **только после** предварительного согласования.

1.5. Требования к рекламе медицинских услуг.

При рекламе медицинских услуг необходимо предоставлять(при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензию на осуществление медицинской деятельности.

Реклама медицинских услуг в обязательном порядке должна сопровождаться письменнымпредупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, бытьсвободно читаемым по цвету и контрастности.

Реклама медицинских услуг, оказываемых за рубежом, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.6. Требования к рекламе биологически активных добавок (БАД).

Реклама биологически активных добавок (БАД) **не должна**:

1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;
4) побуждать к отказу от здорового питания;
5) создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

В рекламных материалах не должно быть упоминаний о болезнях, лечебных свойствах, положительном влиянии на здоровье, как прямого их перечисления в аудиоряде, так и с помощью видеоэффектов.

Реклама БАД в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждениемследующего содержания:

«Не является лекарственным средством».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менеечем, 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, быть свободно читаемым по цвету и контрастности.

Реклама БАД в случае, если в сопроводительной документации (свидетельство о государственной регистрации, инструкция, аннотация и/или иные документы) указаны противопоказания к применению рекламируемого БАД, должна сопровождаться предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания».

При этом размер и способ доведения предупреждения должен быть таким, чтобы информация воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательныхтехнических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации).

При рекламе БАД необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов,иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации;
- письмо, подтверждающее и гарантирующее отсутствие дистанционных продаж БАД на сайте и/или потелефонам при наличии в ролике сайта и/или телефона;
- упаковка и аннотация к БАД, которые используются при реализации БАД;
- письмо от рекламодателя о том, что им не производятся/не реализуются рецептурные лекарственныесредства с похожим наименованием, действующим веществом или с использованием упаковки, схожей до степени смешения с дизайном упаковки рекламируемого БАД;
- заключение компетентного органа или организации, подтверждающее заявленные в рекламе свойстваБАД.

Реклама БАД, реализуемых дистанционным способом, не допускается, исключение составляют аптечные организации, имеющие лицензию на фармацевтическую деятельность

Реклама БАД, связанных с интимной сферой взаимоотношений, планируемая к размещению, возможна **только после** предварительного согласования.

Требования к рекламе лотерей:

1.7.1. Проведение и реклама региональных государственных лотерей, муниципальных лотерей, негосударственных лотерей не допускается.

При рекламе всероссийских и международных лотерей, организатором которых является федеральныйорган исполнительной власти, уполномоченный Правительством РФ, **необходимо указывать:**

– общий срок проведения лотереи;
– сроки розыгрыша призов (либо конкретную дату);
– информацию следующего содержания «подробности об организаторе лотереи, о правилах ее проведения, о призовом фонде, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей, на сайте_____/по телефону_____»;
- юридическое наименование лотереи (если в креативе присутствует иное название, чем предусмотрено правилами);

При рекламе Лотерей необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- решение о проведении лотереи, принятое Правительством РФ;
- условия лотереи, утвержденные организатором лотереи;
- подтверждение вида и размера призового фонда (если заявление о нем есть в ролике);
- подтверждение статуса рекламодателя / юр. лица, указанного в ролике (если оно отличается от организатора или оператора лотереи, указанных в правилах).

В рекламе не должно быть гарантии выигрышей и связи с заработком;

Реклама лотерей, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.7.2. В рекламе стимулирующего мероприятия, в том числе: конкурса, игры, розыгрыша или иного подобного мероприятия, условием участия в котором является приобретение определенного товара, необходимо указывать:

– сроки проведения:
- общий срок проведения стимулирующей акции (с указанием года проведения);
- срок подачи заявок на участие в стимулирующей акции с указанием года ее проведения, если такой срок предусмотрен Правилами проведения стимулирующей акции и не совпадает с общим сроком проведения стимулирующей акции или иного подобного мероприятия;
- срок розыгрыша призов;

– источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения:
- информацию следующего содержания «подробности об организаторе мероприятия, о правилахего проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте_____/по телефону_____»;
- информацию о количестве призов (указывается в соответствии с Правилами проведения стимулирующей акции путем указания в рекламном материале конкретного количества призов либо информации, что количество призов ограничено. Данное положение не распространяетсяна случаи, когда Правила проведения стимулирующей акции не предусматривают ограничениеколичества призов).

