

Условия оказания
маркетинговых услуг

la moda



ОГЛАВЛЕНИЕ

Термины и определения

-
1. Оказание маркетинговых услуг

 2. Стоимость услуг и порядок расчетов

 3. Размещение рекламных материалов

 4. Маркировка интернет-рекламы

 5. Требования к рекламным материалам

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Аукцион	набор математических методов, который в автоматическом режиме определяет место, время, стоимость и иные условия размещения Рекламных материалов.
Баланс	размер доступного Партнеру Лимита для использования при заказе Маркетинговых услуг в Рекламном кабинете. Баланс является визуальным отображением информации о взаиморасчетах Сторон и не является средством платежа.
Лимит	метод расчетов, при котором Партнер осуществляет предварительную оплату Маркетинговых услуг, а Lamoda удерживает их стоимость с соответствующей корректировкой Баланса.
Маркетинговые услуги	рекламные услуги и иные маркетинговые услуги Lamoda.
Медиа баннер	графическое изображение рекламного характера, которое содержит гиперссылку, переводящую на страницу с дополнительной информацией.
Медийная реклама	Реклама в формате баннеров, размещаемая на Сайте в соответствии с Требованиями к Рекламным материалам.
Модерация РИМ	процесс проверки РИМ на соответствие Требованиям Lamoda Рекламным материалам и Контенту.
Отчетный период	календарный месяц либо указанный в Заявке Партнера период времени, если он меньше календарного месяца.
Обещанный платеж	разновидность Лимита, при которой Lamoda увеличивает Баланс Партнера в размере согласованной Сторонами суммы до осуществления предоплаты Маркетинговых услуг Партнером.
Платформа	в целях определения условий размещения РИМ под Платформой понимается отдельно взятый интернет ресурс www.lamoda.ru , www.lamoda.kz , www.lamoda.by или мобильное приложение, которое принадлежит Lamoda, определяемый Партнером при заказе Маркетинговых услуг.
Рекламная кампания	совокупность заказанных Партнером РИМ, в отношении которых после заключения Договора осуществляется оказание Маркетинговых услуг в соответствии с определенными Партнером условиями. Каждая

Рекламная кампания может содержать один или несколько Рекламных материалов.

Рекламное место	место, выделенное в дизайне Сайта для размещения (отображения) Рекламного материала.
Рекламный кабинет	персональный раздел Партнера в IT-системе Lamoda, связанный с Учетной записью Партнера, содержащий информацию о Партнере, а также позволяющий Партнеру управлять Рекламными кампаниями.
Рекламный материал (РИМ)	рекламное объявление, предоставленное Партнером в рамках Рекламной кампании для показа.
Ссылка	включенная в Рекламный материал текстовая ссылка или изображение, позволяющая осуществить обратившимся к ней посредством клика лицам переход к разделу Сайта, адрес (URL) которого указан Партнером для данного Рекламного материала.
Ставка	максимальный размер стоимости тысячи показов или стоимости за клик, установленный самостоятельно Партнером, используемый для определения стоимости Услуг.
СРМ	модель расчета стоимости Услуг исходя из стоимости тысячи показов (показ - размещение/отображение Рекламного материала на Рекламных местах).
СРС	модель расчета стоимости Услуг исходя из стоимости за клик (клик - обращение Пользователя по содержащейся в Рекламном объявлении Ссылке после показа такому пользователю этого Рекламного материала).
Тизер	рекламное сообщение, содержащее привлекающую внимание картинку и краткое описание.
Учетная запись Рекламного кабинета	совокупность данных (уникальных логина и пароля), необходимых для доступа в IT-систему и/или Рекламный кабинет.

1. ОКАЗАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

- 1.1. Для создания запроса на оказание Маркетинговых услуг Медийной рекламы и/или продвижения товаров Партнер использует Рекламный кабинет с помощью Учетной записи Рекламного кабинета.
Учетная запись Рекламного кабинета создается Lamoda автоматически при заключении Договора или получении запроса Партнера и передается Партнеру через электронную почту, указанную Партнером при заключении Договора.
- 1.2. Партнер определяет параметры оказания Маркетинговых услуг, Медийной рекламы и/или продвижения товаров в Рекламном кабинете одним из указанных ниже способов в зависимости от наличия технической возможности.
 - 1.2.1. Партнер самостоятельно выбирает Маркетинговую услугу, срок и иные условия и подтверждает выбор направлением Lamoda запроса на Маркетинговую услугу. Lamoda приступает к оказанию Маркетинговой услуги с учетом п. 1.5. Условий оказания маркетинговых услуг, либо сообщает Партнеру о невозможности оказать Маркетинговую услугу.
 - 1.2.2. Партнер самостоятельно выбирает Маркетинговую услугу, Платформу, место размещения и подтверждает выбор Ставкой в Аукционе. Оказание Маркетинговых услуг осуществляется в соответствии с правилами и условиями Аукциона при условии оплаты Партнером Маркетинговых услуг.
- 1.3. При заказе иных Маркетинговых услуг Партнер направляет Lamoda подписанную Заявку с указанием вида Маркетинговых услуг, сроков оказания, их стоимости и иных условий.
- 1.4. Рекламные материалы Партнера и Контент, на который ведет Ссылка, не должны нарушать условия Договора, Требования к Рекламным материалам, положения Кодекса сотрудничества Lamoda, законодательство Российской Федерации и законодательство той страны, на которую планируется показ Рекламных материалов, противоречить деловым интересам, а также целям Lamoda.
- 1.5. Lamoda вправе:
 - 1.5.1. осуществлять модерацию РИМ до его размещения;
 - 1.5.2. в одностороннем порядке отказаться от оказания Маркетинговых услуг в отношении любого РИМ без объяснения причин;
 - 1.5.3. менять формат, дизайн и Рекламное место без согласования с Партнером;
 - 1.5.4. с уведомлением либо без такового, отказать в размещении и/или прекратить размещение РИМ без возмещения причиненных Партнеру убытков в случае обнаружения нарушения Партнером требований п. 1.4 Условий оказания маркетинговых услуг;

- 1.5.5. удалять данные Рекламной кампании по истечении шести месяцев с момента ее выключения без последующего восстановления данных;
 - 1.5.6. изменять вид Маркетинговой услуги, выбранной и подтвержденной ранее Партнером, в случае изменения и/или обновления технических возможностей Сайта.
- 1.6. Lamoda предоставляет Партнеру отчет об оказанных Маркетинговых услугах в виде статистики в Рекламном кабинете.
- 1.7. Стороны признают, что достаточным подтверждением объема и стоимости оказанных Маркетинговых услуг и факта их оказания являются данные статистики в Рекламном кабинете.

Аукцион

- 1.8. Выбор победителя в Аукционе происходит на основании Ставок в Рекламных кампаниях, а также внутренних алгоритмов приоритизации объектов рекламирования.

При продаже рекламных показов (CPM) Lamoda не гарантирует факт и количество рекламных показов каждому Партнеру – количество показов зависит от факта победы в Аукционе, на что влияет Ставка в Рекламной кампании и используемые объекты рекламирования.

- 1.9. Партнер самостоятельно определяет размер Ставки.

Для участия в Аукционе размер Ставки должен превышать минимальную ставку, сформированную алгоритмами Рекламного кабинета. Минимальная ставка не является фиксированной и может изменяться в зависимости от Рекламной кампании, используемых объектов рекламирования и других факторов.

- 1.10. Партнер вправе устанавливать размер Ставки в пределах доступного в Рекламном кабинете Баланса Лимита.

Корректировка Баланса Лимита происходит на основании информации об оказанных и/или запрошенных Маркетинговых услугах, а также в результате пополнения Баланса Лимита Партнером или в случае неоказания Маркетинговых услуг.

2. СТОИМОСТЬ УСЛУГ И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

- 2.1. В дополнение к положениям Договора, стоимость Маркетинговых услуг может определяться по параметрам в соответствии с п. 1.2.1 и п. 1.2.2. Условий оказания маркетинговых услуг.

