

УТВЕРЖДЕНО  
Правлением Автономной  
некоммерческой организации  
«Институт развития интернета»  
Протокол заседания  
от 7 октября 2022 г. № 12

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**по проведению Автономной некоммерческой организацией**  
**«Институт развития интернета» конкурсного отбора проектов**  
**социальной рекламы для некоммерческих организаций в 2022 г.**  
**(2 волна).**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящее Положение по проведению Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета» (далее – АНО «ИРИ») конкурсного отбора проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций (далее – Конкурс) принято в целях организации АНО «ИРИ» распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») социальной рекламы в соответствии с пунктом 4 части 3<sup>10</sup> Федерального закона от 13 марта 2006 г. «О рекламе» (далее – закон «О рекламе»).

1.2. Настоящее Положение разработано на основании Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 12 января 1996 г. №7-ФЗ «О некоммерческих организациях», Федерального закона «О рекламе» и Устава АНО «ИРИ».

1.3. Принципами проведения Конкурса являются:

- информационная открытость;
- привлечение широкого круга экспертов в соответствующих областях знаний;

- обеспечение независимости и беспристрастности лиц, принимающих решения;
- недопустимость коррупционных проявлений;
- недопустимость создания преимущественных условий, в том числе предоставление доступа к конфиденциальной информации, для участия в Конкурсе отдельного лица или группы лиц;
- недопустимость необоснованного ограничения доступа к участию в Конкурсе.

1.4. Производство рекламных материалов осуществляется за счет средств Победителей конкурса. Заявители, иные лица самостоятельно несут все расходы по участию в Конкурсе. АНО «ИРИ» не финансирует расходы на создание социальной рекламы. Размещение социальной рекламы по результатам проведения Конкурса осуществляется на безвозмездной основе.

1.5. Сроки определения Победителей конкурса размещаются в информационных сообщениях на Сайте.

## **2. Основные понятия, используемые в Положении**

**Конкурсный отбор проектов социальной рекламы** – конкурсный отбор Проектов для размещения на бесплатной основе в сети «Интернет».

**Комиссия по отбору социальной рекламы (Комиссия по отбору)** – формируемый Правлением АНО «ИРИ» коллегиальный орган, создаваемый в целях определения Победителей и Резервных Победителей.

**Заявка** – комплект документов Заявителя, необходимый для участия в Конкурсе, заполняемый в соответствии с требованиями, указанными в разделе 6 настоящего Положения, содержащий информацию о Проекте.

**Анкета Заявителя** – комплект документов, содержащий информацию

о Заявителе.

**Проект** – рекламная кампания социальной рекламы, которую Заявитель планирует разместить в сети «Интернет» при участии АНО «ИРИ».

**Заявитель (организация)** – российская некоммерческая организация, соответствующая требованиям, указанным в разделе 5 настоящего Положения.

**Победитель** – Заявитель Конкурса, чей Проект был рекомендован Комиссией по отбору к распространению в сети «Интернет».

**Резервный Победитель** – Заявитель, чей Проект был рекомендован Комиссией по отбору к распространению в сети «Интернет», в случае если какой-либо из Победителей не заключил или не выполнил условия Договора.

**Эксперт** – физическое лицо, с которым у АНО «ИРИ» заключен договор на проведение оценки Проектов, или работник АНО «ИРИ», на которого возложены обязанности по проведению экспертизы Проектов (далее – внешний эксперт и внутренний эксперт соответственно).

**Сайт** – официальный сайт АНО «ИРИ» в сети «Интернет»: соцреклама.ири.рф.

**Раскадровка** – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности, выполненные в соответствии с требованиями, указанными в Приложении №1 к настоящему Положению.

**Рекламное сообщение** – текст на Раскадровке, направленный на донесение до аудитории необходимой информации.

**Креатив** – визуальное оформление и Рекламное сообщение, содержащееся в Раскадровке.

**Лендинг** – сайт, на который осуществляется переход с Рекламного материала с учетом требований, указанных в Приложении №2 к настоящему Положению.

**Баннеры** – графические изображения, содержащие социальную рекламу.

**Рекламные материалы** – материалы, созданные на основе представленного на Конкурс Проекта (Лендинг, Баннеры, текстово-графические блоки и т.д.), изготовленные Победителем с учетом технических требований рекламодателей / операторов рекламных систем, требований закона «О рекламе» и требований, указанных в настоящем Положении.

**Договор** – договор между Победителем и АНО «ИРИ» по форме, указанной в Приложении №4 к настоящему Положению.

### **3. Порядок получения разъяснений по вопросам участия в Конкурсном отборе**

3.1. Заявитель, имеющий намерение подать Заявку, вправе направить запрос о разъяснениях настоящего Положения посредством формы обратной связи на Сайте. Указанный запрос должен содержать наименование Заявителя, ИНН Заявителя и адрес электронной почты, по которому должен быть направлен ответ на запрос. В отсутствие указанных сведений запрос Заявителя остается без рассмотрения. Разъяснения Положения направляются в электронном виде на адрес электронной почты, указанный в запросе.

3.2. Подготовка разъяснений Положения осуществляется работниками АНО «ИРИ». Разъяснения по вопросам участия в Конкурсном отборе направляются Заявителю по указанному им адресу электронной почты в течение 7 (семи) рабочих дней со дня их получения АНО «ИРИ», а также могут размещаться на Сайте.

#### 4. Тематические направления

4.1. На Конкурс могут быть представлены Проекты по следующим тематическим направлениям:

а) оказание поддержки людям в трудной жизненной ситуации, в т.ч. поддержка семей участников специальной военной операции и граждан, призванных на военную службу по частичной мобилизации, а также беженцев;

б) изменение отношения общества к людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), поддержка людей с ОВЗ (в т.ч. через образование, спорт);

в) медицинская, психологическая и иная поддержка тяжелобольных людей и их близких;

г) развитие внимания к пожилым людям, изменение отношения общества к проблемам пожилых людей;

д) профилактика социального сиротства, изменение отношения общества к теме сиротства;

е) развитие добровольчества (волонтерства);

ж) развитие донорского движения по разным направлениям донорства;

з) повышение уровня экологической культуры, бережного отношения к окружающему миру;

и) профилактика алкоголизма, наркомании, а также ВИЧ, СПИДа, онкологии, инсульта и других заболеваний;

к) повышение уровня финансовой, правовой и иной грамотности населения.

л) духовно-нравственное и патриотическое воспитание и продвижение семейных ценностей;

4.2. Проекты, не соответствующие тематическим направлениям, указанным в пункте 4.1 настоящего Положения, не рассматриваются.

## **5. Требования к Заявителям**

5.1. Заявителем может быть некоммерческая организация, созданная в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5.2. Заявители должны соответствовать следующим обязательным требованиям:

5.2.1. Заявитель должен быть зарегистрирован в качестве некоммерческой организации не позднее чем за 12 (двенадцать) месяцев до даты подачи Заявки.

5.2.2. Заявитель не является иностранным юридическим лицом, учредителем некоммерческой организации не является политическая партия.

Заявителями не могут быть: саморегулируемые организации, объединения работодателей, объединения кооперативов, бюджетные учреждения, торгово-промышленные палаты, государственные или муниципальные учреждения, госкорпорации, политические партии, религиозные организации, общины коренных малочисленных народов, казачьи общества, а также некоммерческие организации, созданные субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием, государственным органом и (или) органом местного самоуправления.

5.2.3. На дату подачи Заявки в отношении Заявителя не проводятся процедуры ликвидации или банкротства в соответствии с законодательством Российской Федерации.

5.2.4. На дату подачи Заявки деятельность Заявителя не приостановлена по основаниям, предусмотренным законодательством Российской Федерации.

5.2.5. Отсутствие на момент подачи Заявки претензионно-исковой работы АНО «ИРИ», связанной с неисполнением Заявителем договорных обязательств перед АНО «ИРИ» и (или) нецелевым расходованием средств или в связи с предоставлением подложных документов и (или) недостоверной информации.

5.2.6. Наличие активного сайта в сети «Интернет», отражающего деятельность Заявителя.

5.2.7. Заявителем не осуществляются действия по заключению договора с третьими лицами, предполагающего финансирование размещения заявленного Проекта в сети «Интернет», поданного в составе Заявки за счет средств федерального, регионального и (или) местного бюджетов.

5.2.8. Социальная или благотворительная деятельность Заявителя по соответствующему направлению предусмотрена его Уставом.

## **6. Требования к Заявкам**

6.1. Ограничения по количеству поданных от одного Заявителя Заявок – один Заявитель может подать в АНО «ИРИ» не более 2 (двух) Заявок. В случае подачи более 2 (двух) Заявок одним Заявителем, рассматриваются первые 2 (две) Заявки, поступившие в АНО «ИРИ». Последующие Заявки такого Заявителя отклоняются.

6.2. Заявка и все приложенные к ней документы должны быть составлены на русском языке, заполнены разборчиво, должна соблюдаться содержательная логика заполнения полей. Сведения, которые содержатся в Заявках, не должны допускать двусмысленных толкований.