1.7.3. **Реклама акции, которая не является конкурсом, игрой, розыгрышем, при которой любой** (без исключения) **приобретатель** гарантированно **получит подарок** (причем момент получения подарка совпадает с моментом приобретения товара/услуги), а срок такой акции зависит от спроса покупателей на данный товар/услуги, т.е. акция длится в течение срока реализации такого товара/услуги (пример: специальная упаковка готовых завтраков с игрушкой внутри или стиральный порошок с прикрепленной упаковкой кондиционера), должна сопровождаться упоминанием следующего содержания: «Сроки проведения акции совпадают со сроками реализации товара. Подробности об организаторе акции по телефону_____/на сайте_____» или упоминанием аналогичного содержания. Других сроков проведения данных акций в подобной рекламе указывать не обязательно. Кроме того, при рекламе указанной в настоящем абзаце акции необходимо предоставить письмо, гарантирующее получение подарка каждым приобретателем рекламируемого товара/услуги без проведения среди всех приобретателейтовара/услуги какого-либо конкурса, розыгрыша, игры, лотереи и т.д., а также о совпадении сроков реализации товара со сроком проведения акции.

1.7.4. При рекламе стимулирующего мероприятия необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) следующие документы, а также надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

а) Для стимулирующего мероприятия:

- правила проведения стимулирующего мероприятия, утвержденные организатором мероприятия;
- гарантийное письмо, что проводимое мероприятие не является лотереей.

1.8. Требования к рекламе услуг по заключению договоров ренты.

При рекламе услуг по заключению договоров ренты необходимо предоставлять гарантийное письмо от рекламодателя о том, что он является непосредственным плательщиком ренты. В том случае, если плательщиком ренты является не рекламодатель, а иное лицо, то в гарантийном письме рекламодателя должен быть указан непосредственный плательщик ренты.

В рекламе должна содержаться информация об отчуждении имущества, за которое выплачивается рента,т.к. эта информация является существенной.

В рекламе должна содержаться информация о наименовании плательщика ренты, если рекламодательявляется посредником.

1.9. Требования к рекламе услуг по предоставлению кредита.

При рекламе услуг по предоставлению кредита необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.)надлежащим образом заверенные копии следующихдокументов:

- лицензия на осуществление соответствующего вида деятельности;
- кредитная программа по рекламируемому кредиту, утвержденная банком (в случае указания в рекламе условий кредита);
- официальное письмо с подтверждением того, что информация, содержащаяся в рекламном материалаявляется полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе", а также, что указанные в рекламном материале условия кредита составляют полную стоимость кредита, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите" (в случае указания в рекламе условий кредита).

Требования к информации, присутствующей в ролике:

- наименование лица, оказывающего услуги.

При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита, хотя бы одного условия, влияющего на стоимость кредита для заемщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой рекламедолжны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), а именно:

- сумма кредита;
- срок предоставления кредита / срок возврата кредита;
- валюта, в которой предоставляется кредит;
- размер процентов за кредит в годовых(при применении переменной процентной ставки–порядокее определения);
- все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи с предоставлением кредита (платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата).
- дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заемщика, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов, необходимость оценки закладываемого имущества и т.п.). При этом, нет необходимости указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления перечня такихрасходов.

Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления кредита в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятиеинформации), если одно из условий, влияющих на стоимость кредита, воспринимается потребителями указанным образом.

1.10. Требования к рекламе услуг по предоставлению займа.

Допускается реклама услуг по предоставлению потребительских займов,оказываемых только следующими организациями:

- микрофинансовыми организациями;
- кредитными кооперативами;
- ломбардами;
- иными лицами, для которых в Федеральном законе, специально регулирующем их деятельность, прямо предусмотрена возможность осуществления ими профессиональной деятельности по предоставлению займов.

Требования к информации, присутствующей в ролике:

- наименование лица, оказывающего услуги.

