

УТВЕРЖДЕНО
Правлением АНО «ИРИ»
(Протокол внеочередного заседания
Правления АНО "ИРИ" от 30.10.2023 г. №3)

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

Москва

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение по проведению Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ») конкурсного отбора проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций (далее – Положение, Конкурс соответственно) принято в целях организации АНО «ИРИ» распространения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет) социальной рекламы в соответствии с пунктом 4 части 3.10 статьи 10 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «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», 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 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. Решение о проведении Конкурса на основании настоящего Положения принимается АНО «ИРИ» с учетом доступных объемов инвентаря для размещения социальной рекламы. Информация о проведении Конкурса на основании настоящего Положения, сроках и условиях его проведения публикуется на Сайте.

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

2. Основные понятия, используемые в Положении

Конкурсный отбор проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций – 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 конкурсных отборов проектов социальной рекламы Конкурса.

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

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

Анкета Заявителя – комплект документов, содержащий информацию о Заявителе.

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

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

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.

Баннеры – графические изображения, содержащие социальную рекламу.

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 или макет сайта, на который осуществляется переход с Рекламного материала с учетом требований, указанных в приложении № 2 к настоящему Положению.

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 Конкурсе

3.1. Заявитель вправе направить запрос о разъяснениях настоящего Положения посредством формы обратной связи на Сайте или на адрес электронной почты social-ads-feedback@iri.center. Указанный запрос должен содержать наименование Заявителя, ИНН Заявителя и адрес электронной почты, по которому должен быть направлен ответ на запрос. В отсутствие указанных сведений АНО «ИРИ» вправе оставить запрос Заявителя 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 проектов социальной рекламы направляются Заявителю по указанному им адресу электронной почты в течение 7 (семи) рабочих дней со дня их получения АНО «ИРИ», а также могут дополнительно размещаться на Сайте.

4. Тематические направления

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

- 1) оказание поддержки людям в трудной жизненной ситуации;
- 2) поддержка семей участников специальной военной операции и граждан, призванных на военную службу по частичной мобилизации, а также беженцев и граждан новых субъектов Российской Федерации;
- 3) изменение отношения общества к людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), поддержка людей с ОВЗ (в т.ч. через образование, спорт);
- 4) развитие внимания к пожилым людям, изменение отношения общества к проблемам пожилых людей;
- 5) профилактика социального сиротства, изменение отношения общества к теме сиротства;
- 6) развитие добровольчества (волонтерства);
- 7) развитие донорского движения по разным направлениям донорства;
- 8) духовно-нравственное и патриотическое воспитание, продвижение семейных ценностей, поддержка детства и материнства;
- 9) развитие филантропии и благотворительности как системного явления;
- 10) развитие культуры ответственного отношения к окружающей среде;
- 11) забота о здоровье граждан (ЗОЖ, профилактика болезней, алкоголизма, наркомании);

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

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, за исключением:

саморегулируемых организаций,

объединений работодателей,

объединений кооперативов,

бюджетных учреждений,

торгово-промышленных палат,

государственных или муниципальных учреждений,

госкорпораций,

политических партий,

религиозных организаций,

общин коренных малочисленных народов,

казачьих обществ,

некоммерческих организаций, созданных субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием, государственным органом и (или) органом местного самоуправления.

5.2. Заявители должны соответствовать следующим обязательным требованиям:

5.2.1. Заявитель должен быть зарегистрирован в качестве некоммерческой организации не позднее чем за 6 (шесть) месяцев до даты подачи Заявки.

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

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

5.2.4. На дату подачи Заявки отсутствует претензионно-исковая работа АНО «ИРИ», связанная с неисполнением Заявителем договорных обязательств перед АНО «ИРИ», и (или) нецелевым расходованием средств, (и) или в связи с представлением подложных документов и (или) недостоверной информации.

5.2.5. Заявитель не включен в реестр иностранных агентов в соответствии с Федеральным законом от 14.07.2022 № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием».

5.2.6. Заявитель не включен в перечень организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму, либо в перечень организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к распространению оружия массового уничтожения.