6.3. Заявка и представленный на Конкурс Проект должны соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Российской Федерации, включая, но не ограничиваясь, требованиям об ограничении демонстрации курения табака, употребления

алкогольной продукции и использования ненормативной лексики; запрет пропаганды наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров; запрет пропаганды или агитации, возбуждающих социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду; пропаганда экстремистской деятельности и использования экстремистских материалов; порнографии; отсутствие информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам государственной власти и/или местного самоуправления.

Также представленные на Конкурс Заявка и Проект не должны нарушать права третьих лиц, включая, но не ограничиваясь, достоинство личности, честь и доброе имя, деловую репутацию, неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну и другие нематериальные блага.

Заявитель гарантирует наличие согласия гражданина в случае использования в Проекте изображения гражданина (в том числе его фотографии или произведения изобразительного искусства, а также аудиовизуального и иных подобных произведений, в которых он изображен).

6.4. Цель, ожидаемый результат Проекта не могут быть исключительно посвящены сбору средств, а также прямой имиджевой рекламе конкретного Заявителя.

6.5. Целевая аудитория Проекта не может быть младше 18 лет.

6.6. Заявителю перед подачей Заявки, необходимо заполнить или обновить Анкету Заявителя. К Анкете должны быть приложены, в том числе, следующие документы и информация в актуальном виде:

6.6.1. Документы:

– Устав в последней редакции;



– документ, подтверждающий наличие полномочий лица, подписавшего Заявку, действовать от имени Заявителя в рамках Конкурса.

#### 6.6.2. Информация о Заявителе (организации), включая:

- описание деятельности организации;
- географию работы организации;
- адрес официального сайта организации в сети «Интернет»;
- ссылки на социальные сети организации в сети «Интернет»;
- информацию об опыте реализации проектов социальной направленности;
- опыт участия в конкурсах, грантовых программах;
- наличие опыта проведения рекламных кампаний.

6.6.3. Заявка, поданная в электронном виде, содержит следующие документы и информацию:

##### а) о цели и тематике Проекта, что включает в себя:

- название Проекта;
- выбранное тематическое направление;
- цели размещения социальной рекламы;
- описание актуальности проблемы, на которую направлена социальная реклама.
- ожидаемый результат от проведения рекламной кампании.

##### б) о параметрах размещения социальной рекламы, что включает в себя:

- географию рекламной кампании;
- целевую аудиторию рекламной кампании;
- желаемый период размещения.

в) о Креативах Баннеров, что включает себя:

– Раскадровку, подготовленную в формате .ppt, по шаблону, указанному в Приложении №1 к настоящему Положению

– информацию о законности использования Рекламных материалов, используемых в Заявке и иную информацию, относящуюся к использованию данных Рекламных материалов ранее.

г) о Лендинге, что включает в себя:

– указатель страницы сайта в сети «Интернет», на котором размещен Лендинг или макет Лендинга в соответствии с требованиями, указанными в Приложении №2.

– гарантийное письмо или договор о спонсорстве в случае, если на Раскадровке или Лендинге есть упоминания коммерческих юридических лиц.

д) выписку из ЕГРЮЛ, полученную не ранее чем за 30 дней до даты подачи Заявки.

6.7. Заявленная социальная реклама должна иметь федеральный охват, быть актуальна для пользователей минимум 20 (двадцати) субъектов Российской Федерации.

6.8. АНО «ИРИ» при установлении факта недобросовестного поведения Заявителя вправе отклонить Заявку такого Заявителя и не принимать к рассмотрению другие Заявки, поданные этим же Заявителем. Под недобросовестным поведением понимается, включая, но не ограничиваясь, такое поведение, которое направлено на затягивание и срыв Конкурса, подача Заявки без реального намерения реализовать Проект и (или) заключить Договор по итогам проведения Конкурса, неоднократная подача аналогичных заявок одним Заявителем, иные недобросовестные действия.

6.9. При подаче Заявки в электронном виде Заявитель несет ответственность за достоверность прилагаемых к Заявке документов. При этом в случае возникновения у АНО «ИРИ» сомнений в подлинности представленных в электронном виде документов АНО «ИРИ» вправе запросить оригиналы соответствующих документов на бумажном носителе.

## **7. Подача Заявок на участие в Конкурсе**

7.1. Для участия в Конкурсе Заявитель подает Заявку в соответствии с требованиями Положения.

7.2. Заявка должна быть подана в электронном виде через специальный раздел на Сайте. К Заявке должны быть приложены сканированные образы документов, предусмотренные Заявкой Конкурса.

7.3. Заявка на участие в Конкурсе должна быть представлена в течение срока приема Заявок на участие в конкурсе.

**Дата начала приема Заявок – 17 октября 2022 г.**

**Дата окончания приема Заявок – до 23:30 по московскому времени 30 ноября 2022 г.** Информация и документы, поступившие в АНО «ИРИ» после указанного времени, не учитываются и не рассматриваются, за исключением информации и документов, которые запрошены у Заявителя АНО «ИРИ».

АНО «ИРИ» вправе продлить срок окончания приема Заявок, о чем размещается информационное сообщение на Сайте.

7.4. Заявитель вправе по собственной инициативе до окончания этапа приема Заявок отозвать ранее поданную Заявку в электронном виде через специальный раздел на Сайте.

7.5. Для подтверждения подачи Заявки на участие в Конкурсном отборе к Заявке прилагается сканированный образ собственноручно подписанного

уполномоченным представителем Заявителя документа по форме, установленной Приложением №3 к настоящему Положению.

## **8. Прием и предварительная проверка Заявок и Заявителей на соответствие требованиям**

8.1. Заявка регистрируется и в течение 7 (семи) рабочих дней со дня представления Заявки рассматривается АНО «ИРИ».

8.2. АНО «ИРИ» рассматривает поступившие Заявки и определяет:

– соответствие Проекта выбранному тематическому направлению, установленному в п 4.1 настоящего Положения;

– соответствие Заявителя требованиям, которые устанавливаются в разделе 5, а также соответствие Заявки требованиям раздела 6 настоящего Положения.

– соответствие Заявителя и Заявки требованиям, указанным в Приложениях к настоящему Положению.

– добросовестность или недобросовестность поведения Заявителя при подаче Заявки.

8.3. АНО «ИРИ» анализирует содержание представленных Заявителями Проектов на соответствие Раскадровки и Лендинга целям размещения и требованиям законодательства Российской Федерации к социальной рекламе, полноту заполнения Заявки.

8.4. В случае несоответствия Заявителя и (или) Заявки требованиям настоящего Положения Заявка отклоняется АНО «ИРИ», о чем Заявитель уведомляется в личном кабинете Заявителя на Сайте и по электронной почте, указанной в Заявке. Уведомление об отклонении заявки на Сайте должно содержать основания ее отклонения. Отклонение Заявки АНО «ИРИ» не является препятствием для повторного направления Заявки,

за исключением случаев недобросовестного поведения Заявителя.

8.5. По результатам рассмотрения Проекта АНО «ИРИ» вправе направить Заявку на доработку Заявителю с указанием выявленных недостатков и сроков для их устранения не позднее срока окончания подачи Заявок. В таком случае Заявитель вправе посредством Сайта внести изменения в Заявку и повторно направить Заявку на рассмотрение в течение указанного срока для устранения недостатков. В случае, если Заявка возвращается с доработки 3 (третий) раз без устраненных недостатков, такой Проект отклоняется.

8.6. АНО «ИРИ» вправе проводить дополнительные проверки Заявителя в части деловой репутации и передавать данную информацию к дальнейшему рассмотрению Экспертами и Комиссии по отбору.

8.7. В случае соответствия Заявителя и Заявки всем требованиям настоящего Положения Заявка принимается к дальнейшему рассмотрению Экспертами.

8.8. АНО «ИРИ» вправе в течение всего срока Конкурса запросить у Заявителя разъяснения, необходимые для рассмотрения Заявки и последующего определения Победителей конкурса.

## **9. Рассмотрение Заявок**

9.1. Для обеспечения независимой и профессиональной оценки Проектов к рассмотрению Заявок привлекаются Эксперты. Состав Экспертов Конкурса формируется АНО «ИРИ» и не подлежит разглашению.

9.2. Проекты Заявителей, Заявки которых соответствуют требованиям настоящего Положения, направляются на рассмотрение Экспертам.

9.3. Заявки, направленные Экспертам, оцениваются по следующим критериям:

Блок	Критерий
I. Федеральный масштаб и значимость социальной рекламы	1.1. Представленный Проект актуален для размещения на федеральном уровне в сети Интернет, имеет широкую целевую аудиторию и географию.
II. Эффективность социальной рекламы	2.1. Социальная реклама эффективно достигает одну из целей: меняет отношение общества к проблеме, формирует знание о проблеме, решает социальную проблему. Заявленная социальная реклама полезна и может иметь реальный эффект для массовой аудитории.
III. Рекламное сообщение	3.1. Рекламное сообщение понятно, полностью доносит ключевую мысль без перехода на сайт. Рекламное сообщение привлекает внимание, интересно.
IV. Визуальная подача и качество реализации Раскадровки	4.1. Раскадровка адаптирована под формат рекламы в сети «Интернет», выполнена современно и на качественном художественном и техническом уровне. Визуальная составляющая логична для данного Рекламного сообщения. Присутствует креативная составляющая.
V. Лендинг	5.1. Лендинг содержит развернутую, логичную и полную информацию по заявленной теме и

	решает заявленные цели кампании. Лендинг выполнен современно с точки зрения подачи информации и дизайна.
--	--

Эксперты рассматривают поступившие Проекты путем заполнения опросных форм и формирования заключений и оценок по каждому из критериев, а также одного общего заключения. При наличии технической возможности формы заполняются с использованием программно-аппаратных средств, предоставленных АНО «ИРИ».

