**ДОГОВОР №\_\_\_\_\_\_**

г.Пермь «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Краевое государственное автономное учреждение «Пермский краевой многофункциональный центр предоставления государственных
и муниципальных услуг» (далее - Рекламораспространитель), в лице руководителя Башаева Алика Исаевича, действующего на основании Устава (далее – Рекламораспространитель), с одной стороны, и \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующего на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (далее – Рекламодатель), с другой стороны, вместе именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий договор (далее – Договор),
о нижеследующем:

**1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА**

1.1. Рекламодатель поручает, а Рекламораспространитель принимает
на себя обязательства по возмездному оказанию услуг по размещению информационно-рекламных материалов Рекламодателя в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Рекламораспространителя при оказании Рекламораспространителем третьим лицам (юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, физическим лицам) государственных и муниципальных услуг в пределах своей компетенции.

1.2. Рекламораспространитель размещает информационно-рекламные материалы Рекламодателя, вид которых, кол-во, адрес и период размещения указаны в Спецификации (Приложение № 1).

**2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЯ**

2.1. Рекламораспространитель обязан принять информационно-рекламные материалы у Рекламодателя и, согласно Спецификации, разместить их. Минимальная партия информационно-рекламных материалов для размещения
в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Рекламораспространителя указана в Приложении № 2 к настоящему Договору.

2.2. Рекламораспространитель обязан информировать Рекламодателя
о приостановке оказания услуг по Договору в случае отсутствия у него информационно-рекламных материалов Рекламодателя. После получения дополнительной партии информационно-рекламных материалов Рекламораспространителем обязан возобновить оказание услуг в течение
5 (пяти) дней.

**3. ПОРЯДОК РАСЧЁТОВ**

3.1. Размер стоимости услуг по размещению информационно-рекламных материалов Рекламодателя указан в Спецификации (Приложение № 1)
и составляет \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей 00 копеек.

3.2. Расчётным периодом для начисления и оплаты стоимости услуг, указанных в п. 3.1, является 1 (Один) календарный месяц. Расчётный период начинается в первый день и оканчивается в последний день календарного месяца (далее – Расчётный период).

3.3. Стоимость услуг за каждый Расчётный период оплачивается Рекламодателем Рекламораспространителю авансовым платежом до начала Расчетного периода.

3.4. В случае непоступления от Рекламодателя оплаты за услуги Рекламораспространителя в срок, установленный в п. 3.3, Рекламораспространитель вправе отказаться от исполнения настоящего Договора в части неоплаченных услуг.

3.5. В течение 5 (пяти) дней по окончанию календарного месяца Рекламораспространитель представляет Рекламодателю акт об оказании услуг (Приложение № 3) с расчетом стоимости услуг Рекламораспространителя и счет на оплату за предстоящий Расчетный период. Акт об оказании услуг должен быть подписан Рекламодателем до 10 числа месяца, следующего за отчетным.
В случае не подписания Акта об оказании услуг в установленный срок при отсутствии мотивированного отказа Акт об оказании услуг считается подписанным.

3.6. Оплата стоимости услуг Рекламораспространителю производится
в безналичном порядке, путём перечисления суммы денежных средств в рублях Российской Федерации на банковский счёт Рекламораспространителя, указанный в разделе 9 настоящего Договора.

**4. ПРАВА И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА РЕКЛАМОДАТЕЛЯ**

4.1. Рекламодатель обязан соблюдать Правила размещения информационно-рекламных материалов секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Рекламораспространителя (Приложение № 4).

4.2. Рекламодатель обязуется передавать информационно-рекламный материал партиями, в объемах, достаточных для оказания услуг.

4.3. Рекламодатель обязуется сообщить Рекламораспространителю о своем несогласии с представленным Рекламораспространителем актом об оказании услуг, с объемом и качеством оказанных Рекламораспространителем услуг
не позднее 3 (трех) дней с момента получения его от Рекламораспространителя.
В противном случае услуги считаются оказанными в полном объеме
и надлежащего качества.

4.4. Рекламодатель обязуется производить все расчеты
с Рекламораспространителем в полном объеме и своевременно.

4.5. Рекламодатель обязуется подписать акт об оказании услуг не позднее
5 (пяти) дней с момента его получения и вернуть подписанный экземпляр акта Рекламораспространителю. Если к 10 числу следующего за отчетным месяцем Рекламораспространитель не получает от Заказчика подписанный им акт
об оказании услуг или возражения к акту об оказании услуг, то это означает,
что Рекламодатель согласен с тем, что услуги в отчетный период были выполнены Рекламораспространителем в полном объеме и качественно. В этом случае акт, подписанный только со стороны Рекламораспространителя, считается надлежащим доказательством исполнения обязательств по данному Договору.