5.2.7. Заявитель не привлекался к административной ответственности:

5.2.7.1. За публичные действия, направленные на дискредитацию использования Вооруженных Сил Российской Федерации в целях защиты интересов Российской Федерации и ее граждан, поддержания международного мира и безопасности или исполнения государственными органами Российской Федерации своих полномочий в указанных целях, оказания добровольческими формированиями, организациями или лицами содействия в выполнении задач, возложенных на Вооруженные Силы Российской Федерации.

5.2.7.2. За пропаганду либо публичное демонстрирование нацистской атрибутики или символики, либо атрибутики или символики экстремистских организаций, либо иных атрибутики или символики, пропаганда либо публичное демонстрирование которых запрещены федеральными законами.

5.2.8. Наличие активного (функционирующего и обновляемого) сайта в сети Интернет, отражающего деятельность Заявителя.

5.2.9. 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, в том числе Рекламные материалы, должны соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Российской Федерации, включая (но не ограничиваясь) требования законодательства о рекламе, предъявляемые к социальной рекламе; требования 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; запрет пропаганды экстремистской деятельности и использования экстремистских материалов, порнографии; отсутствие информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, проявляет 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.

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

6.5. Целевая аудитория Проекта – взрослые старше 18 лет.

6.6. Сроки размещения Проекта должны соответствовать срокам, определенным АНО «ИРИ» в информационном сообщении о проведении конкурсного отбора.

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

6.7.1. Документы:

- устав организации в последней редакции;
- документ, подтверждающий наличие полномочий лица, подписавшего Заявку, действовать от имени Заявителя в рамках Конкурса;
- выписка из ЕГРЮЛ, полученная не ранее чем за 30 (тридцать) дней до даты подачи Заявки.

6.7.2. Информация о Заявителе, включая:

- описание деятельности Заявителя;
- географию работы Заявителя;
- адрес официального сайта Заявителя в сети Интернет;
- ссылки на страницы Заявителя в социальных сетях (при наличии);
- информацию об опыте реализации проектов социальной направленности (при наличии);
- опыт участия в конкурсах, грантовых программах (при наличии);
- наличие опыта проведения рекламных кампаний (при наличии);
- номер телефона, а также электронный адрес контактного лица Заявителя.

6.7.3. Заявка, 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 рамках периода, определенного АНО «ИРИ»;
- в) о Креативах Баннеров, что включает в себя:
- Раскадровку, подготовленную в формате pptx, 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;
- д) согласие на исключение с Лендинга, включая весь сайт проекта, информации о коммерческих организациях и любых коммерческих услугах при объявлении проекта победителем Конкурса.

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 Заявитель гарантирует 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. Заявитель обязан представить запрошенные документы в срок, указанный в запросе АНО «ИРИ».

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 электронные образы документов (скан-копии), 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 определяется АНО «ИРИ» и содержится в информационном сообщении о проведении Конкурса.

Дата окончания приема Заявок определяется АНО «ИРИ» и содержится в информационном сообщении о проведении Конкурса.

Информация и документы, поступившие в АНО «ИРИ» после указанного в информационном сообщении о проведении Конкурса срока, 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 путем направления соответствующего запроса, подписанного уполномоченным лицом с правом подписи, на электронный адрес social-ads-feedback@iri.center.

7.5. Для подтверждения подачи Заявки на участие в Конкурсном отборе проектов социальной рекламы к Заявке прилагается электронный образ (скан-копия) собственноручно подписанного уполномоченным представителем Заявителя документа по форме, установленной приложением № 3 к настоящему Положению.

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

8.1. Заявка регистрируется и в срок не более 50 (пятидесяти) 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 Анкете организации. Уведомление об отклонении заявки по электронной почте 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 в течение всего срока Конкурсного отбора проектов социальной рекламы. В таком случае Заявитель вправе посредством Сайта внести изменения в Заявку и повторно направить Заявку на рассмотрение в течение указанного срока для устранения недостатков. АНО «ИРИ» вправе направить Заявку на доработку не более 3 (трех) раз. В случае если Заявка возвращается с доработки третий раз без всех устраненных недостатков, такой Проект отклоняется.