При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением займа, хотя бы одного условия, влияющегона стоимость займа для заемщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой рекламе должны бытьуказаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость займа для заемщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), а именно:

- сумма потребительского займа;
- срок действия договора потребительского займа/срок возврата потребительского займа;
- валюта, в которой предоставляется потребительский заем;
- размер процентов по займу в годовых (при применении переменной процентной ставки – порядок ееопределения);
- все иные платежи, взимаемые в рамках договора займа (платежи, обусловленные выдачей займа ипроцессом его возврата).
- дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заемщика, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.). При этом, нет необходиости указывать конкретный размер дополнительных расходов, достаточно перечисления таких расходов. Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления займа в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость займа, воспринимается потребителями указанным образом;
- иная информация, указанная в п.п. 1.9.1. – 1.9.3. настоящего Приложения (в зависимости от того, ктооказывает услуги по предоставлению потребительского займа).

При рекламе услуг по предоставлению займа необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии документов, перечисленных в п.п. 1.9.1. – 1.9.3. настоящего Приложения.

1.10.1. Требования к рекламе микрофинансовых организаций, в том числе оказываемых ими услугпо предоставлению потребительских займов.

При рекламе услуг микрофинансовых организаций необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

– свидетельство о внесении сведений в государственный реестр микрофинансовых организаций;
– гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов информация о рекламируемой микрофинансовой организации не исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций;
– правила предоставления микрозаймов, утвержденные уполномоченным органом микрофинансовойорганизации;
– типовая форма договора микрозайма;
– письменное подтверждение, что информация, содержащаяся в рекламном материале является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугамилица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий микрозайма).

Требования к информации, присутствующей в рекламе микрофинансовых организаций и оказываемыхими услуг, перечислены в п. 1.9. настоящего Приложения. Не допускается умалчивать об иных условиях оказания услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или насумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.10.2. Требования к размещению рекламы кредитных кооперативов, в том числе оказываемых ими услуг по предоставлению потребительских займов.

При рекламе кредитных кооперативов необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- Устав кооператива;
- положение о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного кооператива, и об условиях предоставления займов членам кредитного кооператива, принятое общим собранием пайщиков;
- свидетельство о членстве кредитного кооператива в саморегулируемой организации;
- договор со страховой компанией или выписку (в случае упоминания в ролике о страховании сбережений);
- письменное подтверждение, что информация, содержащаяся в рекламном материале является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугамилица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий займа).
- подтверждение присутствия организации в государственном реестре кредитных кооперативов БанкаРоссии;
- подтверждение отсутствия организаций в списке компаний с признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке, размещенном на официальном сайте Банка России.

При рекламе кредитных кооперативов не допускается указание на то, что кооператив выполняет какие-либо финансовые операции или оказывает финансовые услуги, которые по закону отнесены к компетенциидругих компаний (банков, кредитных организаций и др.), в частности, принимает денежные средства во вклады.

В рекламе кредитных кооперативов, помимо информации, указанной в п. 1.9. настоящего Приложения, обязательно должна присутствовать следующая информация:

- информация о том, что рекламируемые услуги (предоставление займов и привлечение денежных средств по договору передачи личных сбережений) предоставляются **только** членам кредитного кооператива;
- информация о расходах потребителя, связанных с членством в кооперативе (либо указание в роликеконкретного размера этих расходов, либо указание информации примерно следующего содержания «Членство в кооперативе повлечет дополнительные расходы. С условиями членства можно ознакомиться насайте _____».

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.10.3. Требования к размещению рекламы ломбардов, в том числе оказываемых ими услуг по предоставлению потребительских займов.

При рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

– свидетельство о внесении сведений в государственный реестр ломбардов;
– гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов информация о рекламируемом ломбарде не исключена из государственного реестра ломбардов;
– правила предоставления займов и принятия вещей на хранение, утвержденные уполномоченным органом ломбарда;
– письменное подтверждение, что информация, содержащаяся в рекламном материале является полной, т.е. отражает все условия оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугамилица, а так же что содержание предоставленного рекламного материала не нарушает нормы права, содержащиеся в ст. 28 ФЗ "О рекламе" (в случае указания в рекламе условий займа).