9.4. Каждый Проект рассматривается не менее чем двумя Экспертами, один из которых не является сотрудником АНО «ИРИ». В случае расхождения заключений Экспертов назначается третий Эксперт, не являющийся работником АНО «ИРИ».

9.5. В случае, если Проект имеет два отрицательных заключения, такой Проект выбывает из Конкурса.

9.6. На основании оценок и положительных заключений Экспертов АНО «ИРИ» формируются рейтинги Проектов для направления секретарю Комиссии по отбору.

## **10. Определение Победителей Конкурса.**

10.1. Секретарь Комиссии по отбору не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня получения материалов от АНО «ИРИ» направляет полученные материалы для предварительного ознакомления Председателю.

10.2. Председатель Комиссии по отбору организует проведение заседаний Комиссии по отбору по вопросу рассмотрения Проектов в срок не позднее 5 (пяти) рабочих дней со дня получения списков Проектов от секретаря Комиссии.

10.3. Комиссия по отбору рассматривает поступившие списки Проектов, прошедших экспертизу, и путем голосования ее членов определяет Победителей Конкурса и Резервных Победителей Конкурса при необходимости.

10.4. Списки Победителей и Резервных Победителей Конкурса публикуются на Сайте не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня принятия решения Комиссии по отбору.

10.5. Порядок организации и проведения заседаний Комиссии по отбору определяется в Положении о Комиссии по отбору, утверждаемом Правлением АНО «ИРИ».

10.6. Комиссия по отбору вправе принять самостоятельное решение о выборе Победителей и Резервных Победителей, опираясь на рекомендации Экспертов.

10.7. В случае размещения социальной рекламы АНО «ИРИ» Победитель обязан исключить размещение в Рекламных материалах информации коммерческой направленности, включая любую информацию о спонсорстве коммерческими компаниями или предоставить договор о спонсорстве с данными коммерческими юридическими лицами.

10.8. АНО «ИРИ» вправе в любое время до окончания срока определения Победителей отказаться от проведения Конкурса без возмещения Заявителям каких-либо расходов, убытков или ущерба, понесенных ими в связи с таким отказом. Информация об отказе от проведения Конкурса размещается на Сайте в течение 1 (одного) рабочего дня, следующего за днем принятия решения об отказе от проведения Конкурса.

10.9. Изменения сроков объявления Победителей конкурса может осуществляться в любое время по решению АНО «ИРИ». Об изменении таких сроков Заявители конкурса информируются путем размещения соответствующей информации на Сайте.



## **11. Заключительные положения**

11.1. Настоящее Положение вступает в силу с даты его утверждения.

11.2. Настоящее Положение и изменения к нему подлежат обязательному опубликованию на Сайте.

### **Требования к Раскадровке для Заявителей**

1. На Конкурс предоставляется Раскадровка. Это может быть как один кадр, так и несколько кадров Баннера (предпочтительнее). Иные форматы (Раскадровка видеоролика, фото, отдельные тексты и т.д.) не принимаются. Раскадровка должна быть читаема.

2. В Раскадровке допускается загрузка только одного Креатива по форме, указанной в Дополнении к Приложению №1 и размещенной в Методических материалах в формате ppt. Желательный формат Раскадровки – размер каждого кадра 240x400 (jpeg, png).

3. Контент и дизайн Раскадровки должны соответствовать тематике, представленной на Конкурс из числа тематических направлений Конкурса, и отвечать заявленной цели рекламной кампании.

4. Раскадровка должна быть посвящена только благотворительным или социальным проектам.

5. Раскадровка не может быть посвящена сбору товаров (вещей) и (или) денежных средств).

6. На Раскадровке не допускается наличие признаков коммерческой, политической, религиозной рекламы, в том числе скрытой, а также наличия заведомо ложных данных, не соответствующих действительности.

7. Раскадровка должна быть читаемой, логично связанной, не должна содержать угрозы, запугивания, яркие натуралистичные и провокационные образы (давление на жалость, агрессивные требования).

8. На Раскадровке не допускается формулировка текста Рекламного сообщения на иностранном языке.

{Укажите название рекламной кампании}

Заявитель: {Укажите юрлицо}

Раскадровка – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности.

Рекламное сообщение – текст на раскадровке, информация, которую вы хотите донести до аудитории.

В Раскадровке желательно использовать от 2 до 4 кадров, а также рекомендуем ограничить текст Рекламного сообщения до 5 слов.

Соотношение сторон для кадров – вертикальный формат, желательно 240x400. Формат – jpeg, png.

Ниже представлен шаблон. Вставьте в него свою Раскадровку. Укажите название рекламной кампании и Заявителя в шапке презентации. Загрузите файл ppt с вашей Раскадровкой в поле Заявки.

**! Внимание. Вы можете выбрать лишь 1 основной Креатив. Для загрузки нового Креатива вам необходимо будет заполнить новую заявку.**



Кадр 1



Кадр 2



Кадр 3



Кадр 4

### **Требования к Лендингу для Заявителей**

Лендингом может быть одностраничный сайт (или его часть, зафиксированная с помощью якоря<sup>1</sup>) или специально созданная страница в рамках многостраничного сайта. Не может быть Лендингом страница в социальных сетях.

1. Контент Лендинга должен соответствовать тематике, представленной на Конкурс Раскадровки из числа тематических направлений Конкурса, отвечать заявленной цели рекламной кампании.

2. Вся размещенная на Лендинге информация должна быть посвящена только благотворительным или социальным проектам.

3. Лендинг должен принадлежать Заявителю или у Заявителя должно быть разрешение правообладателя на использование данного Лендинга.

4. Контент о сборе товаров (вещей) и (или) денежных средств может занимать не более 50% от площади Лендинга. Контент о сборе товаров (вещей) и (или) денежных средств при этом должен быть расположен внизу или сбоку от основного тематического контента социальной рекламы.

5. На Лендинге не допускается наличие признаков коммерческой, политической, религиозной рекламы, в том числе скрытой, а также наличие заведомо ложных данных, не соответствующих действительности.

В частности, запрещается рекомендовать коммерческие организации или сообщать о сотрудничестве с ними (при отсутствии естественной органической связи с Проектом), сообщать о собственной коммерческой деятельности или деятельности спонсора проекта/фонда, включая указание ссылок на сторонние сайты с такой информацией, в том случае если данная организация не является спонсором рекламируемого благотворительного/социального проекта и есть документы, подтверждающие статус спонсора (спонсорский договор).

---

<sup>1</sup> HTML якоря – это элементы навигации по веб-странице. Их можно использовать для перемещения в определенную часть страницы, на которой будет располагаться нужная информация.

Информация о спонсоре при этом должна быть краткой и описывать только сам факт сотрудничества.

6. На Лендинге не допускается реклама третьих лиц.

7. Контент Лендинга не должен содержать угрозы, запугивания, яркие натуралистичные и провокационные образы, вызывающие сильные негативные эмоции (давление на жалость, агрессивные требования).

8. Если цель рекламной кампании – решение проблемы через вовлечение в онлайн-конкурсы, акции, флешмобы, необходимо обязательно указать этапы и условия проведения мероприятия.

9. Контент Лендинга должен быть понятен для обывателя. Минимизируйте наличие специальной терминологии, замените термины синонимами, понятными для обывателя.

10. Лендинг должен быть работоспособен, корректно работать как на десктопной, так и на мобильной версии, иметь возможность установки счетчика.

**ФОРМА****Подтверждение подачи заявки № \_\_\_\_\_**

**на участие в конкурсном отборе проектов социальной рекламы  
для размещения в сети «Интернет», проводимой Автономной  
некоммерческой организацией «Институт развития интернета»**

1.	Наименование Заявителя (полное)	
2.	Наименование Заявителя (сокращенное)	
3.	ИНН Заявителя	

Настоящим Заявитель подтверждает подачу заявки на участие в проводимом Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета» (далее – АНО «ИРИ») конкурсном отборе проектов социальной рекламы в 2022 года (II волна) для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Конкурсный отбор), заполненной в электронной форме на официальном сайте АНО «ИРИ» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: соцреклама.ири.рф (далее – Заявка, официальный сайт)<sup>2</sup>.

4.	Тематическое направление социальной рекламы, в рамках	
----	--	--

<sup>2</sup> К настоящему подтверждению должна быть приложена копия документа, подтверждающего полномочия лица, действующего от имени Заявителя, кроме случая, когда от имени Заявителя действует единоличный исполнительный орган Заявителя – юридического лица.

