

УТВЕРЖДЕНО
протоколом Правления АНО «ИРИ»
от «17» октября 2025 г. № 1

ПОЛОЖЕНИЕ
по проведению Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета» конкурсного отбора проектов
социальной рекламы для некоммерческих организаций
(2 волна 2025 года)

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 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

1.2. Настоящее Положение разработано на основании Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», Закона «О рекламе», Указа Президента Российской Федерации от 09.11.2022 № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» 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) – 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.

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

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

Анкета Заявителя – комплект документов, содержащий информацию о Заявителе.

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

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.

Пост социальной рекламы – пример текстового материала социальной рекламы для размещения на ресурсах блогеров (на персональных страницах и/или в публичных каналах владельцев таких персональных страниц и/или публичных каналов, в социальных сетях) в соответствии с требованиями, указанными в приложении № 3 к настоящему Положению.

Раскадровка – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности, выполненные в соответствии с требованиями, указанными в приложении № 1 к настоящему Положению, и содержащие Рекламное сообщение.

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

Креатив – визуальное оформление Баннеров 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, Посты социальной рекламы, 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 № 7 к настоящему Положению.

Критерии отнесения – критерии 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», утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 16.12.2021 № 2312.

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, 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 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) развитие культуры системной благотворительности и меценатства (продвижение системной поддержки сектора НКО, важности системной, а не разовой помощи);

2) просвещение о проблемах людей в трудной жизненной ситуации, поддержка людей в трудной жизненной ситуации (тяжелобольные люди и их семьи, социально уязвимые, жертвы насилия и т.д.);

3) поддержка людей с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), формирование инклюзивного подхода по отношению к людям с ОВЗ;

4) поддержка участников СВО и их семей;

5) забота о здоровье граждан (ЗОЖ, профилактика болезней, алкоголизма, наркомании, психологическая поддержка);

6) развитие культуры ответственного отношения к окружающей среде (животные, территории)

7) просвещение в области финансовой, правовой грамотности, грамотности в сфере безопасности, а также иных видов грамотности;

8) развитие внимания к пожилым людям;

9) продвижение семейных ценностей, культуры ответственного родительства, включая приемное родительство, профилактика сиротства;

10) развитие добровольчества (волонтерства);

11) развитие донорства;

12) патриотическое воспитание, продвижение традиционных ценностей

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

5. Требования к Заявителям

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

а) объединений работодателей,

- б) объединений кооперативов,
- в) торгово-промышленных палат,
- г) государственных или муниципальных учреждений,
- д) государственных корпораций,
- е) политических партий.

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. 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 или 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. 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. Отсутствие в реестрах недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которых осуществляется федеральным исполнительным органом власти в соответствии с законодательством Российской Федерации, информации о Заявителе, в том числе информации об учредителях, о членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа Заявителя.

5.2.9. Отсутствие в течение двух лет до даты подачи Заявки фактов привлечения Заявителя или лица, исполняющего функции единоличного исполнительного органа Заявителя, к административной ответственности, предусмотренной статьями 13.15, 15.14 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5.2.10. Отсутствие у Заявителя задолженности по налогам, сборам, пеням, штрафам, процентам, задолженности по иным обязательным платежам в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в размере, превышающем десять тысяч рублей.

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

5.2.12. Социальная или благотворительная деятельность Заявителя 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 Раскадровка, должны соответствовать требованиям, установленным действующим законодательством Российской Федерации, Критериям отнесения, включая (но не ограничиваясь):

а) требования законодательства о рекламе, предъявляемые к социальной рекламе;

б) требования об ограничении демонстрации курения табака, употребления алкогольной продукции и использования ненормативной лексики;

в) не должны содержать пропаганду или агитацию, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду;

г) не должны содержать явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам государственной власти и (или) местного самоуправления.

6.4. 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.

6.5. Цель, ожидаемый результат Проекта не должны быть посвящены исключительно сбору денежных средств, а также прямой имиджевой рекламе Заявителя

6.6. Проект, включая Раскадровку, Лендинг, Пост социальной рекламы (при наличии) не должен содержать прямо или косвенно признаков коммерческой, политической или религиозной рекламы.

6.7. Целевой аудиторией Проекта должны быть лица старше 12 (двенадцати) лет.

6.8. Периоды размещения Проекта должны соответствовать срокам, определенным АНО «ИРИ» в информационном сообщении на Сайте.