Требования к информации, присутствующей в рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг, перечислены в п. 1.9. настоящего Приложения. Не допускается умалчивать об иных условиях оказания услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Реклама услуг по предоставлению займов, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.11. Требования к размещению рекламы, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами.

Реклама форекс-дилеров обязательно должна сопровождаться наличием наименования или имя лица, оказывающего данные услуги, а также надписью следующего содержания: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны».

При рекламе, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами, необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о членстве в саморегулируемой организации форекс-дилеров;
- лицензию профессионального участника рынка ценных бумаг на осуществление деятельности форекс-дилера.

Реклама услуг по форекс-дилеров, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.12. Требования к размещению рекламы ритуальных услуг.

Реклама ритуальных услуг, изображения надгробий и иных объектов, прямо ассоциирующихся с ритуальными услугами не допускается по общему правилу.

Имиджевая Реклама (без надгробий, акций) ритуальных услуг, планируемая к размещению **только после** предварительного согласования.

1.13. Требования к размещению рекламных материалов, содержащих объекты интеллектуальнойсобственности.

Для подтверждения прав на использование в ролике объектов интеллектуальной собственности, в томчисле, но не ограничиваясь: музыкальных, аудиовизуальных, литературных произведений, а также их фрагментов, товарных знаков необходимо предоставлять следующие документы:

- выписку из лицензионного соглашения, заключенного между рекламодателем и правообладателем,подписанную рекламодателем и содержащую следующую информацию:
- дата составления выписки;
- стороны лицензионного соглашения, дата, место подписания и срок действия лицензионного соглашения;
- предмет лицензионного соглашения, включая пункт, в котором прямо предусмотрено предоставлениеправа на использование объекта интеллектуальной собственности (его фрагмента) (определить объект) в рекламе определенного товара (либо в рекламных целях);
- срок предоставления прав;
- территория использования прав,

и копию последней страницы указанного лицензионного соглашения, содержащей подписи сторон лицензионного соглашения,

либо

- оригинал письма правообладателя, в котором указывается, что правообладателем рекламодателю на определенный срок (указать срок) предоставлены права на использование объекта интеллектуальной собственности (или его фрагмента) (определить объект) в рекламе определенного товара (либо в рекламных целях) на определенной территории (указать территорию).

В случае использования в рекламе фотографии, кадров с изображением известного, публичного лица, необходимо предоставлять документы (лицензионное соглашение или письменное согласие физического лица), подтверждающие правомерность такого использования, с указанием срока и территориииспользования, а также определения рекламных материалов, в которых допускается такое использование. Указанные в настоящем пункте документы не предоставляются, когда фотографии, кадры с изображением известного, публичного лица были сделаны специально для размещения в данном рекламном материале.

- при наличии в ролике графического обозначения, которое может быть зарегистрировано в качестве товарного знака – свидетельство о регистрации товарного знака, а также документы (лицензионные договор, либо выписка из него/официальное письмо и др.), подтверждающие наличие прав у рекламодателя использовать в ролике зарегистрированный товарный знак.

В тех случаях, когда указанное в ролике графическое обозначение не зарегистрировано в качестветоварного знака – гарантийное письмо, подтверждающее данную информацию.

1.14. Требования к размещению рекламы ювелирных магазинов.

При рекламе детского питания необходимо предоставлять (принеобходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- карту специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющихоперации с драгоценными металлами и драгоценными камнями.
- уведомление/свидетельство о постановке на специальный учет юридического лица или индивидуального предпринимателя, осуществляющего операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, и присвоении ему учетного номера.

1.15. Требования к размещению рекламы печатного СМИ.

В случае рекламы печатного СМИ (либо наличия в ролике упоминания печатного СМИ) необходимо предоставить свидетельство о регистрации такого СМИ. В случае если печатное СМИ является зарубежным печатным изданием (зарегистрировано на территории иного государства, а также предоставлено в соответствии с законодательством такого государства свидетельство о регистрации печатного СМИ), необходимо предоставлять разрешение на распространение продукции зарубежных периодических печатных изданий на территории Российской Федерации.