	которого планируется рекламная кампания	
5.	Название рекламной кампании	

Подписывая настоящий документ, Заявитель подтверждает, что:

- ознакомлен с Положением о Конкурсном отборе, размещенном на официальном сайте;
- ознакомлен с проектом Договора, размещенном в Приложении №4 Положения;
- ознакомлен и согласен со всеми условиями проведения Конкурсного отбора;
- в рекламных и иных материалах, представленных на Конкурсный отбор, отсутствуют нарушения требований законодательства Российской Федерации;
- соблюдена актуальность и достоверность сведений и информации, а также подлинность документов, представленных в составе Заявки;
- права на все материалы, содержащиеся в Раскадровке и используемые в Рекламных материалах, к моменту предоставления Рекламных материалов будут принадлежать Заявителю. Предоставленные Рекламные материалы не будут нарушать прав третьих лиц;
- в Заявке отсутствует информация, использование которой нарушает требования законодательства Российской Федерации;
- осознает и согласен с тем, что АНО «ИРИ» не компенсирует участникам Конкурсного отбора расходы, связанные с подготовкой рекламных и иных материалов для участия в Конкурсном отборе или участие в нем, в том числе в случае его отмены;

- Заявитель соответствует всем указанным в Положении о конкурсе требованиям, предъявляемым к участникам Конкурсного отбора;
- деятельность Заявителя не приостановлена по основаниям, предусмотренным законодательством Российской Федерации;
- Заявителем не осуществляются действия по заключению договора с третьими лицами, предполагающего финансирование размещения заявленной рекламной кампании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», поданной в составе заявки на участие в Конкурсном отборе, за счет средств федерального, регионального и (или) местного бюджетов;
- на дату подачи Заявки финансирование размещения заявленной рекламной кампании в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» не осуществляется путем привлечения средств федерального, регионального и (или) местного бюджетов;
- подтверждает, что в Заявке отсутствуют персональные данные, предоставление и обработка которых осуществляется с нарушением требований законодательства Российской Федерации.

Подписывая настоящий документ, Заявитель обязуется:

- не вносить в электронные формы, размещенные на официальном сайте, в информационную систему, обеспечивающую процедуру подготовки и проведения Конкурсного отбора, доступ к которой осуществляется через официальный сайт (далее – информационная система), информацию, использование которой нарушает требования законодательства Российской Федерации (в том числе обработка которой нарушает права субъектов персональных данных);
- не использовать официальный сайт АНО «ИРИ», информационную систему для осуществления деятельности, которая нарушает требования законодательства Российской Федерации;



- вносить в информационную систему достоверные сведения о Заявителе для идентификации Заявителя как пользователя информационной системы с использованием ключа простой электронной подписи (сочетания уникального идентификатора (e-mail) и пароля для доступа к информационной системе) электронные документы;
- соблюдать конфиденциальность ключа простой электронной подписи (сочетания уникального идентификатора (e-mail) и пароля для доступа к информационной системе) и при возникновении обстоятельств, дающих основание полагать, что данный ключ и (или) пароль для доступа к информационной системе мог стать известен другому лицу, незамедлительно изменить пароль и (или) незамедлительно сообщить об этом АНО «ИРИ».
- В случае победы в Конкурсе, заключить с АНО «ИРИ» Договор, указанный в Приложении №4 Положения.

Настоящим Заявитель подтверждает свое согласие:

- на признание Заявителя участником электронного взаимодействия, признание информации в электронной форме, внесенной Заявителем в электронные формы, размещенные на официальном сайте, информационную систему с использованием универсального идентификатора (адреса электронной почты) и пароля, электронным документом, равнозначным документу на бумажном носителе, подписанному собственноручной подписью, а также на признание сочетания указанных идентификатора и пароля ключом простой электронной подписи (простая электронная подпись проверяется посредством доступа к информационной системе с использованием идентификатора и пароля – входа в личный кабинет на официальном сайте);
- на размещение информации и сведений, содержащихся в Заявке,

для всеобщего сведения на официальном сайте, других сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и в средствах массовой информации;

- на проведение дополнительных проверок в отношении Заявителя.

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

(подпись)

(расшифровка)

М.П.

## Договор № \_\_\_\_\_

г. Москва

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_

г.

\_\_\_\_\_, именуем\_\_ в дальнейшем «Рекламодатель», в лице \_\_\_\_\_, действующе\_ на основании \_\_\_\_\_, с одной стороны, и

**Автономная некоммерческая организация «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ»)**, именуемая в дальнейшем «Оператор», в лице заместителя Генерального директора по социальной рекламе Воронкова Андрея Владимировича, действующего на основании доверенности от 1 февраля 2022 г. № 2, с другой стороны,

вместе также именуемые «Стороны» и «Сторона» по отдельности, заключили настоящий договор (далее – Договор) о нижеследующем:

Для целей Договора используемые в Договоре понятия имеют следующие значения:

**Оператор** – некоммерческая организация, определенная в качестве оператора социальной рекламы распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 июля 2021 г. № 1907-р, в соответствии с Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

**Конкурс** – конкурсные отборы проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций, проводимые Оператором в сети «Интернет» на сайте соцреклама.ири.рф.

**Рекламодатель** – лицо, определенное победителем в рамках соответствующего Конкурса, социальную рекламу которого Размещает Оператор. Рекламодатель должен являться правообладателем Рекламных материалов и Лендинга или использовать их на основании соответствующего разрешения правообладателя.

**Рекламная кампания** – Размещение Рекламных материалов, объединенных единой коммуникационной целью, в согласованный Период размещения.

**Рекламное место** – область информационного ресурса (сайта)/программы для ЭВМ, в том числе для мобильных устройств (далее совместно – Информационный ресурс), отведенная для Размещения.

**Раскадровка** – текстовые, графические и иные материалы, соответствующие требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе» к социальной рекламе и отобранные для Размещения в порядке, предусмотренном соответствующим Конкурсом. Раскадровка содержит изображения, на которых представлены все слайды будущих Рекламных материалов в необходимой последовательности.

**Рекламные материалы (Макеты)** – текстовые, графические и иные материалы, соответствующие требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе» к социальной рекламе, подготовленные на основании Раскадровки, соответствующие Критериям отнесения информации, распространяемой в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к социальной рекламе в целях определения объема социальной рекламы, предусмотренного частью 3 статьи 10 Федерального закона «О рекламе», утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 16 декабря 2021 г. № 2312 (далее – Критерии), а также требованиям, установленным Договором и подлежащие Размещению в сети «Интернет» на основании Договора.

**Рекламная ссылка** – текстовая ссылка или графическое изображение, которые переадресуют обратившихся к ней пользователей сети «Интернет» на Лендинг.

**Лендинг** – страница информационного ресурса (сайта) в сети «Интернет», на которую ведет Рекламная ссылка, отобранная для Размещения в порядке, предусмотренном соответствующим Конкурсом.

**Размещение** – распространение/Показ Рекламных материалов в течение Периода размещения.

**Период размещения** – период времени, в течение которого Рекламные материалы размещаются на Рекламном месте.

**Показ** – отображение/демонстрация Рекламных материалов на Рекламных местах.

**Электронная система** – информационный ресурс Оператора, доступный в сети «Интернет» по адресу соцреклама.ири.рф, предоставляющий Рекламодателю доступ в личный кабинет для регистрации и подачи заявки на соответствующий Конкурс.

**Отчетный период** – календарный месяц, в котором осуществлялось Размещение. При этом первый Отчетный период равен периоду времени со дня начала Размещения до истечения первого календарного месяца с начала Размещения. В случае прекращения Договора по любым основаниям, последний Отчетный период равен периоду со дня начала календарного месяца, в котором осуществлялось Размещение, до даты прекращения Договора в этом календарном месяце.

В Договоре могут использоваться иные термины, не определенные в настоящем разделе, толкование которых осуществляется в соответствии с текстом Договора и нормативными правовыми актами Российской Федерации. В случае отсутствия однозначного толкования термина в тексте Договора и в нормативных правовых актах Российской Федерации следует руководствоваться толкованием термина, сложившимся в практике делового оборота.

## 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. В соответствии с условиями Конкурса Оператор в рамках Договора обязуется оказать Рекламодателю услуги по Размещению социальной рекламы (соответствующей заявке Рекламодателя, поданной на Конкурс) на Рекламных местах в порядке и сроки, установленные Договором и приложениями, составленными по форме, указанной в приложении № 1 к Договору (далее – Приложение), а Рекламодаделец обязуется принять услуги Оператора в соответствии с условиями Договора.

1.2. Услуги, указанные в пункте 1.1 Договора, оказываются Оператором в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» безвозмездно (без внесения платы Рекламодателем или иного встречного предоставления в пользу Оператора) и не облагаются НДС на основании подпункта 32 пункта 3 статьи 149 Налогового Кодекса Российской Федерации.

## 2. ПОРЯДОК ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

2.1. Рекламодаделец в срок не менее чем за 16 (шестнадцать) рабочих дней до начала Периода размещения, если иной срок не согласован Сторонами в соответствующем Приложении к Договору, предоставляет в личный кабинет Электронной системы (при наличии технической возможности) или на электронную почту Оператора, указанную в разделе 14 Договора (далее – электронная почта Оператора), Рекламные материалы, подготовленные на основании Раскадровки, и Рекламные ссылки, соответствующие заявке на Конкурс, а также требованиям, согласованным Сторонами для каждой формы Размещения в соответствующих Приложениях к Договору.

2.2. В случае если Рекламодаделец хочет внести правки в Раскадровку и/или Лендинг, Рекламодаделец вправе по согласованию с Оператором внести незначительные правки, не изменяющие концепцию и/или художественное наполнение материалов и не влияющие на целостность их восприятия (далее – Незначительные правки). В указанном случае Рекламодаделец должен предоставить Раскадровку и/или Лендинг с изменениями не позднее чем за 20 (двадцать) рабочих дней до начала Периода размещения путем их направления на электронную почту Оператора, если соответствующим Приложением не предусмотрен иной срок.