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

6.9.1. Документы:

№	Название документа	Примечание
1	Устав организации	Должен быть приложен в последней редакции
2	Документ, подтверждающий наличие полномочий лица, подписавшего документ «Подтверждение подачи Заявки», действовать от имени Заявителя в рамках Конкурса и подавать Заявку.	а) должен быть приложен, только если подписавшее лицо не имеет права без доверенности действовать от имени Заявителя; б) может быть оформлен в соответствии с приложением № 6 к Положению.
3	Справка об отсутствии налоговой задолженности по форме приложения № 1 к приказу ФНС России от 23.11.2022 № ЕД-7-8/1123@.	а) должен быть приложен только один из трех документов, указанных в подпунктах 3, 4, 5 настоящей таблицы; б) справка должна быть сформирована не ранее чем за 3 (три) месяца до даты подачи Заявки;

		в) если справка подписана отсоединенной электронной подписью, то Заявитель обязан приложить файл формата .sig или .pkcs #7, содержащий подпись налогового органа.
4	Справка о сальдо ЕНС по форме приложения № 1 к приказу ФНС России от 05.11.2024 № ЕД-7-8/987@.	а) должен быть приложен только один из трех документов, указанных в подпунктах 3, 4, 5 настоящей таблицы; б) справка должна быть сформирована не ранее чем за 3 (три) месяца до даты подачи Заявки; в) отрицательное сальдо ЕНС не должно превышать 10 000 (десять тысяч) рублей. При отрицательном сальдо ЕНС справка должна содержать детализацию сведений; г) если справка подписана отсоединенной электронной подписью, то Заявитель обязан приложить файл формата .sig или .pkcs #7, содержащий подпись налогового органа.
5	Гарантийное письмо о представлении справки по форме приложения № 5 к Положению.	Должен быть приложен только один из трех документов, указанных в подпунктах 3, 4, 5 настоящей таблицы.

6.9.2. 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);
- опыт реализации проектов социальной направленности (при наличии);

- опыт участия в конкурсах, грантовых программах (при наличии);
- опыт проведения рекламных кампаний (при наличии).

6.10. Заявка должна содержать следующие документы и информацию:

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

- название Проекта;
- выбранное тематическое направление;
- цель 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;
- подтверждение актуальности заявленной социальной рекламы для пользователей более чем 20 (двадцати) субъектов Российской Федерации;
- целевую аудиторию рекламной кампании;
- желаемый период размещения в рамках периода, определенного АНО «ИРИ»;

– код и категорию маркировки социальной рекламы в соответствии с ККТУ (классификатором категорий товаров и услуг);

в) о Креативах социальной рекламы, что включает в себя:

– Раскадровку, подготовленную в формате .pptx, по шаблону, указанному в приложении № 1 к настоящему Положению;

- описание креативной идеи (по желанию);
- подтверждение законности использования Баннеров, представленных в Заявке;

– информацию об использовании представленных Баннеров ранее (при наличии);

- информацию о привлечении третьих лиц к производству Баннеров;
- информацию о размещении у блогеров (по желанию);

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) номер телефона, а также электронный адрес контактного лица Заявителя.

6.11. Заявленная социальная реклама должна иметь федеральный охват – быть актуальна для пользователей минимум 20 (двадцати) субъектов Российской Федерации. Соблюдение данного требования должно быть описано Заявителем в соответствующем поле Заявки, которая не должна противоречить информации на официальном сайте Заявителя в сети Интернет или Лендинге.

6.12. 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.

6.13. 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».

6.14. Заявитель обязуется в случае объявления Проекта Победителем Конкурса исключить из Лендинга (включая все страницы сайта, на который

осуществляется переход с Рекламного материала) любую информацию о коммерческих организациях и любых коммерческих услугах (кроме информации о спонсорах).

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.

7.3. При отсутствии технической возможности приема Заявок в электронном виде, в том числе в случае временной неработоспособности Сайта, АНО «ИРИ» вправе осуществлять прием Заявок посредством электронной почты social-ads-feedback@iri.center. О возможности направления Заявок в электронном виде на электронный адрес АНО «ИРИ» размещает информационное сообщение на Сайте.

7.4. К Заявке должны быть приложены электронные образы документов (скан-копии), предусмотренные Заявкой Конкурса.

7.5. 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 на Сайте.

Дата окончания приема Заявок – определяется АНО «ИРИ» и содержится в информационном сообщении на Сайте.

Информация и документы, поступившие в АНО «ИРИ» после **окончания приема Заявок**, 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.

7.6. Заявитель вправе по собственной инициативе в любой период

Конкурсного отбора отозвать ранее поданную Заявку путем направления электронного образа (скан-копии) собственноручно подписанного уполномоченным представителем Заявителя заявления на электронный адрес social-ads-feedback@iri.center.