К рекламе конкретных выпусков печатных СМИ применяются также Требования к размещениюрекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.18 настоящего Приложения.

1.16. Требования к размещению рекламы туроператора.

В случае рекламы туроператора необходимо предоставлять:

- Выписку из единого федерального реестра туроператоров/Свидетельство о внесении сведений о туроператоре в единый федеральный реестр туроператоров.

Реклама туроператоров, оказываемых услуги за рубежом, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.17. Требования к размещению рекламы детского питания.

При рекламе детского питания необходимо обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации;
- инструкция по применению либо упаковка и аннотация к объекту рекламирования, которые используются при его реализации.

Требования к обязательной надписи:

Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна в обязательном порядке содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей.

1.18. Требования к размещению рекламы товаров (в том числе услуг) при дистанционном способеих продажи.

Требования к документам:

Письмо от рекламодателя с подтверждением информации об условиях дистанционной продажи с приложением:

- заверенной копии свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ (для индивидуального предпринимателя -в ЕГРИП) и выписки из устава, подтверждающей адрес места нахождения продавца (для юридического лица);
- либо выписки из ЕГРЮЛ/ЕГРИП о продавце.Требования к обязательной надписи:
- для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН;
- для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРНИП. Дистанционный способ продажи запрещён для следующих товаров:
- лекарственные средства (исключение, если аптека имеет соответствующее разрешение от Росздравнадзора на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами ;
- БАД (за исключением аптечных организаций, имеющих лицензию на фармацевтическую деятельность);
- алкогольная продукция;
- а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

1.19. Требования к размещению рекламы информационной продукции.

В рекламе информационной продукции указывается знак присвоенной ей возрастной категории и/или текстовое предупреждение о возрастном ограничении (согласно документам от производителя или распространителя (владельца)), полученные в результате классификации данной информационной продукции в соответствии с требованиями ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Указанная информация должна быть хорошо читаема и ее продолжительность не должна быть менее 3 (Трех) секунд.

При предоставлении для размещения рекламы информационной продукции необходимо предоставить сопроводительные документы на рекламируемую продукцию, полученные им от производителя или распространителя (владельца) данной информационной продукции, содержащие сведения, полученные в результате классификации соответствующей информационной продукции, или письмо от производителя или распространителя информационной продукции, подтверждающее заявленную в ролике возрастную категорию.

1.20. Требования к рекламе основанных на риске игр, пари (игорные заведения, букмекерские конторы, тотализаторы, в том числе казино, залы игровых автоматов, а также реклама организатораоснованных на риске игр, пари, являющегося игорным заведением, и рекламе мест проведения подобных мероприятий, если ими являются игорные заведения).

При рекламе игорных заведений (букмекерские конторы, тотализаторы) в необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащимобразом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо с указанием информации о юридическом лице, осуществляющем данный вид деятельности, источника подробной информации (сайт в Интернете, номер телефона, адрес и т. п.) с приложением копии Свидетельства ОГРН и ИНН, заверенные надлежащим образом;
- разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорных зонах;
- лицензия на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерскихконторах и тотализаторах;
- документы, подтверждающие, что организатор азартных игр в букмекерской конторе является членомсаморегулируемой организации азартных игр в букмекерских конторах;
- подтверждение наличия банковской гарантии исполнения обязательств перед участниками азартныхигр;
- документальное подтверждение, что организатор азартных игр использует для приема интерактивных ставок и выплаты выигрышей физическим лицам - участникам азартных игр, от которых приняты интерактивные ставки, банковский счет, открытый в центре учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов (далее – «ЦУПИС»), учредителем (участником) которого является саморегулируемая организация организаторов азартных игр в букмекерских конторах и (или) саморегулируемая организация организаторов азартных игр в тотализаторах, членом которой является такой

организатор азартных игр;

- официальное письмо от рекламодателя, о том, что в букмекерской конторе, тотализаторе, и их пунктах приема ставок, не осуществляется деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием игровых автоматов и игровых столов;