8.6. АНО «ИРИ» вправе проводить дополнительные проверки Заявителя в части деловой репутации и передавать данную информацию для дальнейшего рассмотрения Экспертами и Комиссией 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 и (или) документы, необходимые для рассмотрения Заявки и последующего определения Победителей конкурса.

Заявка может быть отклонена на основании раздела 5 настоящего Положения в течение всего срока Конкурса, включая срок для рассмотрения Заявки Экспертами, срок для рассмотрения Проектов Комиссией по отбору.

8.9. Сайт является официальным источником всей размещаемой информации, относящейся к Конкурсу. В случае недоступности личного кабинета Заявителя, иных технических проблем Заявитель обязуется самостоятельно знакомиться с информацией, размещенной на Сайте, касающейся проведения Конкурса, а АНО «ИРИ» дополнительно направит

информационное уведомление по электронной почте, указанной в Заявке и/или Анкете Заявителя.

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 (20 и более субъектов РФ) 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 (баллов) по каждому из критериев, а также одного общего заключения в соответствии с Методическими рекомендациями по оценке экспертами заявок на участие в Конкурсном отборе проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций, утвержденными АНО «ИРИ». При наличии технической возможности формы заполняются с использованием программно-аппаратных средств, предоставленных АНО «ИРИ», при отсутствии технической возможности – по электронной почте.

9.4. Каждый Проект рассматривается не менее чем двумя Экспертами, один из которых не является сотрудником АНО «ИРИ». В случае расхождения заключений Экспертов АНО «ИРИ» назначает третьего Эксперта, не являющегося работником АНО «ИРИ».

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

9.6. На основании оценок (баллов) и положительных заключений Экспертов АНО «ИРИ» формирует рейтинг Проектов, набравших более 70 баллов, 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 3 (трех) рабочих дней со дня получения списков Проектов от секретаря Комиссии.

10.3. Комиссия по отбору рассматривает поступившие списки Проектов, набравших более 70 баллов по результатам положительных заключений Экспертов, и путем голосования ее членов определяет Победителей Конкурса.

При необходимости Комиссия также определяет Резервных Победителей Конкурса. Победители обязуются учитывать комментарии Комиссии по отбору при подготовке Рекламных материалов. В случае если Победитель не учел комментарии Комиссии, АНО «ИРИ» вправе отказаться от размещения Рекламных материалов Победителя.

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. 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 представить договор о спонсорстве с данными коммерческими юридическими лицами.

10.7. 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, в случае возникновения обстоятельств непреодолимой силы либо технических неисправностей, исключающих возможность проведения Конкурса. 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.

10.8. Изменение 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.

10.9. По итогам опубликования на Сайте информации о результатах Конкурса АНО «ИРИ» в течение 2 (двух) рабочих дней производит рассылку

информационного сообщения с результатами Конкурса, а также созванивается с Победителями по контактными данным, указанным в Анкете Заявителя или Заявке.

10.10. Если АНО «ИРИ» в течение 15 (пятнадцати) дней не может связаться с Победителем Конкурса по контактными данным, указанным в Анкете Заявителя или Заявке, то АНО «ИРИ» вправе исключить Победителя Конкурса из состава победителей и не заключать с ним Договор.

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.

12. Победители Конкурса

12.1. Победитель Конкурса получает бесплатное размещение Рекламных материалов в сети Интернет в объеме не менее 45 млн показов, длительностью не менее 20 (двадцати) календарных дней в период с апреля по сентябрь 2024 года.

АНО «ИРИ», принимая во внимание данные из Заявки о цели кампании, желаемом периоде размещения, тематике и основываясь на собственной экспертизе, а также принимая во внимание правила рекламных площадок (рекламораспространителей) и имеющийся инвентарь, самостоятельно определяет условия размещения, включая период, площадки, форматы размещения. При наличии технической возможности у площадки АНО «ИРИ» вправе по согласованию с Победителем настроить таргетирование.