2.3. Оператор также вправе потребовать внесения Незначительных правок в Раскадровку и/или Лендинг в целях обеспечения соблюдения требований, установленных пунктами 2.6 и 2.7 Договора. В указанном случае Рекламодаделец должен предоставить измененные материалы в порядке и в сроки, предусмотренные пунктом 2.2 Договора.

2.4. Оператор в течение 2 (двух) рабочих дней с даты получения измененных в порядке пунктов 2.2 и 2.3 Договора Раскадровки и/или Лендинга рассматривает их и принимает решение

о принятии или отклонении указанных материалов. В случае если Оператор не принимает Незначительные правки Рекламодателя или Рекламодатель не выполняет требования Оператора по внесению Незначительных правок, Оператор вправе в одностороннем порядке изменить условия Размещения в соответствующем Приложении.

2.5. Одновременно с предоставлением Рекламных материалов и Рекламных ссылок в порядке, предусмотренном пунктом 2.1 Договора, Рекламодатель предоставляет Оператору сканированный образ специального разрешения (лицензии), отсканированного с оригинала в цвете и сохраненного в формате PDF, если социальная реклама направлена на рекламирование деятельности Рекламодателя, для осуществления которой в соответствии с законодательством Российской Федерации необходимо такое специальное разрешение (лицензия). Оператор вправе потребовать от Рекламодателя предоставления документов (копий документов) на бумажном носителе. В этом случае все предоставляемые документы должны быть заверены надлежащим образом и предоставлены по адресу Оператора, указанному в разделе 14 Договора.

2.6. Оператор до начала Размещения осуществляет проверку полученных от Рекламодателя Рекламных материалов на предмет их соответствия Раскадровке, а также соответствие Рекламных материалов и Лендинга требованиям и условиям соответствующих Приложений к Договору и требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе» к социальной рекламе, которая:

- должна быть направлена на достижение одной или нескольких благотворительных и общественно полезных целей, целей обеспечения интересов государства, предусмотренных Критериями;

- не должна содержать упоминания о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, когда такое упоминание допускается в соответствии с законодательством Российской Федерации;

- не должна допускать использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия;

- должна быть достоверной и соответствовать заявленным целям.

2.7. В ходе проверки Рекламных материалов и Рекламных ссылок Оператором также учитываются:

- технические требования, редакционная политика и правила пользования Информационного ресурса, на котором планируется Размещение;

- творческая и художественная концепция социальной рекламы;

- сложившаяся практика рассмотрения административных и судебных дел, связанных с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе.

2.8. При наличии сомнений в соответствии представленных Рекламодателем Рекламных материалов и Рекламных ссылок условиям пунктов 2.6 и 2.7 Договора, Оператор вправе запросить у Рекламодателя дополнительные документы, подтверждающие:

- соответствие Рекламных материалов требованиям Федерального закона «О рекламе»;

- достоверность социальной рекламы и ее соответствие заявленным целям;

- документы (копии документов), подтверждающие, что Рекламодатель является правообладателем Рекламных материалов и Лендинга или использует их на основании соответствующего разрешения от правообладателя.

Рекламодатель обязан представить Оператору запрошенные документы на электронную почту Оператора, в срок не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня получения соответствующего запроса Оператора об их предоставлении, направленного на электронную почту Рекламодателя с доменным именем, указанным в разделе 14 Договора.

2.9. Оператор вправе в любое время в одностороннем порядке изменить условия Размещения, предусмотренные Приложениями к Договору, в соответствии с пунктом 2.20 Договора.

2.10. Оператор осуществляет проверку предоставленных Рекламодателем Рекламных материалов, Рекламных ссылок, Лендинга и документов в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня их получения от Рекламодателя.

2.11. По итогам проверки предоставленных Рекламодателем Рекламных материалов, Рекламных ссылок, Лендинга и документов Оператор вправе отказать Рекламодателю в Размещении в случаях:

- несоответствия Рекламных материалов и Рекламных ссылок условиям пунктов 2.6 и 2.7 Договора;

- если представленные Рекламодателем документы не подтверждают, что Рекламодаделец является правообладателем Рекламных материалов и Лендинга или использует их на основании соответствующего разрешения их правообладателя;

- непредставления копии специального разрешения (лицензии), если социальная реклама направлена на рекламирование деятельности Рекламодателя, для осуществления которой в соответствии с законодательством Российской Федерации необходимо такое специальное разрешение (лицензия);

- несоответствия Макета и Рекламной ссылки требованиям, установленным соответствующим Приложением к Договору (или) и отсутствия приложенной Рекламной ссылки;

- несоответствия контента Лендинга тематике, заявленной в Макете;

- несоответствия Макета техническим требованиям, редакционной политике и правилам пользования Информационного ресурса, на котором планируется Размещение;

- несоответствия по концепции и художественному наполнению Раскадровки и Лендинга;

- несоответствия Рекламных материалов Раскадровке, отобранной для Размещения в порядке, предусмотренном соответствующим Конкурсом;

- наличия рисков привлечения Оператора к административной ответственности за Размещение;

- если предоставленные Рекламодателем дополнительные документы не сняли сомнения Оператора в соответствии Рекламных материалов и Лендинга требованиям Федерального закона «О рекламе» и (или) достоверности социальной рекламы и ее соответствие заявленным целям.

2.12. Оператор не позднее 1 (одного) рабочего дня со дня истечения срока проверки, указанного в пункте 2.10 Договора, принимает решение и уведомляет Рекламодателя на электронную почту Рекламодателя с доменным именем, указанным в разделе 14 Договора, о принятии Рекламных материалов и Рекламных ссылок к Размещению или об отказе в Размещении с указанием недостатков (несоответствий), послуживших причиной отказа.

2.13. Рекламодаделец в течение 2 (двух) рабочих дней со дня получения уведомления Оператора об отказе в Размещении устраняет недостатки (несоответствия), послужившие причиной отказа, и предоставляет Оператору доработанные Рекламные материалы и (или) Лендинг для их рассмотрения либо в тот же срок письменно уведомляет Оператора об отказе от Размещения.

2.14. Оператор в течение 2 (двух) рабочих дней со дня поступления доработанных Рекламных материалов и/или Лендинга проверяет Рекламные материалы и/или Рекламные ссылки на соответствие условиям Договора и соответствующему Приложению и уведомляет Рекламодателя о принятом решении в порядке, предусмотренном пунктом 2.12 Договора.

2.15. Если Рекламодаделец в течение срока, указанного в пункте 2.13 Договора, не представил Оператору доработанные Рекламные материалы и/или Лендинг или не уведомил Оператора об отказе от Размещения, то Оператор вправе отказать от Размещения и расторгнуть Договор в одностороннем внесудебном порядке без выплаты Рекламодателю каких-либо штрафных санкций или возмещения убытков.

2.16. Отказ Оператора в Размещении не является запретом на представление Рекламодателем Рекламных материалов, Рекламных ссылок и документов для Размещения повторно, при условии устранения недостатков (несоответствий), послуживших причиной отказа.

2.17. Рекламодаделец по согласованию с Оператором (и при наличии технической возможности) вправе до начала Рекламной кампании и в ее ходе внести Незначительные правки в Рекламные материалы, Рекламную ссылку и Лендинг. Замена Рекламных материалов, Рекламной ссылки и Лендинга в таком случае осуществляется только после их проверки Оператором в порядке, установленном пунктами 2.6, 2.7 и 2.8 Договора.

2.18. В случае необходимости изменения Периода размещения Рекламодатель направляет Оператору письменный запрос на изменение условий соответствующего Приложения к Договору.

Оператор в течение 7 (семи) рабочих дней со дня получения запроса направляет Рекламодателю ответ о возможности либо невозможности изменения Периода размещения.

В случае наличия у Оператора возможности изменения Периода размещения Стороны согласуют его дополнительно, путем внесения соответствующих изменений в соответствующее Приложение к Договору.

2.19. Оператор вправе в одностороннем порядке в любое время по своему усмотрению изменить условия Размещения, предусмотренные соответствующим Приложением, или отказаться от Размещения в случаях:

- предусмотренных пунктом 2.11 Договора;
- отклонения социальной рекламы владельцем Информационного ресурса, на котором планируется Размещение, по условиям модерации рекламодателя;
- изменения законодательства Российской Федерации, влекущего невозможность оказания услуг Рекламодателю, без выплаты Рекламодателю каких-либо штрафных санкций и (или) возмещения убытков.

Об изменении условий Размещения или об отказе от Размещения Оператор письменно уведомляет Рекламодателя в течение 1 (одного) рабочего дня со дня принятия решения об изменении условий Размещения или об отказе от Размещения.

2.20. Оператор вправе в одностороннем порядке произвести в рамках Рекламной кампании изменение Периода размещения, приостановить Размещение и (или) прекратить его, если совершение таких действий Оператором было направлено на выполнение предписания уполномоченного органа государственной власти или решения суда. Оператор письменно уведомляет Рекламодателя о получении такого предписания или решения суда в течение 3 (трех) рабочих дней со дня его получения или вступления в силу соответственно.