- официальное письмо от рекламодателя, о том, что в букмекерской конторе, тотализаторе, и их пунктах приема ставок, не осуществляется деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием игровых автоматов и игровых столов, а также гарантирующее, что деятельность осуществляется строго по месту нахождения и месту осуществления лицензируемой деятельности, указанному в лицензии;
- подтверждение наличия банковской гарантии исполнения обязательств перед участниками азартныхигр;
- подтверждение того, что сайт (доменное имя) зарегистрирован в установленном порядке на имя организатора азартных игр или организатору азартных игр переданы права администрирования (права управления доменным именем) сайтом;

подтверждение того, что только данный сайт (доменное имя) используется организатором азартных игр для деятельности по приему интерактивных ставок, переданных путем перевода денежных средств, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов), центром учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов с использованием электронных средств платежа по поручениям участников азартных игр;

- правила организатора, регулирующие прием интерактивных ставок и выплаты выигрышей (посредством взаимодействия с ЦУПИС)

Реклама игорных заведений, находящихся вне "игровых зон", за исключением букмекерских контор, тотализаторов, их пунктов приема ставок, запрещена.

Реклама азартных игр также должна сопровождаться обязательной информацией:

- о сроках розыгрышей в процессе азартной игры;
- об источнике информации об организаторе, правилах проведения, призовом фонде, количестве призовили выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

Реклама **букмекерских контор** возможна **только после** предварительного согласования.

1.21. Требования к рекламе безалкогольного пива/вина.

При рекламе безалкогольного пива/вина необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- декларация соответствия;
- выписка из технической инструкции, подтверждающая объем алкоголя не более 0,5%;
- скан этикетки/изображение бутылки с подтверждением того, что именно в таком виде реализуется продукция;
- письмо с подтверждением объемов производства безалкогольной продукции за последний календарныйгод;
- свидетельства о регистрации товарного знака со всеми приложениями;
- закрытый перечень продукции, производимой рекламодателем под товарным знаком продвигаемоготовара.

Реклама безалкогольного пива/вина в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания: «Не является алкогольной продукцией» (Данное предупреждение должно размещаться на протяжении всего рекламного материала, быть контрастным и хорошо читаемым. Рекомендуемый размер предупреждения должен быть не менее 5 % площади кадра.). Реклама безалкогольного пива может сопровождаться знаком (пиктограммой) обозначения безалкогольного пива на протяжении всего рекламного материала. Пиктограмма должна быть контрастной и хорошо читаемой. Рекомендованный размер пиктограммы должен быть не менее 5 % площади кадра.

К рекламе безалкогольного пива/вина также предъявляются следующие требования:

- Чёткое определение объекта рекламирования.
- Однозначное восприятие объекта рекламирования, т.е. не должно быть двоякости или намёков на инойтовар.
- Отсутствие иных средств, позволяющих индивидуализировать запрещённый к рекламе товар.

1.22. Требования к рекламе вин, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, а также произведенных в государствах - членах Евразийского экономического союза из выращенного на территориях соответствующих государств - членов Евразийского экономического союза винограда. (далее- вино):

При рекламе вин, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- федеральной специальной марки;
- сертификатов/деклараций на продукцию, подтверждающих место происхождение винограда;
- лицензии на реализацию и (или) производство алкогольной продукции;

договор, техническая инструкция, фитосанитарный сертификат, либо, при невозможности предоставлениях предоставления - письма, подтверждающие происхождение сырья (Россия), с указаниями договоров поставки/приобретения сырья;

- утвержденный дизайн бутылки/упаковки, в том случае, если на ней присутствует образ человека/животного.

Реклама вин, произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда в обязательном порядке, должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Чрезмерное потребление алкоголя вредит вашему здоровью».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: на протяжении всего рекламного материала и размером не менее чем 10 (десять) процентов площади кадра, быть свободночитаемым по цвету и контрастности.

Реклама вина, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.23. Требования к рекламе недвижимости (договор уступки прав требования по договору участия в долевом строительстве).