12.2. В случае если Победитель отказывается от предложенных АНО «ИРИ» площадок, форматов размещения, АНО «ИРИ» вправе сократить объем размещения соразмерно предложенному по данным площадкам/форматам.

Приложение № 1
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна)

Требования к Раскадровке для Заявителей

1. На Конкурс представляется Раскадровка Баннера для сети Интернет. 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 должна содержать информацию о сборе 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.

Дополнение к приложению № 1
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна)

{Укажите название рекламной кампании}

Заявитель: {Укажите юрлицо}

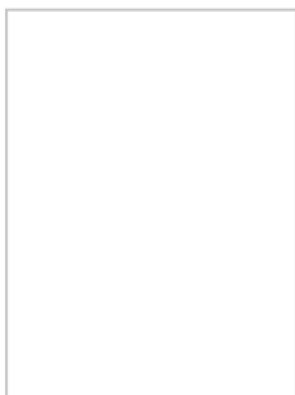
Раскадровка – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности.

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

В Раскадровке желательно использовать от 2 до 4 кадров, а также рекомендуется 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 pptx с вашей Раскадровкой в соответствующее поле Заявки.

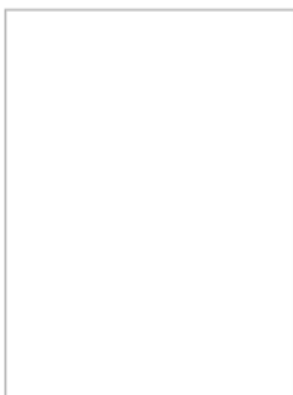
! Внимание. Вы можете выбрать лишь 1 основной Креатив. Для загрузки нового Креатива вам необходимо будет заполнить новую заявку.



Кадр 1



Кадр 2



Кадр 3



Кадр 4

Приложение № 2
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна)

Требования к Лендингу для Заявителей

Лендингом может быть одностраничный сайт (или его часть, зафиксированная с помощью якоря¹) 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. Лендинг не может быть посвящен исключительно имиджевой рекламе конкретного Заявителя. Информация о Заявителе должна занимать не более 50% от общей площади Лендинга.

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

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

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). Информация о спонсоре при этом должна быть краткой и описывать только сам факт сотрудничества. Либо Заявитель должен при заполнении Заявки нажать кнопку о том, что он обязуется удалить данную информацию в случае признания Проекта Победителем Конкурсного отбора проектов социальной рекламы; также АНО «ИРИ» в период проведения Конкурсного отбора проектов социальной рекламы вправе запросить гарантийное письмо об обязательстве Заявителя удалить указанную в настоящем пункте информацию.

7. На Лендинге не допускается реклама третьих лиц.

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

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

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

11. В случае, если Заявитель прикладывает к Заявке Лендинг в формате готовой ссылки, данная ссылка должна быть работоспособна в течение всего срока проведения Конкурсного отбора проектов социальной рекламы.

12. В случае, если Заявитель прикладывает к Заявке макет Лендинга в формате pdf, png, приложенный макет должен быть читаем, по наполнению являться полноценной страницей сайта. Если с макета Лендинга

предусмотрены какие-либо кнопки-переходы (прохождение тестов, видеоролики и иное), к макету основного Лендинга желательно приложить макет данных страниц или предоставить ссылки, при переходе на которые можно изучить данный дополнительный контент.

Приложение № 3
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна)

ФОРМА

**Подтверждение подачи заявки № _____
на участие в конкурсном отборе проектов социальной рекламы
для некоммерческих организаций
для размещения в сети Интернет, проводимой
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»**

1.	Наименование Заявителя (полное)	
2.	ИНН Заявителя	
3.	Тематическое направление	
4.	Название рекламной кампании	

Настоящим Заявитель подтверждает подачу заявки на участие в проводимом Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ») конкурсном отборе проектов социальной рекламы в 2023 году (II волна) для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Конкурс), заполненной в электронной форме на официальном сайте АНО «ИРИ» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу: соцреклама.ири.рф (далее – Заявка, официальный сайт соответственно)².