В этом случае Стороны согласуют новые условия Размещения, путем внесения соответствующих изменений в соответствующее Приложение, а при невозможности такого согласования расторгают Договор досрочно по соглашению Сторон.

2.21. В течение Периода размещения Рекламодатель обязуется обеспечивать работоспособность Рекламной ссылки и Лендинга, на которую ведет Рекламная ссылка, не изменять визуализацию, смысл и тематику Лендинга, на который ведет Рекламная ссылка, а также обеспечить соответствие содержания Лендинга требованиям законодательства Российской Федерации и Рекламным материалам.

2.22. На Лендинге не должны открываться дополнительные окна PopUp или PopUnder, за исключением информационных окон, не содержащих рекламы третьих лиц, а также не должна содержаться партнерская реклама.

2.23. Если Лендинг непосредственно при Размещении или в ходе Рекламной кампании не отвечает, недоступен, или открывается некорректно, Оператор вправе приостановить Размещение до исправления ошибки.

2.24. Рекламодатель обязуется в течение всего Периода размещения не изменять формат и содержание Рекламных ссылок и Лендинга без письменного согласования с Оператором. В случае несоблюдения Рекламодателем указанного условия Оператор вправе досрочно прекратить Размещение и расторгнуть Договор в одностороннем внесудебном порядке.

2.25. Оператор не позднее 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня окончания Отчетного периода, в котором проводилось Размещение, предоставляет Рекламодателю данные статистики (Отчет об оказанных услугах), подтверждающие (подтверждающий) факт Размещения Рекламных материалов, в формах, согласованных Сторонами.

### 3. ПОРЯДОК СДАЧИ-ПРИЕМКИ УСЛУГ

3.1. Оператор не позднее 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня окончания Отчетного периода, в котором проводилось Размещение, направляет Рекламодателю подписанные со своей Стороны Акты сдачи-приемки оказанных услуг в 2 (двух) экземплярах по форме приложения № 2 к Договору (далее по тексту – Акт).

3.2. Рекламодаделец обязан в течение 3 (трех) рабочих дней со дня получения экземпляров Акта подписать их и направить сканированный образ подписанного экземпляра Акта на адрес электронной почты Оператора, а также направить по адресу Оператора, указанному в разделе 14 Договора, оригинал подписанного Акта на бумажном носителе. Одновременно с этим Рекламодаделец направляет Оператору электронный носитель информации (флэш-карту), содержащий все варианты Макета.

Если Рекламодаделец в указанный срок не направил Оператору подписанный со своей стороны экземпляр Акта либо мотивированный отказ от его подписания, Акт считается подписанным Сторонами и является фактом признания надлежащего выполнения Оператором своих обязательств по Договору.

3.3. В случае возникновения спора между Сторонами при подписании Акта, спор подлежит разрешению путем переговоров.

### 4. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

4.1. Стороны подтверждают, что Рекламные материалы являются охраняемыми законом результатами интеллектуальной деятельности, использование которых без разрешения их правообладателя не допускается.

4.2. Стороны согласовали, что для Размещения Оператору не требуется получения от Рекламодателя какого-либо отдельного (дополнительного) разрешения или согласия на использование Рекламных материалов.

4.3. Стороны согласовали, что техническая адаптация Рекламных материалов для целей Размещения не является переработкой в понимании положений части 4 Гражданского кодекса Российской Федерации и не требует какого-либо отдельного разрешения или согласия правообладателя Рекламных материалов на их адаптацию.

4.4. Оказание Оператором услуг по Размещению не влечет отчуждения (перехода) к Оператору исключительного права на представленные Рекламодателем Рекламные материалы. Правообладателем Рекламных материалов остается Рекламодаделец или иной правообладатель, предоставивший Рекламодателю разрешение на их использование.

4.5. Подписывая Договор, Рекламодаделец безвозмездно предоставляет Оператору простую (неисключительную) лицензию на использование Рекламных материалов в некоммерческих целях любыми не запрещенными законом способами на территории всех стран мира на весь срок действия исключительного права. Подписание Сторонами какого-либо отдельного документа на предоставление Оператору простой (неисключительной) лицензии не требуется. Оператор не обязан предоставлять отчеты об использовании Рекламных материалов.

4.6. Рекламодаделец обязуется:

4.6.1. Урегулировать своими силами и за свой счет любые вопросы выплаты вознаграждения третьим лицам (авторам), связанные с созданием Рекламных материалов.

4.6.2. Согласовать с авторами соответствующих объектов авторских прав, что при использовании указанных объектов Оператор вправе:

- использовать указанные объекты авторских прав без указания имен их авторов (анонимно);

- осуществить обнародование указанных объектов авторских прав в социальной рекламе;

- вносить в указанные объекты авторских прав изменения, сокращения, дополнения, снабжать иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями или какими бы то ни было пояснениями в целях распространения социальной рекламы.

4.6.3. В случае предъявления третьими лицами, в том числе работниками Рекламодателя, претензий к Оператору, в том числе в административном или судебном порядке, о нарушении их интеллектуальных или иных охраняемых законом прав использованием Оператором результатов интеллектуальной деятельности, предоставленных Рекламодателем по Договору,



Рекламодатель обязуется урегулировать такие претензии своими силами и за свой счет без привлечения Оператора к их урегулированию.

4.7. В случае если судом либо административным органом в отношении Оператора будет наложена ответственность за нарушение интеллектуальных или иных охраняемых законом прав третьих лиц использованием Оператором результатов интеллектуальной деятельности, предоставленных Рекламодателем по Договору, Рекламодатель обязуется компенсировать Оператору по его требованию все документально подтвержденные убытки Оператора.

## **5. ГАРАНТИИ СТОРОН**

5.1. Рекламодатель гарантирует:

- на момент предоставления Оператору простой (неисключительной) лицензии на использование Рекламных материалов Рекламодатель будет являться правообладателем Рекламных материалов или будет иметь соответствующее разрешение на использование Рекламных материалов от их правообладателя;

- представление Оператору простой (неисключительной) лицензии на использование Рекламных материалов не будет нарушать прав или законных интересов третьих лиц;

- предоставленный им Макет будет соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации в отношении указания категорий информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в случае если такое указание необходимо;

- Рекламные материалы не будут содержать информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»;

- Рекламодатель гарантирует наличие у Рекламодателя и предоставление по запросу Оператора надлежаще заверенных копий, действующих на период Размещения лицензий, сертификатов, разрешений, деклараций и иных документов, касающихся подтверждения соответствия Размещаемой социальной рекламы законодательству Российской Федерации;

- представленные им Рекламные материалы не нарушат достоинство личности, честь и доброе имя, деловую репутацию, неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну и другие нематериальные блага;

- наличие согласия гражданина (согласие его законного представителя, если гражданин является несовершеннолетним), в случае использования в социальной рекламе изображения гражданина (в том числе его фотографии, или произведения изобразительного искусства, а также аудиовизуального и иных подобных произведений, в которых он изображен).

5.2. Заключая Договор в условиях распространения коронавирусной инфекции и принимаемых в целях борьбы с ней мер реагирования, Стороны гарантируют надлежащее и своевременное исполнение обязательств, принятых Сторонами по Договору.

## **6. ЗАВЕРЕНИЯ ОБ ОБСТОЯТЕЛЬСТВАХ**

6.1. Подписывая Договор, Рекламодатель в порядке статьи 431.2 Гражданского кодекса Российской Федерации заверяет Оператора о следующих обстоятельствах, а Оператор исходит из их достоверности при подписании Договора:

6.1.1. Рекламодатель является надлежащим образом созданным и действующим юридическим лицом в соответствии с законодательством Российской Федерации, которое имеет все необходимые права и полномочия для владения своим имуществом, осуществления своей деятельности и исполнения своих обязательств в соответствии с Договором.

6.1.2. Рекламодатель является добросовестным налогоплательщиком и исполняет свои обязательства перед бюджетами бюджетной системы Российской Федерации в полном объеме, при этом не уклоняется от уплаты налогов и сборов, не является технической организацией, не имеет задолженности по налогам и сборам, не вступает в хозяйственно-договорные отношения с «фирмами-однодневками» в понимании, изложенном в законодательстве Российской Федерации и нормативных правовых актах налогового органа.

6.1.3. Рекламодатель имеет все необходимые права и полномочия на подписание и исполнение Договора, вследствие чего его подписание и исполнение не будет противоречить и не нарушит никакие условия или положения учредительных документов Рекламодателя.

6.2. Заверения Рекламодателя, указанные в пунктах 6.1.1-6.1.3 Договора, имеют для Оператора существенное значение.

## 7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

7.1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по Договору Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации и Договором.

7.2. Ответственность за ненадлежащую социальную рекламу несет Рекламодатель в соответствии с законодательством Российской Федерации.

7.3. В случае предъявления Оператору претензий и исков относительно нарушения интеллектуальных или иных охраняемых законом прав третьих лиц использованием Рекламных материалов для целей исполнения Договора Рекламодатель принимает на себя обязательство самостоятельно и за свой счет урегулировать такие претензии и иски без привлечения Оператора к их урегулированию.