7.7. Для подтверждения подачи Заявки на участие в Конкурсном отборе к Заявке прилагается электронный образ (скан-копия) собственноручно подписанного уполномоченным представителем Заявителя документа по форме, установленной приложением № 4 к настоящему Положению.

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

8.1. Заявка регистрируется и первично рассматривается АНО «ИРИ» в срок не более 50 (пятидесяти) рабочих дней с даты окончания приема Заявок, установленной на Сайте.

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

- соответствие Проекта выбранному тематическому направлению, установленному в пункте 4.1 настоящего Положения;
- соответствие Заявителя требованиям раздела 5 Положения, а также соответствие Заявки требованиям раздела 6 Положения;
- соответствие Заявителя и Заявки требованиям, указанным в приложениях к Положению;
- добросовестность или недобросовестность поведения Заявителя при подаче Заявки.

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

8.4. В случае несоответствия Заявителя и (или) Заявки требованиям

Положения Заявка отклоняется АНО «ИРИ», о чем Заявитель уведомляется по электронной почте, указанной в Анкете Заявителя. Уведомление об отклонении Заявки по электронной почте должно содержать основания ее отклонения.

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. В таком случае Заявитель вправе 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.

Сайт является официальным источником всей размещаемой информации, относящейся к Конкурсу.

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:

Критерий	Описание критерия
I. Актуальность социальной рекламы и федеральный масштаб	Представленная социальная реклама актуальна и полезна для широкого освещения в сети Интернет на аудиторию Рунета. Социальная реклама востребована на национальном уровне.
II. Рекламное сообщение Раскадровки	Рекламное сообщение Баннера понятно и направлено на заявленную цель размещения. Рекламное сообщение доносит ключевую мысль, а также мотивирует ознакомиться с темой больше, кликнуть Баннер и перейти на Лендинг.
III. Визуальная подача и качество реализации Раскадровки	Раскадровка адаптирована под формат рекламы в сети Интернет. Раскадровка выполнена современно и на качественном художественном и техническом уровне. Визуальная составляющая логична для данного Рекламного сообщения. Присутствует креативная составляющая.
IV. Лендинг	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.
V. Эффективность социальной рекламы	Представленная социальная реклама сделана качественно и может повлиять на общество (повысить уровень знания по теме, изменить отношение к проблеме, смотивировать к действию, решить социальную проблему)

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» назначается третий Эксперт, не являющийся работником АНО «ИРИ».

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

9.6. На основании оценок (баллов) и положительных заключений Экспертов АНО «ИРИ» формируется рейтинг Проектов, набравших более 70 баллов, для направления Комиссии по отбору.

9.7. При наличии в рейтинге Проектов, набравших более 70 (семидесяти) баллов по результатам положительных заключений Экспертов, информации о размещении Проекта в социальных сетях, Посты социальной рекламы направляются для рассмотрения Комиссии по отбору проектов.

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. Секретарь Комиссии по отбору организует проведение заседаний Комиссии по отбору по вопросу рассмотрения Проектов в срок не позднее 7 (семи) рабочих дней со дня направления материалов Председателю.

10.3. Комиссия по отбору рассматривает поступившие списки Проектов, набравших более 70 (семидесяти) баллов по результатам

положительных заключений Экспертов, и путем голосования ее членов определяет Победителей Конкурса. При необходимости Комиссия также определяет резервных Победителей Конкурса.

10.4. В случае, если у Победителей Конкурса к Заявке приложена информация о размещении социальной рекламы у блогеров (Пост для социальных сетей), Комиссия рассматривает приложенный материал и определяет шорт-лист Проектов из перечня Победителей, рекомендуемых к размещению у блогеров исходя из наличия соответствующей возможности у Оператора и имеющихся квот.

10.5. 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.

10.6. Списки Победителей и резервных Победителей Конкурса (при наличии) публикуются на Сайте не позднее 3 (трех) рабочих дней со дня принятия решения Комиссии по отбору.

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

10.8. 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.

10.9. 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.

10.10.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.

10.11. 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 связывается с Победителями по контактными данным, указанным в Анкете Заявителя или Заявке.

10.12. Если АНО «ИРИ» в течение 15 (пятнадцати) календарных 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. Положение вступает в силу с даты его утверждения.