Подписывая настоящий документ, Заявитель подтверждает:

- что ознакомлен с Положением о Конкурсе, размещенном на официальном сайте;

² 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.

- ознакомлен с проектом договора, размещенном в приложении № 4 к Положению;
- ознакомлен и согласен со всеми условиями проведения Конкурса;
- в Рекламных и иных материалах, представленных на Конкурс, отсутствуют нарушения требований законодательства Российской Федерации, в том числе Рекламные материалы (Баннеры, Лендинг, иные материалы) не содержат, прямо или косвенно, признаков коммерческой, политической или религиозной рекламы, а также рекламы третьих лиц; либо Заявитель вправе при заполнении Заявки нажать кнопку о том, что он обязуется удалить данную информацию в случае признания Проекта Победителем Конкурса;
- 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 требованиям, предъявляемым к участникам Конкурсного отбора;
- деятельность Заявителя не приостановлена по основаниям, предусмотренным законодательством Российской Федерации;
- 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, 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 согласно приложению № 4 к Положению;

- при использовании в Рекламных материалах (Баннерах, Лендингах, иных материалах) логотипов спонсоров/партнеров Заявителя и (или) Проекта указывать их исключительно в информационных целях, для ознакомления пользователей сети Интернет с перечнем организаций, оказывающих на основании соответствующих договоров спонсорскую помощь и иную

поддержку Проекта/Заявителя. При этом Заявитель осознает, что в Рекламных материалах:

(1) запрещается рекомендовать коммерческие организации, сообщать об их коммерческой деятельности и сотрудничестве с ними;

(2) запрещается сообщать о собственной коммерческой деятельности, за исключением деятельности, осуществляемой Заявителем для достижения целей, ради которых он создан;

(3) допускается краткое упоминание на Лендинге спонсоров Проекта/Заявителя и их роли в Проекте;

(4) допускается указание в Баннере фирменного наименования спонсора Проекта исключительно при наличии документов, подтверждающих статус спонсора (спонсорского договора), и в объеме, не превышающем 5% от площади Баннера;

- в случае обнаружения в Рекламных материалах недопустимой информации в кратчайшие сроки удалить ее из Рекламных материалов. Неудаление указанной информации является препятствием для размещения социальной рекламы в сети Интернет.

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.

Приложение № 4
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна)

Договор № _____

г. Москва

«__» _____ 202_ г.

_____, именуем __ в
дальнейшем «**Рекламодаватель**», в лице _____, действующе __ на
основании _____, с одной стороны и

Автономная некоммерческая организация «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ»), определенная распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 июля 2021 г. № 1907-р оператором социальной рекламы, 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, заключили настоящий договор (далее – Договор) о нижеследующем:

Для целей Договора используемые в Договоре понятия имеют следующие значения:

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

Комиссия по отбору – комиссия по отбору проектов социальной рекламы для размещения в сети Интернет, сформированная в рамках соответствующего Конкурса.

Рекламодаватель – лицо, определенное победителем в рамках соответствующего Конкурса, социальную рекламу которого Размещает Оператор. Рекламодаватель 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 от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «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, доработанной по комментариям Комиссии по отбору (при их наличии), 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 распространению 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 распространяются 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 № 2 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 5 (пять) 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 наличия комментариев Комиссии по отбору о необходимости доработки Раскадровки Рекламодатель обязуется произвести соответствующие доработки, а также если Рекламодатель хочет внести правки в Раскадровку и/или Лендинг, Рекламодатель 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 указанных случаях Рекламодатель должен предоставить Раскадровку и/или Лендинг с доработками/изменениями не позднее чем за 10 (десять) 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 Рекламодатель должен представить 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 представлением Рекламных материалов и Рекламных ссылок в порядке, предусмотренном пунктом 2.1 Договора, Рекламодатель представляет 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 представления документов (копий документов) на бумажном носителе. В этом случае все представляемые документы должны быть заверены надлежащим образом и направлены по адресу Оператора, указанному в разделе 14 Договора.