7.4. В случае нарушения Рекламодателем гарантий и заверений, указанных в разделах 5 и 6 Договора, Рекламодатель возмещает Оператору все документально подтвержденные расходы, понесенные в связи с урегулированием претензий и исков и/или убытки, включая штрафные санкции и судебные расходы.

7.5. Оператор не несет ответственности перед Рекламодателем, не выплачивает Рекламодателю каких-либо штрафных санкций и (или) не возмещает убытки за изменение Периода размещения, приостановку Размещения и (или) его прекращение, если такие действия Оператора были направлены на выполнение предписания уполномоченного органа государственной власти или решения суда.

7.6. Неисполнение Рекламодателем своих обязательств по Договору, вызванное неисполнением обязательств третьими лицами, имеющими договорные отношения с Рекламодателем, не является основанием для освобождения Рекламодателя от исполнения его обязательств по Договору и не освобождает Рекламодателя от ответственности за их неисполнение.

7.7. В случае предъявления к Оператору запросов, претензий, требований, исков и иных подобных обращений (далее – Требования), связанных с Размещением, включая вопросы, касающиеся нарушения Рекламодателем обязательств и гарантий, предусмотренных Договором, Рекламодатель обязуется приложить все необходимые усилия для урегулирования Требований своими силами и за свой счет, а в случае не урегулирования/невозможности урегулирования Требований силами и за счет Рекламодателя – компенсировать Оператору убытки, причиненные Требованиями, в полном объеме, включая штрафы, наложенные на Оператора государственными органами и (или) судом, выплаты, осуществленные Оператором в пользу владельцев Информационных ресурсов, на которых осуществлялось Размещение, а также расходы, понесенные Оператором в связи с привлечением его к участию в рассмотрении гражданского, административного и (или) уголовного дела. Оператор обязуется в срок не более 15 (пятнадцати) рабочих дней уведомить Рекламодателя о всех Требованиях, предъявляемых к Оператору.

7.8. Оператор не несет ответственности за задержку либо прекращение Размещения социальной рекламы в случае, если это вызвано ненадлежащим качеством Рекламных материалов или несоблюдения Рекламодателем согласованных Сторонами сроков их предоставления.

7.9. Оператор не несет ответственности за отклонение социальной рекламы владельцем Информационного ресурса, на котором планируется Размещение, по условиям модерации рекламораспространителя.

7.10. Все рекламации, претензии и уведомления направляются Сторонами Договора в письменном виде и рассматриваются Сторонами в течение 10 (десяти) рабочих дней со дня их получения.

## 8. КОНФИДЕНЦИАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

8.1. Стороны обязуются не разглашать информацию, являющуюся конфиденциальной, полученную любой из Сторон в ходе исполнения Договора, без предварительного письменного согласия обладателя конфиденциальной информации, за исключением предоставления такой информации по требованию органов государственной власти или суда в соответствии с законодательством Российской Федерации.

8.2. За разглашение конфиденциальной информации Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации. Обязательство о сохранении конфиденциальности не распространяется на информацию, которая является общедоступной и на социальную рекламу. Факт сотрудничества Сторон является информацией, которая может свободно распространяться каждой из Сторон.

8.3. Стороны признают, что конфиденциальной информацией являются сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и другие), в том числе о результатах интеллектуальной деятельности, сведения о способах осуществления профессиональной деятельности Сторон и иные сведения, которые имеют действительную или потенциальную ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим защиты конфиденциальной информации в виде проставления грифа «Конфиденциально» и т.п.

8.4. Стороны признают, что любые поддающиеся идентификации и оригинальные идеи, концепции, стратегии и материалы, предоставленные одной Стороной другой Стороне в ходе исполнения Договора, в любой форме и любым способом, являются конфиденциальной информацией, разглашение которой без предварительного письменного согласия ее обладателя не допускается.

## 9. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

9.1. Сторона, не исполнившая или ненадлежащим образом исполнившая обязательство по Договору, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения Договора.

9.2. К обстоятельствам непреодолимой силы относятся в том числе: объявленная или необъявленная война, гражданская война, массовые беспорядки и революции; ураганы, землетрясения, наводнения, разрушения в результате молнии; взрывы, пожары, разрушения оборудования и техники, производственных объектов и любых сооружений; забастовки и локауты в любой форме, занятие предприятий или их офисных и производственных помещений третьими лицами, оказавшие непосредственное влияние на деятельность Стороны, требующей освобождения от ответственности; сбои, возникшие в телекоммуникационных и энергетических сетях; неправомерный доступ к охраняемой законом компьютерной информации, если это повлекло уничтожение, блокирование, модификацию либо копирование компьютерной информации; воздействие на оборудование Стороны компьютерных программ, заведомо предназначенных для несанкционированного уничтожения, блокирования, модификации, копирования компьютерной информации или нейтрализации средств защиты компьютерной информации и т.п.; нормативные акты государственных органов власти, делающие невозможным исполнение обязательств и т.п.

9.3. Сторона, подвергшаяся воздействию обстоятельств форс-мажора, не несет ответственности за нарушение предусмотренных Договором обязательств, допущенное вследствие воздействий указанных обстоятельств, при условии, что она в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента возникновения таких обстоятельств известила об этом другую Сторону и в течение 10 (десяти) рабочих дней предоставила подтверждение наличия обстоятельств форс-мажора, изданное соответствующим компетентным органом власти или организацией, за исключением случаев, когда факт наличия таких обстоятельств является общеизвестным.

9.4. Если обстоятельства форс-мажора будут продолжаться более 2 (двух) месяцев, то каждая из Сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения обязательств по Договору,

и в этом случае ни одна из Сторон не будет обязана возместить другой Стороне возможные убытки.

## **10. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА И ПОРЯДОК ЕГО РАСТОРЖЕНИЯ**

10.1. Договор вступает в силу со дня его подписания уполномоченными представителями Сторон и действует по 31 декабря 2022 г. включительно (далее – «Срок действия»), либо до его расторжения по основаниям, предусмотренным Договором или законодательством Российской Федерации.

10.2. В случае если ни одна из Сторон за 30 (тридцать) календарных дней до окончания Срока действия Договора не уведомит о расторжении другую Сторону, то Договор автоматически пролонгируется на следующий календарный год и далее – на последующие годичные сроки на тех же условиях.

10.3. В случае расторжения Договора по инициативе одной из Сторон до окончания его Срока действия, Сторона – инициатор расторжения направляет другой Стороне письменное уведомление о расторжении Договора за 30 (тридцать) календарных дней до предполагаемой даты его расторжения, если иной срок уведомления при наступлении обстоятельств, послуживших причиной расторжения Договора, не предусмотрен соответствующими пунктами Договора.

10.4. Прекращение действия Договора не освобождает Стороны от ответственности за нарушение его условий.

10.5. Права и обязанности Сторон полностью остаются в силе в течение периода действия уведомления о расторжении, включая осуществление Размещения.

## **11. СПОРЫ И РАЗНОГЛАСИЯ**

11.1. Все споры и разногласия, связанные с исполнением Сторонами своих обязательств по Договору, подлежат урегулированию в претензионном порядке. Срок ответа на поступившую претензию 10 (десять) рабочих дней со дня ее получения.

11.2. В случае невозможности урегулирования споров и разногласий путем переговоров такие споры и разногласия передаются на разрешение Арбитражного суда города Москвы.

## **12. ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ**

12.1. В случае принятия Правительством Российской Федерации решения о прекращении полномочий Оператора и определении нового оператора социальной рекламы, все права и обязанности Оператора по Договору переходят к новому оператору социальной рекламы.

12.2. Оператор обязуется письменно уведомить Рекламодателя о принятом Правительством Российской Федерации решении в течение 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня опубликования такого решения на официальном сайте Правительства Российской Федерации в сети «Интернет».

12.3. Рекламодатель обязуется не препятствовать Оператору в передаче прав и обязанностей по Договору новому оператору социальной рекламы и подписывать все необходимые документы (при необходимости), связанные с передачей таких прав и обязанностей.

12.4. По Договору правоотношения Сторон считаются прекращенными, а права и обязанности Оператора переданными новому оператору социальной рекламы со дня подписания между Оператором и новым оператором социальной рекламы соответствующего соглашения о передаче прав и обязанностей.

## **13. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

13.1. Каждая из Сторон обязуется в течение Срока действия Договора и после его окончания, воздерживаться от высказываний, обсуждений и оценки деятельности другой Стороны в публичных выступлениях, интервью, публикациях и иных способах выражения

отношения к деятельности другой Стороны, за исключением случаев, когда подобное распространение информации согласовано Сторонами либо допустимо по условиям Договора.

13.2. Любые изменения и/или дополнения к Договору должны быть выполнены в письменной форме и подписаны уполномоченными представителями Сторон.

13.3. После подписания Договора все предыдущие соглашения, переговоры и переписка, как в устной, так и в письменной форме, касающиеся его предмета, теряют силу.

13.4. Каждая из Сторон не вправе передать свои права или обязанности по Договору третьему лицу без письменного согласия другой Стороны, за исключением обстоятельств, указанных в разделе 12 Договора.

13.5. Стороны должны уведомлять друг друга об изменении своих банковских и иных реквизитов в течение 3 (трех) рабочих дней.