**5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН**

5.1. Стороны несут ответственность за невыполнение или ненадлежащее выполнение принятых на себя обязательств по настоящему Договору
в соответствии с действующим законодательством РФ.

5.2. Каждая из сторон обязана выполнять свои обязанности надлежащим образом в соответствии с требованиями настоящего Договора, а также оказывать другой Стороне всевозможное содействие в выполнении её обязанностей.

5.3. Рекламораспространитель несет ответственность за причинение ущерба (в том числе за утерю, повреждение, порчу полученного
от Рекламодателя информационно-рекламного материала), в размере,
его фактической стоимости, учитываемой в бухгалтерском учете Рекламодателя.

* 1. В случае нарушения Правил размещения информационно-рекламных материалов секторе информирования и ожидания структурного подразделения
	и на сайте Рекламораспространителя Рекламораспространитель вправе расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке.

**6. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА**

6.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до полного исполнения обязательств Сторонами.

6.2. Настоящий Договор может быть расторгнут любой из Сторон досрочно в одностороннем порядке, а также по взаимному соглашению Сторон. При этом Сторона-инициатор расторжения Договора должна уведомить о своём решении другую Сторону не менее чем за 30 (тридцати) календарных дней
до предполагаемой даты расторжения Договора.

6.3. Необходимым условием прекращения действия настоящего Договора является осуществление всех взаимных расчетов Сторон.

**7. ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ СПОРОВ**

7.1. В случае возникновения споров, Стороны примут все меры
для их разрешения путем двухсторонних переговоров. В случае, если согласие не будет достигнуто путем переговоров, все споры, разногласия и конфликты, возникающие в связи с исполнением данного Договора, а также, в случае
его нарушения или расторжения будут разрешаться Арбитражным судом
в соответствии с действующим законодательством.

7.2. Во всём, что не предусмотрено настоящим Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.

**8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

8.1. Любые изменения и дополнения к настоящему Договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме
и подписаны надлежаще уполномоченными на то представителями Сторон.

8.2. Об изменении адресов и платёжных реквизитов Стороны незамедлительно извещают друг друга в письменной форме в течение одного рабочего дня.

8.3. Все уведомления и сообщения должны направляться в письменной форме. Сообщения будут считаться исполненными надлежащим образом,
если они посланы заказным письмом или доставлены лично
по юридическим/почтовым адресам Сторон с получением под расписку соответствующими должностными лицами.

 9**. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА И БАНКОВСКИЕ РЕКВИЗИТЫ СТОРОН**

|  |  |
| --- | --- |
| **Рекламораспространитель** | **Рекламодатель** |
| КГАУ "Пермский краевой МФЦ ПГМУ» Адрес регистрации: 614006, г. Пермь, ул. Куйбышева, 14ИНН 5902293812 КПП 590201001ОГРН 1115902011950лицевой счет автономного учреждения в Министерстве финансов Пермского края № 308210241р/с 40601810657733000001 в Отделение Пермь г.ПермьБИК 045773001 | Юридический адрес:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Почтовый адрес:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ИНН/КПП:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Телефон/факс:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Расчетный счёт:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Наименование банка:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Корреспондентский счёт:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ БИК:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  |
| Руководитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/А.И. Башаев | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

Приложение № 1

к договору оказания услуг
по размещению информационно-рекламных материалов\_\_\_

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

**Спецификация**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование услуги (вид информационно-рекламных материалов) | Кол-во информационно-рекламных материалов, шт./слов | Место оказания услуги (адрес структурного подразделения Рекламораспространителя) | Период оказания услуги, кол-во месяцев | Стоимость услуги в месяц, руб. | Полная стоимость услуги, руб. |
|  |  |  |  |  |  |  |

Приложение № 2

к договору оказания услуг
по размещению информационно-рекламных материалов\_\_\_

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

**Минимальная партия информационно-рекламных материалов**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование информационно-рекламных материалов | Размер минимальной партии |
| 1 | печатная реклама | 1 000 шт. |
| 2 | мобильный стенд Roll Up | 1 шт. |
| 3 | баннер на сайте Рекламораспространителя | 1 шт. |
| 4 | баннер на информационном киоске Рекламораспространителя | 1 шт. |
| 5 | видеоролик на информационном киоске Рекламораспространителя | 1 шт. |
| 6 | «бегущая строка» на информационной телевизионной панели Рекламораспространителя | 10 слов |
| 7 | видеоролик на информационной телевизионной панели Рекламораспространителя | 1 шт. |

Приложение № 3

к договору оказания услуг
по размещению информационно-рекламных материалов\_\_\_

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

**АКТ**

**об оказании услуг**

**за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.**

В соответствии с договором оказания услуг по размещению информационно-рекламных материалов от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.
в \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года Рекламораспространителем были оказаны Рекламодателю услуги по размещению информационно-рекламных материалов согласно спецификации

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование услуги (вид информационно-рекламных материалов) | Кол-во информационно-рекламных материалов, шт./слов | Место оказания услуги (адрес структурного подразделения Рекламораспространителя) | Период оказания услуги, кол-во месяцев | Стоимость услуги в месяц, руб. |
|  |  |  |  |  |  |

 на сумму \_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей \_\_ копеек,
в т.ч. НДС в сумме \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей \_\_ копеек.