В случае если сведения о предоставленной Рекламодателю лицензии внесены в реестр лицензий в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2020 г. № 2343 «Об утверждении Правил формирования и ведения реестра лицензий и типовой формы выписки из реестра лицензий», Рекламодатель представляет Оператору на электронную почту Оператора выписку из реестра лицензий, сформированную не ранее чем за 5 (пять) календарных дней до даты представления Рекламных материалов и Рекламных ссылок в порядке, предусмотренном пунктом 2.1 Договора.

2.6. Оператор до начала Размещения осуществляет проверку полученных от Рекламодателя Рекламных материалов на предмет их соответствия Раскадровке, а также соответствия 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 Рекламодача дополнительные документы, подтверждающие:

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

– достоверность социальной рекламы и ее соответствие заявленным целям;

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

Рекламодаделец 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 представлении, направленного на электронную почту Рекламодача 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 представленных Рекламодателем Рекламных материалов, Рекламных ссылок, Лендинга и документов в течение 5 (пяти) рабочих дней со дня их получения от Рекламодача.

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

– если Раскадровка / Рекламные материалы не были доработаны по комментариям Комиссии по отбору;

– 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 Рекламодача, 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, и (или) 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 представленные Рекламодателем дополнительные документы не сняли сомнения Оператора в соответствии Рекламных материалов и Лендинга требованиям Федерального закона «О рекламе» и (или) в достоверности социальной рекламы и ее соответствии 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. Рекламодатель в течение 2 (двух) рабочих дней со дня получения уведомления Оператора об отказе в Размещении устраняет недостатки (несоответствия), послужившие причиной отказа, и представляет Оператору доработанные Рекламные материалы и (или) Лендинга 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 Рекламодатель 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 отказаться 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. Рекламодатель 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 рекламораспространителя;
- 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. В целях улучшения качества оказываемых Оператором услуг Рекламодатель дает согласие на установку Оператором на Лендинге кода счетчика – программного продукта, предназначенного для сбора анонимных данных о посещениях Лендинга (без привязки к персональным данным посетителей Лендинга).

2.25. 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.

2.26. Оператор не позднее 15 (пятнадцати) рабочих дней со дня окончания Отчетного периода, в котором проводилось Размещение, представляет Рекламодателю данные статистики (отчет об оказанных услугах), подтверждающие (подтверждающий) факт Размещения Рекламных материалов, посредством направления по электронной почте, указанной в разделе 14 Договора.

3. ПОРЯДОК СДАЧИ-ПРИЕМКИ УСЛУГ

3.1. Оператор не позднее 20 (двадцати) 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 № 3 к Договору (далее по тексту – Акт).

3.2. Рекламодатель 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.

Если Рекламодатель 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 Рекламодатель или иной правообладатель, предоставивший Рекламодателю разрешение на их использование.

4.5. Подписывая Договор, Рекламодатель 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 представлять отчеты об использовании Рекламных материалов.

4.6. Рекламодатель 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 путем использования 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 путем использования Оператором результатов интеллектуальной деятельности, предоставленных Рекламодателем по Договору, Рекламодаделец обязуется компенсировать Оператору по его требованию все документально подтвержденные убытки Оператора.

5. ГАРАНТИИ СТОРОН

5.1. Рекламодаделец гарантирует:

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

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

– представленный 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»;

– Рекламодаделец гарантирует наличие у Рекламодателя и представление 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, Рекламодаделец 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. Рекламодаделец 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. Рекламодаделец 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 путем использования 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 неурегулирования / 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 непреодолимой силы, 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 представила подтверждение наличия обстоятельств непреодолимой силы, изданное соответствующим компетентным органом власти или организацией, за исключением случаев, когда факт наличия таких обстоятельств является общеизвестным.

9.4. Если обстоятельства непреодолимой силы 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 2024 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 годовые 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. В течение 1 (одного) рабочего дня с даты включения Рекламодателя в реестр иностранных агентов в соответствии с Федеральным законом от 14 июля 2022 г. № 255-ФЗ «О контроле за деятельностью лиц, находящихся под иностранным влиянием» он уведомляет Оператора по электронной почте Оператора об указанном факте. В указанном случае Оператор вправе отказаться от Договора в одностороннем порядке путем направления Рекламодателю письменного уведомления об одностороннем отказе от Договора. В таком случае Договор прекращается с момента получения данного уведомления Рекламодателем.