- 2.2. Lamoda вправе пополнить Баланс Лимита Партнера посредством Обещанного платежа в размере, определяемом Lamoda либо совместно Сторонами. При применении Обещанного платежа Маркетинговые услуги оплачиваются в соответствии с Договором. В случае не поступления денежных средств на расчетный счет Lamoda для оплаты Обещанного платежа, Lamoda вправе приостановить и/или прекратить оказание любых Маркетинговых услуг.

3. РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

- 3.1. Партнер обязуется предоставлять для размещения Рекламные материалы, соответствующие условиям Договора, Требованиям к Рекламным материалам и законодательству.
- 3.2. Рекламные материалы должны быть предоставлены вместе со сведениями об изначальном договоре с конечным рекламодателем (при наличии такого договора). При неисполнении указанного требования, Партнер самостоятельно отвечает за нарушения требований к маркировке интернет-рекламы и компенсирует Lamoda весь ущерб.
- 3.3. Lamoda не размещает Рекламные материалы политического, агитационного, религиозного и иного содержания, противоречащего принципам Кодекса сотрудничества Lamoda.

4. МАРКИРОВКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Обязанность по маркировке

- 4.1. Стороны вправе определить в заявке на оказание Маркетинговых услуг, на какую Сторону будет возложена обязанность по маркировке Интернет-рекламы в соответствии с ч. 16 ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Обязанность по маркировке).
- 4.2. Для исполнения Обязанности по маркировке соответствующая Сторона наносит на размещаемую рекламу до ее размещения пометку «реклама», а также указание на рекламодателя такой рекламы.

Обязанность по передаче сведений в ЕРИР

- 4.3. Стороны вправе также определить в Заявке, на какую Сторону будет возложена обязанность по предоставлению через оператора рекламных данных (далее – ОРД) в единый реестр интернет-рекламы (далее ЕРИР) Роскомнадзора сведений о согласованной по Договору и размещаемой в сети «Интернет» рекламе,

направленной на привлечение внимания потребителей рекламы, находящихся на территории Российской Федерации (далее – Обязанность по передаче сведений в ЕРИР).

4.4. Для исполнения Обязанности по передаче сведений в ЕРИР соответствующая Сторона предоставляет требуемые ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» сведения через ОРД, определенного такой Стороной, на следующих условиях:

4.4.1. Соответствующая Сторона исполняет Обязанность по передаче сведений в ЕРИР в установленные законодательством сроки и обеспечивает неизменность и полноту вносимых сведений, предоставленных другой Стороной.

4.4.2. Другая Сторона обязуется предоставить соответствующей Стороне информацию о размещаемой рекламе, включая рекламные материалы не позднее 5 рабочих дней до планируемой даты размещения такой рекламы. При нарушении указанного срока соответствующая Сторона по своему усмотрению определяет иную дату размещения рекламы уведомив об этом другую Сторону.

4.4.3. Соответствующая Сторона обеспечивает в соответствии с ч. 17 ст. 18.1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» получение в ОРД уникального идентификатора для размещаемой по Договору рекламы и размещает рекламу только с использованием присвоенного такой рекламе уникального идентификатора, а также предоставляет полученный уникальный идентификатор другой Стороне в отношении той рекламы, размещение которой осуществляет другая Сторона.

4.4.4. Соответствующая Сторона не несет ответственность за:

- несвоевременную передачу информации ОРД в случае сбоев и/или ошибок в функционировании программного обеспечения ОРД;
- содержание и достоверность сведений и документов другой Стороны;
- непередачу/несвоевременную передачу ОРД информации в единый реестр интернет-рекламы, отказ в принятии данных Роскомнадзором;
- технические ошибки и сбои, в том числе в отношении программного обеспечения, произошедшие на стороне Роскомнадзора.

4.4.5. Соответствующая Сторона вправе не размещать рекламу, которой не присвоен уникальный идентификатор не по вине такой Стороны.

4.5. Передача информации в ОРД в рамках исполнения Обязанности по передаче сведений в ЕРИР не является разглашением конфиденциальной информации.