При рекламе недвижимости (договор уступки прав требования по договору участия в долевом строительстве) необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- разрешение на строительство дома или иного объекта;
- проектная декларация;
- свидетельство о регистрации права собственности на земельный участок под объектом или документына право аренды этого участка;
- свидетельство о допуске к работам (которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства) со всеми приложениями либо письмо, гарантирующее, что застройщик не осуществляет работ по строительству, реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства, а привлекает по договору иных лиц (с указанием наименования и приложения Выписки из реестра саморегулируемых организаций);
- гарантийное письмо, подтверждающее информацию, содержащуюся в ролике, а также, что деятельность застройщика не приостановлена, а также выполнение требований законодательства о раскрытии информации в единой информационной системе жилищного строительства, о том что застройщик привлекает денежные средства участников долевого строительства только с использованием счетов эксроу, либо о том, что Застройщик исполняет обязанность по уплате отчислений (взносов) в компенсационный фонд;
- письмо с указанием закрытого перечня объектов недвижимости, входящих в рекламируемый комплексобъектов недвижимости;
- письмо о соотношении коммерческого обозначения и ТЗ, если в ролике используется ТЗ застройщика.

1.23.1. По объектам, документы (разрешение на строительство) на которые получены до 01 января **2017 г.**

- При предоставлении заказчиком проектной декларации на объект, строительство которого осуществляется в несколько этапов в рамках одной проектной декларации (а именно, 1 этап – корпус № 5, 2этап – корпус №4 и т.д.), необходимо запросить подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома на любой из таких корпусов.

- При предоставлении заказчиком отдельной проектной декларации на каждый корпус многоквартирногодома, необходимо запросить подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома на каждый такой корпус (объект).

1.23.2. По объектам, документы (разрешение на строительство) на которые получены после 01 **января 2017 г.**

- **Заключение** уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в области долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости **органа исполнительной власти** субъекта Российской Федерации, на территории которого осуществляется строительство (создание) соответствующих многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, **осоответствии застройщика и проектной декларации требованиям** (для застройщиков, не работающих сосчетами эскроу и для застройщиков, работающих со счетами эскроу, но зарегистрировавших первый договор участия в долевом строительстве до

28.06.2021).

- Письмо о том, что клиент обязуется предоставить подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома до истечения 60 дней со дня выдачи Заключения, либо (в случае наличия) подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома (для застройщиков, не работающих со счетами эскроу и для застройщиков, работающих со счетами эскроу, но зарегистрировавших первый договор участия в долевом строительстве до 28.06.2021).

Реклама в обязательном порядке должна содержать:

- сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, а также иной подробной информации (например: С проектной декларацией можно ознакомиться насайте https://наш.дом.рф);
- наименование застройщика, либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение.

Коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект строительства, может быть указано в рекламном материале ТОЛЬКО В СЛУЧАЕ, если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Для объектов, документы (разрешение на строительство) на которые получены до 01 января 2017 г., вслучае отсутствия данного наименования в проектной декларации, необходимо вносить изменения в проектную декларацию.

1.24. Требования к рекламе анонса кинопоказа.

При рекламе анонса кинопоказа необходимо предоставлять (принеобходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя с подтверждение факта начала проведения кинопоказа, с указанием дат проведения, источника подробной информации;
- прокатное удостоверение;
- официальное письмо от рекламодателя по классификации кинопродукции (с указанием информации повозрастному ограничению).

К рекламе анонса кинопоказа применяются также требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.18 настоящего Приложения.

Реклама анонса кинопоказа, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.
Реклама анонса кинопоказов

1.25. Реклама подписок на онлайн-сервисы

При рекламе услуг по оформлению подписки на различные онлайн сервисы необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя об объекте рекламирования, из которого должно следовать - является ли подписка единым продуктом, а также содержать все условия ее предоставления;
- официальное письмо от рекламодателя по сайту, приложению и/или по телефонам по форме,при наличии в ролике сайта, приложения и/или телефона;
- выписка из ЕГРЮЛ на продавца, осуществляющего продажу подписки.Требования к обязательной надписи:
- для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН;
- для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРНИП.

1.26. Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов.
Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов не допускается.

1.27. Требования к размещению рекламы услуг, получаемых с помощью SMS:
Реклама услуг, получаемых с помощью SMS, не допускается.

1.28. Требования к размещению рекламы эротического содержания.
Реклама эротического содержания не допускается.