11.2. 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 60 (шестидесяти) миллионов показов (за исключением случаев, когда объем размещения может быть скорректирован по основаниям, предусмотренным в пункте 12.4 Положения), длительностью не менее 20 (двадцати) и не более 40 (сорока) календарных дней в период с апреля 2026 года по сентябрь 2026 года, если иное не предусмотрено соответствующим информационным

сообщением на Сайте. Часть инвентаря может быть предоставлена дополнительно к указанному количеству в кликах. По итогам отбора при наличии возможности Оператор предоставляет размещение шорт-листу Победителей Конкурса на ресурсах блогеров.

12.2. 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 рекламораспространителей и имеющийся инвентарь для размещения, самостоятельно определяет условия размещения, включая период, рекламораспространителей, интернет-ресурсы, формы и форматы размещения. При наличии технической возможности АНО «ИРИ» вправе по согласованию с Победителем настроить таргетирование. АНО «ИРИ» вправе предоставить дополнительные форматы и объемы размещения сверх указанного объема показов при наличии соответствующего свободного инвентаря, а также принимая во внимание тематику проекта, Креатив и Лендинг.

12.3. Если Победитель отказывается от предложенных АНО «ИРИ» рекламораспространителей, интернет-ресурсов, форм и/или форматов размещения, то АНО «ИРИ» вправе сократить объем размещения соразмерно предложенному по данным рекламораспространителям, интернет-ресурсам/формам/форматам.

12.4. Если рекламораспространитель отказывает в размещении Рекламных материалов Победителя на основании правил распространения рекламы рекламораспространителя, то АНО «ИРИ» при наличии возможности подбирает иных рекламораспространителей. Если иные рекламораспространители отказывают в размещении Рекламных материалов Победителя по аналогичным причинам, то АНО «ИРИ» вправе сократить объем размещения по данной рекламной кампании в соответствии с доступным рекламным инвентарем.

Приложение № 1
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна)

Требования к Раскадровке для Заявителей

1. На Конкурс предоставляется 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 сборах денежных средств за исключением тематического направления «развитие культуры системной благотворительности и меценатства».
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.
9. На Раскадровке не допускается использование QR-кодов.

Дополнение к приложению № 1
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна)

Название рекламной кампании

Заявитель: укажите юрлицо

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

Требования к раскадровке:

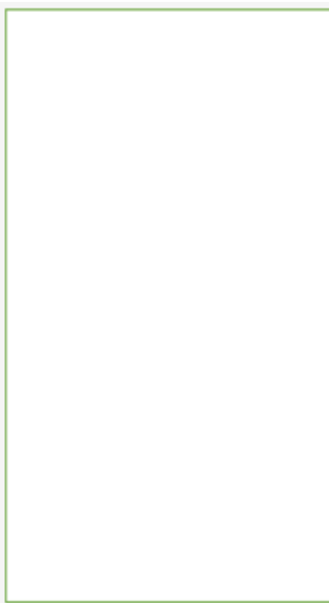
- вертикальный формат, 240x400 (9x16)
- [jpeg](#), [png](#)

Рекомендации:

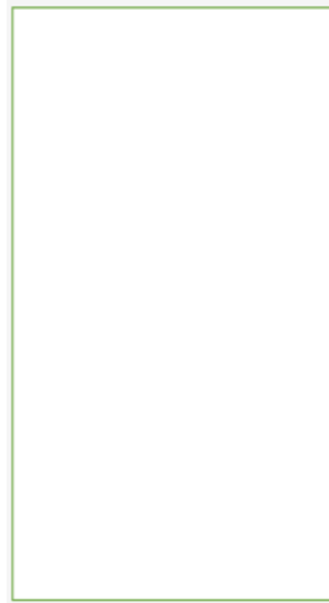
- не менее 2 и не более 4 кадров
- текст рекламного сообщения до 5 слов на каждом кадре
- призыв к действию или кнопка на последнем кадре

Внимание!

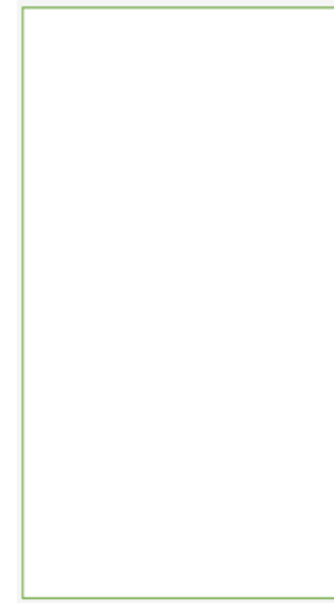
Вы можете загрузить только 1 (одну) раскадровку.
Для загрузки нового креатива необходимо заполнить новую заявку



Кадр 1



Кадр 2



Кадр 3

Приложение № 2
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (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. Контент Лендинга должен содержать информацию, полноценно раскрывающую суть и цель размещения социальной рекламы.