Согласование рекламы с Lamoda

- 4.6. Если Обязанность по передаче сведений в ЕРИР исполняет Lamoda, Партнер обязуется предоставить информацию о размещаемой рекламе, включая рекламные материалы не позднее 5 рабочих дней до планируемой даты размещения соответствующей рекламы для подтверждения со стороны Lamoda.
- 4.7. При доработке или изменении рекламных материалов и/или при наличии со стороны Lamoda запроса информации, Партнер предоставляет финальные материалы и/или запрошенную информацию не позднее 5 рабочих дней до планируемой даты размещения соответствующей рекламы.
- 4.8. С целью исполнения Обязанности по передаче сведений в ЕРИР Lamoda вправе по своему усмотрению определить иную дату размещения рекламы уведомив Партнера, если подтверждение возможности размещения рекламы по итогам полученной от Партнера информации и/или доработанных/измененных рекламных материалов произошло менее чем за 2 (два) рабочих дня до планируемой даты размещения.

Ответственность

- 4.9. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения соответствующей Стороной Обязанности по маркировке или Обязанности по передаче сведений в ЕРИР другая Сторона вправе потребовать возмещения причиненного в результате нарушения ущерба.
- 4.10. Соответствующая Сторона не несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение Обязанности по маркировке или Обязанности по передаче сведений в ЕРИР, произошедшее в связи с несвоевременным предоставлением другой Стороной сведений или документов для исполнения Обязанности по маркировке или Обязанности по передаче сведений в ЕРИР, или с предоставлением другой Стороной недостоверных сведений или документов. В таком случае соответствующая Сторона вправе потребовать от другой Стороны возмещения причиненного ущерба.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМНЫМ МАТЕРИАЛАМ

Общие требования к содержанию рекламных материалов

- 5.1. Рекламные материалы должны соответствовать условиям Договора, Требованиям к Рекламным материалам и законодательству.

- 5.2. Рекламные материалы должны соответствовать критерию добросовестности, не допускается использовать:
- 5.2.1. некорректные сравнения (нельзя использовать слова «лучший», «первый», «номер один», иные слова, создающие впечатление превосходства товара и (или) его продавца без указания объективно подтвержденных конкретных характеристик сравнения или, если такие слова являются ложными);
 - 5.2.2. информацию, порочащую честь, достоинство, деловую репутацию третьих лиц, включая конкурентов;
 - 5.2.3. объекты интеллектуальной собственности и результаты интеллектуальной деятельности без подтверждения наличия прав использования, включая средства индивидуализации, схожие или идентичные средства индивидуализации третьих лиц;
- 5.3. Рекламные материалы не должны содержать не соответствующие действительности сведения об условиях приобретения товара, о его стоимости, о преимуществах перед другими товарами и тд. В Рекламных материалах не должно быть обмана, ложных или неточных/неполных сведений. Рекламные материалы не должны вводить потребителя в заблуждение.
- 5.4. Рекламные материалы не должны побуждать к нарушению закона, включая:
- 5.4.1. побуждение к совершению противоправных действий, к насилию и жестокости;
 - 5.4.2. демонстрация угрозы безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
 - 5.4.3. формирование негативного отношения к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждение таких лиц;
 - 5.4.4. информацию порнографического характера;
 - 5.4.5. информацию, пропагандирующую либо демонстрирующую нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения, педофилию, смену пола.
- 5.5. Рекламные материалы не должны содержать недопустимых сведений и объектов:
- 5.5.1. иностранные слова и выражения, либо присутствует их перевод на русский язык;
 - 5.5.2. некорректное и неправильное написание русского языка;
 - 5.5.3. указание на то, что объект рекламирования одобряется каким-либо государственным органом;
 - 5.5.4. демонстрация курения и потребления алкоголя;