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

10.6. 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, которые могут возникнуть между Сторонами в связи с Договором, разрешаются путем переговоров.

11.2. Стороны предусматривают обязательный претензионный порядок разрешения спорных вопросов. Срок ответа на претензию 10 (десять) рабочих дней со дня ее получения. Претензионный порядок урегулирования спора считается соблюденным, если претензия направлена заказным письмом с уведомлением о вручении или курьером с отнесением соответствующих расходов за счет отправителя. Указанные документы могут быть продублированы по электронной почте, указанной в разделе 14 Договора.

11.3. В случае недостижения согласия по таким спорам или разногласиям путем переговоров и в претензионном порядке, они передаются на рассмотрение Арбитражного суда г. Москвы в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации

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 интернет-портале правовой информации pravo.gov.ru.

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 почты с доменных имен, указанных в разделе 14 Договора, позволяющей однозначно идентифицировать их отправителя. Указанные документы на бумажном носителе, подписанные собственноручной подписью (подписями) и заверенные печатью, должны быть направлены в адрес другой Стороны в течение 30 (тридцати) календарных дней с даты обмена в порядке, предусмотренном настоящим пунктом, с обеспечением их получения другой Стороной.

13.7. 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.

13.8. 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.

13.9. Стороны гарантируют, что только уполномоченные лица имеют доступ к адресам электронной почты с доменными именами, указанными 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.

13.10. В случае использования Сторонами для подписания документов усиленной электронной подписи (неквалифицированной или квалифицированной) и обмена документами при помощи систем электронного документооборота отдельное составление и подписание документов на бумажном носителе не требуется при условии соблюдения требований Федерального закона от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи». Проверка усиленной электронной подписи, а также идентификация лица, подписавшего электронный документ, осуществляется по правилам, установленным используемой Сторонами системой электронного документооборота. Каждая из Сторон несет ответственность за обеспечение конфиденциальности ключа электронной подписи и недопущение использования принадлежащей ей электронной подписи без ее согласия.

13.11. В случае подписания Сторонами документов на бумажном носителе датой заключения таких документов (в том числе датой подписания Акта) является дата в верхнем углу первой страницы таких документов.

В случае подписания Сторонами документов усиленной электронной подписью (неквалифицированной или квалифицированной) датой заключения таких документов (в том числе датой подписания Акта) является указанная системой электронного документооборота дата электронной подписи акцептанта оферты (лица, подписавшего соответствующий документ последним в системе электронного документооборота).

Стороны применяют правила пункта 2 статьи 425 Гражданского кодекса Российской Федерации ко всем документам, подписываемым усиленной электронной подписью и содержащим в верхнем углу их первой страницы дату, являющуюся более ранней по отношению к указанной системой электронного документооборота дате электронной подписи акцептанта оферты. Условия таких документов применяются к отношениям Сторон, возникшим с даты в верхнем углу первой страницы таких документов. Данное правило действует, если Сторонами в соответствующем документе не предусмотрено иное.

Абзац 3 настоящего пункта не применяется к Акту.

13.12. 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.

13.13. 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.

13.14. 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.

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

13.16. 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

Реквизиты для договоров в рамках субсидии:

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

А.В. Воронков

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.

Приложение № 1
к Договору от «__» _____ 202_ г. № _____

ФОРМА³

ПРИЛОЖЕНИЕ № _____
к Договору от «__» _____ 202_ г. № _____

г. Москва

«__» _____ 202_ г.

_____, именуем__ в дальнейшем «**Рекламодатель**», в лице _____, действующ__ 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 к вышеуказанному договору (далее – «Приложение» и «Договор» соответственно) о нижеследующем:

Термины, начинающиеся с заглавной буквы и не определенные по тексту настоящего Приложения, имеют значение, присвоенное им в Договоре.