2. 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 30% от площади Лендинга, при этом он 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 («о фонде», «о команде», «наши проекты» и т.д.) должна занимать не более 30% от общей площади Лендинга, за исключением тематического направления, указанного в подпункте 2 пункта 4.1 Положения. В указанном тематическом направлении информация

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

о Заявителе может занимать более 30% от общей площади Лендинга, если она направлена на информирование о конкретной программе помощи Заявителя.

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

В частности, запрещается рекомендовать коммерческие организации или сообщать о сотрудничестве с ними (при отсутствии естественной органической связи с Проектом), сообщать о собственной коммерческой деятельности или деятельности спонсора проекта/фонда, включая указание ссылок на сторонние сайты с такой информацией, в том случае если данная организация не является спонсором рекламируемого благотворительного/социального проекта и есть документы, подтверждающие статус спонсора (спонсорский договор). Информация о спонсоре при этом должна быть краткой и описывать только сам факт сотрудничества. В случае объявления Проекта Победителем Конкурса Заявителю необходимо исключить из Лендинга (включая все страницы сайта, на который осуществляется переход с Рекламного материала) любую информацию о коммерческих организациях и любых коммерческих услугах (кроме информации о спонсорах). На Лендинге не допускается реклама третьих лиц.

7. Доменное имя Лендинга не должно содержать упоминаний товарных знаков.

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.

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 (принимается только десктопная версия) 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 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
в 2025 г. (2 волна).

Требования к Посту социальной рекламы для Заявителя

1. Технические требования: текстовый пост, не более 1 000 (одной тысячи) знаков с пробелами.
2. Контент Поста социальной рекламы должен соответствовать тематике, представленной на Конкурс Раскадровке и Лендингу.
3. Пост для социальной сети не может быть посвящен исключительно имиджевой рекламе конкретного Заявителя (за исключением программ оказания помощи) или сбора средств.
4. В Посте социальной рекламы не допускается наличие признаков коммерческой, политической, религиозной рекламы, в том числе скрытой, а также наличие данных, не соответствующих действительности.
5. Контент Поста социальной рекламы не должен содержать угрозы, запугивания, агрессивные требования, манипулятивные коммуникации, включая давление на жалость.
6. Пост социальной рекламы должен содержать вовлекающую механику и призыв к действию (пройти тест, поделиться историей, поучаствовать в акции и т.д.).
7. В Посте социальной рекламы рекомендуется использование хештега/(-ов) (#).
8. Пост социальной рекламы должен иметь федеральную актуальность (минимум для 20 (двадцати) регионов России).

Приложение № 4
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна).

**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 2025 году (2 волна) для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Конкурс), заполненной в электронной форме на официальном сайте АНО «ИРИ» в сети Интернет по адресу: соцреклама.ири.рф (далее – Заявка, официальный сайт)².

Подписывая настоящий документ, Заявитель подтверждает:

- что ознакомлен с Положением о Конкурсе, размещенном на официальном сайте;
- ознакомлен с проектом договора в приложении № 7

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.

к Положению;

- ознакомлен и согласен со всеми условиями проведения Конкурса;
- обязуется в случае объявления Проекта Победителем Конкурса исключить из Лендинга (включая все страницы сайта, на который осуществляется переход с Рекламного материала) любую информацию о коммерческих организациях и любых коммерческих услугах (кроме информации о спонсорах);
- 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;
- между Заявителем и АНО «ИРИ» отсутствует конфликт интересов;
- 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 № 7 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 на Баннере фирменного наименования спонсора Проекта исключительно при наличии документов, подтверждающих статус спонсора (спонсорского договора), и в объеме, не превышающем 5% (пять процентов) 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 сети Интернет и в средствах массовой информации;

– на проведение дополнительных проверок в отношении Заявителя.

«___» _____ 20__ г.

_____/_____
(подпись) М.П.³ (расшифровка)

³ При наличии печати.