- 5.5.5. образы медицинский работников;
 - 5.5.6. указание на лечебные свойства объекта рекламирования.
- 5.6. Реклама должна быть пристойной. Не допускается демонстрация или использование:
- 5.6.1. бранных слов, непристойных и оскорбительных образы, сравнений или выражений;
 - 5.6.2. оскорблений в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, государственных и религиозных символов, объектов культурного наследия.
 - 5.6.3. товаров, образов, слов или выражений с сексуальным подтекстом или пошлого характера.
- 5.7. Объектом рекламирования не могут являться:
- 5.7.1. товары, запрещенные законодательством к производству или реализации, в том числе контрафактные товары;
 - 5.7.2. никотиносодержащая продукция и устройства для ее потребления, в том числе кальяны, пепельницы, зажигалки;
 - 5.7.3. алкогольная продукция;
 - 5.7.4. товары, являющиеся наркотическими средствами, психотропными веществами и их прекурсорами, либо содержащие наркотические средства или психотропные вещества, либо их прекурсоры и иные потенциально опасные психоактивные вещества;
 - 5.7.5. оружие, его копии, комплектующие к нему, ножи, за исключением кухонных, перочинных и канцелярских;
 - 5.7.6. взрывчатые вещества и материалы;
 - 5.7.7. товары, подлежащие государственной регистрации, при ее отсутствии;
 - 5.7.8. товары и бренды, не представленные в ассортименте Lamoda;
 - 5.7.9. бренды, если объектом рекламирования является исключительно бренд;
 - 5.7.10. интернет-магазины, мобильные приложения и торговые объекты, за исключением интернет-магазина, мобильного приложения и торговых объектов Lamoda.
- 5.8. Рекламные материалы, содержащие изображения гражданина, допускаются к размещению только при подтверждении наличия согласия этого гражданина.

- 5.9. Lamoda вправе не размещать или досрочно прекратить размещение любого Рекламного материала в одностороннем порядке с уведомлением или без такового и без объяснения причин.

Реклама БАД

- 5.10. Рекламные материалы, связанные с рекламой БАД, должны содержать предупреждение «Не является лекарственным средством», занимающее не менее 10 % площади Рекламного материала.
- 5.11. Рекламные материалы, связанные с рекламой БАД и пищевых добавок, не должны:
- 5.11.1. создавать впечатление о том, что добавки являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
 - 5.11.2. содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения добавок;
 - 5.11.3. содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением добавок;
 - 5.11.4. побуждать к отказу от здорового питания;
 - 5.11.5. создавать впечатление о преимуществах добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению добавок.

Реклама стимулирующего мероприятия

- 5.12. Если условием участия в акции, конкурсе, игре, ином подобном мероприятии (стимулирующее мероприятие) является приобретение определенного товара, то на Рекламном материале такого мероприятия должны быть указаны условия стимулирующего мероприятия:
- 5.12.1. срок проведения;
 - 5.12.2. источник информации об организаторе, о правилах проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения.

Требования к Медиа баннеру и тексту

- 5.13. Медиа баннер не должен содержать контактную информацию: номера телефонов, электронные адреса или ссылки на сайты.
- 5.14. Медиа баннер не должен содержать анонс или ссылку на регистрацию чеков в стороннем сервисе или за пределами Сайта.

- 5.15. Текст должен быть написан грамотным русским языком, без опечаток. Не должны использоваться бранные слова, жаргонные выражения, слова и фразы провокационного и трагического содержания, неоправданные повторы слов и фраз.
- 5.16. Текст должен быть составлен полностью на русском языке, за исключением средств индивидуализации. Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях.
- 5.17. Тексты сообщений должны быть написаны без сокращений, в том числе должны учитываться технические ограничения на количество символов в заголовке. Исключение — общепринятые сокращения и знак рубля (₽).
- 5.18. Страница перехода должна соответствовать Медиа баннеру или видео и вести на работающую страницу. Страница перехода должна содержать весь перечень условий участия в акциях, если объектом рекламирования является акция или стимулирующее мероприятие.
- 5.19. Запрещается использовать Ссылку с UTM-меткой и другими параметрами разметки. Например: `utm_source=adv_system&utm_medium=banner&utm_campaign=12345`.
- 5.20. Ссылка не должна содержать редиректов (автоматически переадресовывать пользователя на другой адрес). Исключение — смена протокола с HTTP на HTTPS.
- 5.21. Если на Медиа баннере анонсируются неоднородные скидки, то необходимо указывать «Скидки до __%» или «Скидки от __%» без учета скидки постоянного покупателя.
- 5.22. Медиа баннер и текст должны соответствовать техническим требованиям Lamoda.