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

- 1.1. № заявки:
- 1.2. Условное название Рекламной кампании:
- 1.3. Прогнозируемое количество Показов социальной рекламы, от/до:
- 1.4. Период, в течение которого планируется оказание Услуг*:

*На усмотрение Оператора указанный период может быть изменен.

2. Информационный ресурс, Период размещения, форма и формат социальной рекламы, а также иные условия оказания Услуг согласовываются Сторонами в соответствующем Приложении к Договору.

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:

_____/_____/_____

М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»

_____/_____/_____

М.П.

³ Может быть изменена по согласованию Сторонами.

ФОРМА СОГЛАСОВАНА

В случае если Информационный ресурс, Период размещения, форма и формат социальной рекламы известны Оператору на момент подписания Договора, приложение по настоящей форме Сторонами не подписывается, а оформляется приложение по форме Приложения № 2 к Договору.

Рекламодатель:

_____/_____/

М.П.

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

_____/_____/ А.В. Воронков

М.П.

Приложение № 2
к Договору от «__» _____ 202_ г. № _____

ФОРМА⁴

ПРИЛОЖЕНИЕ № _____
к Договору от «__» _____ 202_ г. № _____

г. Москва

«__» _____ 202_ г.

_____, именуем__ в дальнейшем «**Рекламодатель**», в лице _____, действующ__ 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 к вышеуказанному договору (далее – «Приложение» и «Договор» соответственно) о нижеследующем:

Термины, начинающиеся с заглавной буквы и не определенные по тексту настоящего Приложения, имеют значение, присвоенное им в Договоре.

1. В соответствии с пунктом 1.1 Договора Стороны согласовали следующие условия оказания услуг по размещению социальной рекламы Рекламодателя на рекламных местах в сети Интернет:

№ заявки	Информационный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма и формат Макета	Прогнозируемое количество Показов, от/до	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 сдачи-приемки оказанных услуг.

Требования к форме и формату Макета _____.

Требования к Рекламной ссылке: Рекламная ссылка должна быть работоспособной с момента предоставления Оператору и до окончания Размещения. Страница сайта, на которую ведет Рекламная ссылка, не должна меняться визуально, по смыслу и тематике, а также должна соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации.

2. Рекламодатель представляет 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 сдачи-приемки оказанных услуг.

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.

⁴ Может быть изменена по согласованию Сторонами

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

ПОДПИСИ СТОРОН

Рекламодатель:

_____/_____
М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»
_____/_____
М.П.

ФОРМА СОГЛАСОВАНА

Рекламодатель:

_____/_____
М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»
Заместитель генерального директора
по социальной рекламе

_____**А.В. Воронков**
М.П.

ФОРМА⁵**АКТ СДАЧИ-ПРИЕМКИ ОКАЗАННЫХ УСЛУГ
к Договору от «__» _____ 202_ г. № _____**

г. Москва

«__» _____ 202_ г.

_____, именуем__ в дальнейшем «**Рекламодатель**», в лице _____, действующ__ 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», составили настоящий акт сдачи-приемки оказанных услуг к вышеуказанному договору (далее — «Акт» и «Договор» соответственно) о нижеследующем:

Термины, начинающиеся с заглавной буквы и не определенные по тексту настоящего Акта, имеют значение, присвоенное им в Договоре.

1. Оператор в соответствии с условиями приложения от «__» _____ 202_ г. № _____ к Договору в Период размещения, указанный в пункте 2 настоящего Акта, оказал услуги по Размещению социальной рекламы Рекламодателя на Рекламных местах в сети Интернет (далее – «Услуги»).

2. Сведения об оказанных Услугах:

№ заявки	Информационный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма и формат Макета	Фактическое количество Показов	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. Акт составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

ПОДПИСИ СТОРОН**Рекламодатель:**

_____/_____
М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»
_____/_____
М.П.

⁵ Может быть изменена по согласованию Сторонами.

ФОРМА СОГЛАСОВАНА

Рекламодатель:

_____/_____/_____
М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»

Заместитель генерального директора по
социальной рекламе

М.П. А.В. Воронков