13.6. Обмен документами, включая Договор, Приложения, дополнительные соглашения, уведомления о расторжении Договора, а также все документы по вопросам исполнения Договора, может осуществляться при помощи электронной связи с доменных имен, указанных в разделе 14 Договора, позволяющих однозначно идентифицировать их отправителя. Указанные документы в течение 30 (тридцати) календарных дней с даты обмена в порядке, установленном настоящим пунктом, должны быть направлены в адрес другой Стороны в оригинале на бумажном носителе, с оригинальной подписью (подписями) и печатью с обеспечением их получения другой Стороной.

Претензии в рамках досудебного урегулирования разногласий направляются Сторонами заказным письмом с уведомлением о вручении или курьером с отнесением соответствующих расходов за счет отправителя. Указанные документы могут быть продублированы посредством направления их сканов с использованием электронной почты с доменных имен, указанных в разделе 14 Договора.

13.7. Стороны договорились, что сканы документов, направленные с использованием электронной почты с доменных имен, указанных в разделе 14 Договора, признаются Сторонами надлежащим подтверждением волеизъявления соответствующей Стороны и могут использоваться в качестве письменного доказательства. Такие сканы документов имеют юридическую силу до получения соответствующего оригинала на бумажном носителе.

В случае противоречия между содержанием скана документа и его аналогичного оригинала на бумажном носителе приоритет имеет оригинал на бумажном носителе.

13.8. Стороны гарантируют, что только уполномоченные лица имеют доступ к адресам электронной почты с доменными именами, указанным в Договоре, и самостоятельно несут риски несанкционированного доступа к адресам электронной почты с доменными именами, указанными в разделе 14 Договора, со стороны любых неуполномоченных лиц.

В случае если Стороны используют для подписания документов электронную подпись (в том числе простую электронную подпись и усиленную неквалифицированную электронную подпись) и обмениваются допустимыми законодательством документами при помощи программ электронного документооборота, отдельное составление и подписание документов на бумажном (печатном) носителе не требуется. Проверка электронной подписи, а также идентификация лица, подписавшего электронный документ, осуществляется по правилам, установленным используемой Сторонами программой электронного документооборота. Каждая из Сторон несет ответственность за обеспечение конфиденциальности своей электронной подписи и недопущение использования принадлежащей ей электронной подписи без ее согласия.

13.9. В случае внесения изменений в законодательство Российской Федерации, правоотношения по Договору подлежат приведению в соответствие с измененным законодательством со дня вступления в законную силу актов, вносящих эти изменения.

13.10. Стороны договорились о том, что вся технологическая и коммерческая информация, касающаяся их текущей деятельности и перспективных планов, уже полученная ими друг от друга, либо информация, которая будет ими получена друг от друга в течение всего срока действия Договора, является строго конфиденциальной и не подлежит разглашению без письменного согласия Сторон.

13.11. Рекламодатель в соответствии с пунктом 3 статьи 78.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации выражает согласие на осуществление главными распорядителями бюджетных средств, предоставившими субсидии (гранты) Оператору, и уполномоченными

органами государственного финансового контроля проверок соблюдения Оператором условий, целей и порядка предоставления Оператору субсидии (гранта) из федерального бюджета.

13.12. При решении вопросов, не урегулированных Договором, Стороны руководствуются законодательством Российской Федерации.

13.13. Договор подписан в двух одинаковых экземплярах на русском языке, имеющих равную юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

#### 14. АДРЕСА И БАНКОВСКИЕ РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

##### **ОПЕРАТОР**

АНО «ИРИ»

Место нахождения: 119017, г. Москва,  
муниципальный округ Якиманка вн.тер.г.,  
Кадашёвская наб., д. 6/1/2, стр. 1

ИНН: 7709473987/КПП: 770601001

ОГРН: 1147799015231

ГУ Банка России по ЦФО//Управление  
Федерального казначейства по г. Москве  
БИК 004525988

ед.казн/сч 40102810545370000003

казн/сч 03215643000000017301

л/с 711В1692001

Эл. почта с доменным именем @iri.center

Заместитель Генерального директора  
по социальной рекламе  
/Воронков А.В./

\_\_\_\_\_  
Подпись

М.П.

##### **РЕКЛАМОДАТЕЛЬ**

\_\_\_\_\_  
Место нахождения:

Почтовый адрес:

ИНН / КПП

ОГРН

(Банковские реквизиты)

БИК

р/с

к/с

Эл. почта с доменным именем @

\_\_\_\_\_

/ \_\_\_\_\_ /

\_\_\_\_\_  
Подпись

М.П.

**ФОРМА<sup>3</sup>**

г. Москва

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

\_\_\_\_\_, именуем\_\_ в дальнейшем «**Рекламодатель**», в лице \_\_\_\_\_, действующе\_\_ на основании \_\_\_\_, с одной стороны, и

**Автономная некоммерческая организация «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ»)**, именуемая в дальнейшем «**Оператор**», в лице заместителя Генерального директора по социальной рекламе Воронкова Андрея Владимировича, действующего на основании доверенности от \_\_\_\_ № \_\_, с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», а по отдельности «Сторона», заключили настоящее Приложение № 1 к Договору от \_\_\_\_ 202\_ г. № \_\_\_\_\_ (далее – «Приложение» и «Договор» соответственно) о нижеследующем:

**1.** В соответствии с пунктом 1.1 Договора Стороны согласовали следующие условия оказания услуг по Размещению:

№ заявки	Информационный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма Макета социальной рекламы и формат	Прогнозируемое количество Показов социальной рекламы	Период размещения

\* Оператор может отклоняться от указанных сроков, согласовав такие изменения с использованием электронной связи с доменных имен, указанных в разделе 14 Договора, при этом фактические даты Размещения фиксируются Сторонами в Акте.

Требования к форме и формату \_\_\_\_\_.

Требования к Рекламной ссылке \_\_\_\_\_.

**2.** Рекламодатель предоставляет Оператору Макеты в форматах, указанных в пункте 1 Приложения, и Рекламные ссылки в порядке, определенном в Договоре, в срок не позднее \_\_ (\_\_\_\_) рабочих дней до начала Периода размещения.

**3.** Фактический объем оказанных по Приложению услуг фиксируется в Акте.

**4.** Во всем остальном, что не предусмотрено Приложением, Стороны руководствуются положениями Договора.

**5.** Приложение составлено в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

**6.** Приложение вступает в силу со дня его подписания и является неотъемлемой частью Договора.

**ПОДПИСИ СТОРОН****Рекламодатель:**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**Оператор:**  
**АНО «ИРИ»**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**ФОРМА СОГЛАСОВАНА****Рекламодатель:**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

М.П.

**Оператор:****АНО «ИРИ»**  
Заместитель Генерального директора  
по социальной рекламе

\_\_\_\_\_/Воронков А.В./

М.П.

<sup>3</sup> Может быть изменена по согласованию Сторонами

**ФОРМА<sup>4</sup>****АКТ СДАЧИ-ПРИЕМКИ ОКАЗАННЫХ УСЛУГ**

г. Москва

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_ г.

\_\_\_\_\_, именуем\_\_\_ в дальнейшем «**Рекламодатель**», в лице \_\_\_\_\_, действующе\_\_\_ на основании \_\_\_\_\_, с одной стороны, и

**Автономная некоммерческая организация «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ»)**, именуемая в дальнейшем «**Оператор**», в лице заместителя Генерального директора по социальной рекламе Воронкова Андрея Владимировича, действующего на основании доверенности от \_\_\_\_\_ № \_\_\_, с другой стороны, вместе также именуемые «Стороны» и «Сторона» по отдельности составили настоящий Акт сдачи-приемки оказанных услуг от \_\_\_\_\_ 202\_ г. к Договору от \_\_\_\_\_ 202\_ г. № \_\_\_\_\_ (далее — Акт и Договор соответственно) о нижеследующем:

1. Оператор в соответствии с условиями Приложения № \_\_\_\_\_ к Договору в период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ оказал услуги по Размещению социальной рекламы Рекламодателя на Рекламных местах в сети «Интернет».
2. Сведения по оказанным услугам:

№ заявки	Информационный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма Макета социальной рекламы и формат	Объем оказанных услуг (количество показов социальной рекламы)	Период размещения

3. Услуги оказаны безвозмездно в полном объеме и в соответствии с требованиями, установленными Договором.

4. Со дня подписания Сторонами Акта оказанные услуги считаются принятыми Рекламодателем.

5. Вышеперечисленные услуги оказаны полностью и в срок. Стороны никаких претензий по оказанию Услуг друг к другу не имеют.

6. В соответствии с пунктом 3.2 Договора Рекламодатель передал, а Оператор принял электронный носитель информации (флэш-карту), содержащий все варианты Макета и Лендинга, использованные Оператором в ходе Размещения.

7. Акт составлен в 2 (двух) экземплярах, один экземпляр для Рекламодателя и один экземпляр для Оператора, все экземпляры имеют равную юридическую силу.

**ПОДПИСИ СТОРОН****Рекламодатель:**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**Оператор:**  
**АНО «ИРИ»**

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

**ФОРМА СОГЛАСОВАНА****Рекламодатель:**\_\_\_\_\_  
М.П.**Оператор:**  
**АНО «ИРИ»**Заместитель Генерального директора  
по социальной рекламе\_\_\_\_\_/Воронков А.В./  
М.П.

<sup>4</sup> Может быть изменена по согласованию Сторонами