Приложение № 5
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна)

Генеральному директору
Автономной некоммерческой организации
«Институт развития интернета»
(АНО «ИРИ»)
Гореславскому Алексею Сергеевичу

от

(должность Заявителя или представителя Заявителя [при наличии])

(полное наименование Заявителя или представителя Заявителя)

Гарантийное письмо о представлении справки

В соответствии с Положением по проведению Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета» конкурсного отбора проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций (далее – Конкурсный отбор) Заявителю необходимо представить в том числе справку об отсутствии задолженности по налогам, сборам, задолженности по иным обязательным платежам в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации по форме, утвержденной приказом ФНС России от 23.11.2022 № ЕД-7-8/1123@ «Об утверждении формы справки об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, плательщиком страховых взносов, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов и формата ее представления в электронной форме», или справку о наличии по состоянию на дату формирования справки положительного, отрицательного или нулевого сальдо единого налогового счета налогоплательщика, плательщика сбора, плательщика страховых взносов или налогового агента по форме, утвержденной приказом ФНС России от 05.11.2024 № ЕД-7-8/987@ «Об утверждении формы справки о наличии по состоянию на дату формирования справки положительного, отрицательного или нулевого сальдо единого налогового счета налогоплательщика, плательщика сбора, плательщика страховых взносов или налогового агента и формата ее представления в электронной форме», содержащую сведения об отрицательном сальдо единого налогового счета налогоплательщика в размере, не превышающем 10 000 (Десяти тысяч) рублей (с приложением детализации сведений при наличии отрицательного сальдо) (далее – справка).

В связи с _____

(указать причину непредставления справки в составе Заявки)

представить справку вместе с Заявкой для участия в Конкурсном отборе не представляется возможным.

Учитывая изложенное, _____обязуется
(наименование Заявителя)

представить АНО «ИРИ» справку сразу после получения, но не позднее даты заключения договора.

Осведомлен о возможном отказе АНО «ИРИ» от заключения договора в случае непредставления справки в срок, установленный Положением.

«__» _____ 2025 г.

_____/_____
(подпись) (расшифровка)
М.П.⁴

⁴ При наличии печати.

Приложение № 6
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна)

ДОВЕРЕННОСТЬ⁵ № ____
Место совершения доверенности: город _____
Дата совершения доверенности: _____

_____, ИНН _____, ОГРН _____, место
нахождения: _____, адрес: _____ (далее –
«Доверитель»), в лице _____, действующего на основании
Устава, настоящей доверенностью уполномочивает

_____, пол ____, дата рождения: ____, место
рождения: ____, паспорт: серия ____ номер ____, выдан _____
____.____.____, код подразделения _____ (далее – «Доверенное лицо»),

совершать от имени Доверителя все действия Заявителя,
предусмотренные соответствующим Положением по проведению
Автономной некоммерческой организацией «Институт развития интернета»
конкурсного отбора социальной рекламы (далее – «Соответствующее
Положение»).

Термины, начинающиеся с заглавной буквы и не определенные по тексту
настоящей доверенности, имеют значение, присвоенное им в Соответствующем
Положении.

Доверенность выдана сроком на 1 (один) год без права передоверия.

Подпись Доверенного лица _____ удостоверяю.
подпись

_____	_____ / _____	_____ / _____
должность	подпись	М.П. ⁶ ФИО

⁵ Данная форма доверенности оформляется на бланке Заявителя и носит рекомендательный характер.
АНО «ИРИ» принимает в том числе другие формы доверенностей, оформленных в соответствии
с требованиями законодательства РФ.

⁶ При наличии печати.

Приложение № 7
к Положению по проведению
Автономной некоммерческой организацией
«Институт развития интернета»
конкурсного отбора проектов социальной
рекламы для некоммерческих организаций
в 2025 г. (2 волна)

Договор № _____

г. Москва

«__» _____ 202__ г.

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

Автономная некоммерческая организация «Институт развития интернета» (АНО «ИРИ»), 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.

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

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

Рекламное место – область информационного ресурса (сайта)/программы для ЭВМ, в том числе для мобильных устройств, персональная страница рекламодателя в социальной сети и/или публичный канал в мессенджере (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, подготовленные на основании Раскадровки, доработанной по комментариям Комиссии по отбору (при их наличии), Посты социальной рекламы, соответствующие требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе» к социальной рекламе, 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.

Посты социальной рекламы (Посты) – текстовые материалы, подготовленные Рекламодателем на основании примера поста социальной рекламы, отобранного Комиссией по отбору в шорт-лист, которые могут сопровождаться графическими элементами/фотоматериалами, и предназначены для размещения на Информационных ресурсах блогеров (владельцев персональных страниц и/или публичных каналов в социальных сетях).

Размещение – распространение/Показ/публикация 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.