1.29. Реклама иных СМИ, а также реклама с участием известных, публичных лиц.

Реклама иных средств массовой информации, возможна **только после** предварительного согласования.

1.30. **Реклама бытовой и промышленной химии (в части чистящих средств для туалетов, средств для борьбы с вредителями); лекарственные препараты, связанные с гинекологией, урологией, проктологией; туалеты и товары, предназначенные для гигиены животных; средства личной гигиены (гигиенические прокладки и тампоны, памперсы и подгузники и прочее), БАДы для повышения потенции,** планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.31. Реклама услуг народных целителей, экстрасенсов, гадалок, шаманов и иных подобных услуг оккультного характера.

Реклама услуг народных целителей, экстрасенсов, гадалок, шаманов и иных подобных услуг оккультного характера не допускается.

1.32. Реклама услуг цифрового телевидения.

Реклама по предоставлению услуг цифрового телевидения, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного.

1.33. Телемедицинские услуги (оператор информационной системы).

При рекламе телемедицинских услуг (оператор информационной системы) необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензия на оказание медицинской деятельности,
- подтверждение регистрации в Единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения медицинских работников, сведения о которых внесены в Федеральный регистр медицинских работников, а также регистрации соответствующих медицинских организаций в Федеральном реестре медицинских организаций (выписки из реестра/регистра либо ссылки для проверки информации),
- выписка из ЕГРЮЛ на юр.лицо, оказывающее услуги телемедицины

Реклама телемедицинских услуг в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд непрерывно, и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра, бытьсвободно читаемым по цвету и контрастности.

Требования к обязательной надписи:

- для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН.

1.34. Реклама телемагазинов

Реклама телемагазинов по общему правилу не допускается.

Размещение возможно **только после** предварительного согласования.

1.35. Реклама самогонных аппаратов, дистилляторов, домашних пивоварен и иных товаров для производства алкогольной продукции.

Реклама самогонных аппаратов, дистилляторов, домашних пивоварен и иных товаров для производства алкогольной продукции возможно **только после** предварительного согласования.

1.36. Реклама юридических услуг, социальных услуг по оказанию помощи социально- незащищенным слоям населения, пенсионерам.

Реклама юридических услуг, социальных услуг по оказанию помощи социально-незащищенным слоям населения, пенсионерам, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.37. Реклама водорослей, Ламифарена (пищевые добавка)

Реклама водорослей Ламифарена, планируемая к размещению возможна **только после** предварительного согласования.

1.38. Реклама такси/агрегаторов такси

При рекламе такси необходимо предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов,иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- разрешение. на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси.

При рекламе агрегатора такси необходимо обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя с подтверждением того, что он сам не оказывает услуги поперевозке и гарантией заключения договоров с компаниями/водителями, имеющими разрешение на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси.

Приложение №4 к Публичной оферте ООО «Галерея Медиа»

На оказание услуг по размещению рекламы

Список запрашиваемых Исполнителем копий документов

В соответствии с п.3.1. договора Публичной оферты Исполнитель имеет право запросить у Заказчика предоставить посредством электронной почты копии документов Заказчика, которые могут позволить Исполнителю определить правоспособность, дееспособность Заказчика и иные правоустанавливающие документы. Целью данной процедуры является проверка правосубъектности контрагентов, а также подтверждение должной осмотрительности и осторожности Исполнителя как добросовестного налогоплательщика, выбирающего будущих и периодически оценивающего существующих партнеров.

Список документов:

1. **Юридические лица:**

- Свидетельство о государственной регистрации общества (ОГРН);
- Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (ИНН);
- Протокол собрания участников/акционеров общества (Решение), подтверждающий полномочия единоличного исполнительного органа общества;
- Устав (все страницы);
- Копия паспорта генерального директора (директора) (только страницы 3-4 с фотографией и подписью) или заверенная обслуживающим банком банковская карточка с образцом подписи.

2. **Индивидуальные предприниматели:**

- Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП);
- Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе (ИНН);
- Копия паспорта индивидуального предпринимателя (только страницы 3-4 с фотографией и подписью) или заверенная обслуживающим банком банковская карточка с образцом подписи.