Рекламные данные – информация о Рекламных материалах, Рекламодателе, категории объекта рекламирования в соответствии с классификатором категорий товаров и услуг (ККТУ) и его описание, о Договоре, о приложениях, об Актах, о безвозмездном характере услуг, условиях Размещений, количестве Показов и т.п., обязательная в соответствии с законодательством Российской Федерации для предоставления в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Оператор рекламных данных (ОРД) – владелец программы для электронных вычислительных машин, предназначенных для установления факта распространения социальной рекламы в сети Интернет, уполномоченный Роскомнадзором осуществлять учет социальной рекламы в сети Интернет и предоставлять информацию в Роскомнадзор.

Регистрация – процесс передачи Рекламных данных в Единый реестр интернет рекламы (ЕРИР) в целях присвоения Рекламному материалу Идентификатора и дальнейшего Размещения Рекламного материала с Идентификатором.

Идентификатор – уникальное обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемости распространенного в сети Интернет Рекламного материала и учета информации о Рекламном материале, которое присваивается Оператором рекламных данных.

Передача Рекламных данных – передача Рекламных данных в ЕРИР через ОРД после завершения Размещения Рекламных материалов.

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

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

Российской Федерации следует руководствоваться толкованием термина, сложившимся в практике делового оборота.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

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

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

1.3. Стороны согласовали следующие условия оказания услуг по Размещению в рамках заявки № _____:

- Условное название Рекламной кампании: _____
- Формат размещения: _____
- Период, в течение которого планируется оказание услуг*: _____

*На усмотрение Оператора указанный период может быть изменен.

Информационный ресурс, Период размещения, форма и формат социальной рекламы, а также иные условия оказания услуг по Размещению согласовываются Сторонами в соответствующем Приложении к Договору. Фактический объем оказанных услуг фиксируется в Акте.

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 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 или Лендинга, Поста (при наличии), Рекламодаделец обязуется произвести соответствующие доработки, а также, если Рекламодаделец хочет внести правки в Раскадровку и/или Лендинг и/или Пост (при наличии), Рекламодаделец вправе по согласованию с Оператором внести незначительные правки, не изменяющие концепцию и/или художественное наполнение материалов и не влияющие на целостность их восприятия (далее – Незначительные правки). В указанных случаях Рекламодаделец должен предоставить Раскадровку и/или Лендинг и/или Пост (при наличии) 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 и/или Пост (при наличии) в целях обеспечения соблюдения требований, установленных пунктами 2.6 и 2.7 Договора. В указанном случае Рекламодаделец должен предоставить измененные материалы в порядке и в сроки, предусмотренные пунктом 2.2 Договора.

2.4. Оператор в течение 2 (двух) рабочих дней с даты получения измененных в порядке пунктов 2.2 и 2.3 Договора Раскадровки и/или Лендинга и/или Поста (при наличии) рассматривает их и выносит решение о принятии или отклонении указанных материалов. В случае если Оператор не принимает Незначительные правки Рекламодателя или Рекламодатель не выполняет требования Оператора по внесению Незначительных правок, Оператор вправе в одностороннем порядке изменить условия Размещения в соответствующем Приложении.

2.5. Одновременно с предоставлением Рекламных материалов и Рекламных ссылок в порядке, предусмотренном пунктом 2.1 Договора, Рекламодатель 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 предоставлены 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 предоставления 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, примеру поста социальной рекламы, поданного на Конкурс (при наличии) и отобранного Комиссией по отбору в шорт-лист, 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 Рекламодателя дополнительные документы, подтверждающие:

- соответствие Рекламных материалов требованиям Федерального закона «О рекламе»;
- достоверность социальной рекламы и ее соответствие заявленным целям;
- документы (копии документов), подтверждающие, что Рекламодатель является правообладателем Рекламных материалов и Лендинга или использует их на основании соответствующего разрешения от правообладателя.

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

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

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

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

- если Раскадровка / Рекламные материалы/ Посты 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 Рекламодатель является правообладателем Рекламных материалов и Лендинга или использует их на основании соответствующего разрешения их правообладателя;
- непредставления копии специального разрешения (лицензии), если социальная реклама направлена на рекламирование деятельности Рекламодателя, для осуществления которой в соответствии с законодательством Российской Федерации необходимо такое специальное разрешение (лицензия);
- несоответствия Макета и Рекламной ссылки требованиям, установленным соответствующим Приложением к Договору, 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) 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) Лендинг для их рассмотрения либо в тот же срок письменно уведомляет Оператора об отказе от Размещения.

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

2.15. Если 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.

2.27. Рекламодатель обязуется осуществлять Регистрацию и предоставлять к Размещению Рекламные материалы, содержащие пометку «социальная реклама», указание на Рекламодателя и сайт, страницу сайта в сети Интернет, содержащие информацию о Рекламодателе, а также Идентификатор.

Рекламодатель также обязуется осуществлять Передачу Рекламных данных (передавать в ЕРИР через ОРД, в том числе Акты между Сторонами и информацию по статистике Размещения таких Рекламных материалов).

При этом в случаях, согласованных Сторонами в соответствующем приложении к Договору, Рекламодатель не осуществляет Регистрацию и обязуется предоставлять Рекламные материалы без Идентификатора. В указанном случае, в рамках Передачи Рекламных данных Рекламодатель передает Акты между Сторонами.

3. ПОРЯДОК СДАЧИ-ПРИЕМКИ УСЛУГ

3.1. Оператор не позднее 30 (тридцати) календарных дней со дня окончания Отчетного периода, в котором проводилось Размещение, направляет Рекламодателю подписанные со своей стороны акты сдачи-приемки оказанных услуг в 2 (двух) экземплярах по форме приложения № 2 к Договору (далее по тексту – Акт).

3.2. 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 использованием Оператором результатов интеллектуальной деятельности, предоставленных Рекламодателем по Договору, Рекламодатель обязуется урегулировать

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

4.7. В случае если судом либо административным органом в отношении Оператора будет наложена ответственность за нарушение интеллектуальных или иных охраняемых законом прав третьих лиц использованием Оператором результатов интеллектуальной деятельности, предоставленных Рекламодателем по Договору, 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. Рекламодатель является добросовестным налогоплательщиком и исполняет свои обязательства перед бюджетами бюджетной системы Российской Федерации в полном объеме, при этом не уклоняется от уплаты налогов и сборов, не является технической организацией, не имеет задолженности по налогам и сборам, не вступает в хозяйственно-договорные отношения с «фирмами-однодневками» в понимании, изложенном в законодательстве Российской Федерации и нормативных правовых актах налогового органа.

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

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

7. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

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

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

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

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

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

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

7.7. В случае предъявления к Оператору запросов, претензий, требований, исков и иных подобных обращений (далее – Требования), связанных с Размещением, включая вопросы, касающиеся нарушения Рекламодателем обязательств и гарантий, предусмотренных Договором, Рекламодатель обязуется приложить все необходимые усилия для урегулирования Требований своими силами и за свой счет, а в случае 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 несоблюдением 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.

8.5. Во исполнение требований законодательства Российской Федерации Стороны вправе передавать Рекламные данные в строго предусмотренном законодательством Российской Федерации объеме Операторам рекламных данных, Федеральному государственному унитарному предприятию «Главный радиочастотный центр» (ФГУП «ГРЧЦ»), Роскомнадзору, Федеральной налоговой службе, Федеральной антимонопольной службе, а также рекламораспространителям, что не будет считаться нарушением положений настоящего раздела Договора и иных заключенных между Сторонами соглашений, регулирующих порядок обращения с конфиденциальной информацией/коммерческой тайной.

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 2026 г. включительно (далее – Срок действия) либо до его расторжения по основаниям, предусмотренным Договором или законодательством Российской Федерации.

10.2. 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.

10.3. 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.

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

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

11. СПОРЫ И РАЗНОГЛАСИЯ

11.1. Все споры и разногласия, 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. В соответствии с пунктом 3 статьи 438 Гражданского кодекса Российской Федерации изменение формы Приложения, формы Акта допустимо путем подписания Сторонами новой формы.

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, указанным в Договоре, и самостоятельно несут риски несанкционированного доступа к адресам электронной почты с доменными именами, указанными в разделе 14 Договора, со стороны любых неуполномоченных лиц.

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: 127006, г. Москва,
вн.тер.г. муниципальный округ Тверской,
ул. Тверская, д. 18, к. 1

ИНН: 7709473987/КПП: 771001001

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 032156430000000017301

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. № _____

ФОРМА⁷

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	Информацион- ный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма и формат Макета	Прогнозируемый объем размещения, от/до	Период размеще- ния*

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

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

⁷ Может быть изменена путем подписания Сторонами новой формы.

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.

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

ФОРМА⁸
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	Информацион- ный ресурс	Условное название Рекламной кампании	Форма и формат Макета	Фактический объем размещения	Период размещ ения

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.

ФОРМА СОГЛАСОВАНА СТОРОНАМИ:

Рекламодатель:

_____/_____/

М.П.

Оператор:

АНО «ИРИ»

Заместитель Генерального директора
по социальной рекламе

_____/А.В. Воронков/

М.П.

⁸ Может быть изменена путем подписания Сторонами новой формы.