Подписывая настоящий акт Рекламодатель подтверждает, что услуги
в указанном месяце оказаны Рекламораспространителем в полном объеме
и надлежащего качества.

Настоящий акт является основанием для осуществления расчетов между Рекламораспространителем и Рекламодателем по выше указанному договору
за \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года в сумме \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей \_\_ копеек, в т.ч. НДС в сумме \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) рублей \_\_ копеек.

Особые условия: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись и печать Рекламодателя Подпись и печать Рекламораспространителя

Приложение № 4

к договору оказания услуг по размещению информационно-рекламных материалов\_\_\_

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г.

**Правила**

**размещения информационно-рекламных материалов**

**в секторе информирования и ожидания структурного подразделения
и на сайте Краевого государственного автономного учреждения Пермского края «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг»**

1. Общие положения. Термины и понятия

1. Настоящие Правила устанавливает единые правила
для размещения информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеКраевого государственного автономного учреждения «Пермский краевой многофункциональный центр предоставления государственных
и муниципальных услуг» (далее - Учреждение).
2. Правила разработаны в соответствии с Федеральным законом
от 12 ноября 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — закон «О рекламе»), Федеральным законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Федеральным законом от 3 ноября 2006 г. № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях», нормативными правовыми актами Российской Федерации, определяющими порядок деятельности Учреждения, приказом Учреждения
от 19 июня 2017 г. № СЭД-01-04-84 «Об утверждении Положения
о предоставлении дополнительных (платных) услуг КГАУ «Пермский краевой МФЦ ПГМУ».
3. Размещению не подлежат информационно-рекламные материалы, противоречащие законодательству Российской Федерации, настоящим Правилам, Уставной деятельности Учреждения, противоречащие нормам нравственности и морали. Учреждение оставляет за собой право отказаться
от заключения договора в одностороннем порядке, без объяснения причин, вызвавших отказ, и возмещения убытков, причиненных таким отказом.
4. В Правилах используются следующие понятия:
5. реклама - информация, распространенная любым способом,
в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
6. объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;
7. товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
8. ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;
9. рекламодатель - изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;
10. рекламораспространитель - Учреждение, осуществляющее распространение рекламы в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения;
11. информационно-рекламные материалы – печатные материалы, содержащие рекламу рекламодателя, выполненные на материальном носителе (формат А5 и буклет (1/3 формата А4)), а также в электронно-цифровом исполнении;
12. рекламная стойка - конструкция, расположенная в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения
и предназначенная для размещения информационно-рекламных материалов;
13. мобильный стенд Roll Up – рекламная конструкция экранного типа, расположенная в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения;
14. рекламное место - это место, используемое для размещения информационно-рекламных материалов (поверхность стойки администратора, карман рекламной стойки, информационная телевизионная панель (далее – монитор), информационный киоск (далее – инфомат) и т.п.).
15. Соблюдение настоящих Правил обязательно для всех юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при размещении информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения.
16. Рекламодатель обязан иметь все необходимые разрешения, согласования, выдаваемые в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ.
17. Размещение информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения осуществляется на основании заключенного с Учреждением договора.
18. Размещение информационно-рекламных материалов не должно препятствовать восприятию информации, размещенной в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения в целях уставной деятельности Учреждения.
19. Ответственность за содержание информационно-рекламных материалов, соответствие размещаемых информационно-рекламных материалов Закону «О рекламе», действующему законодательству РФ несет рекламодатель.
20. Цены (тарифы) на оказание услуг по размещению информационно-рекламных материалов утверждаются локальным актом Учреждения.

2. Виды информационно-рекламных материалов

2.1. Печатная реклама - раздаточные листовки формата А5 и буклеты
(1/3 формата А4);

* 1. Электронно-цифровое исполнение рекламы - «бегущая строка», видеоролик, баннер.
1. Способы и особенности размещения информационно-рекламных материалов

3.1. Печатная реклама может размещаться путем выкладки раздаточного материала на стойке администратора, рекламной стойке, находящихся в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения,
на рабочем столе работника Учреждения в специально отведенном месте.

Количество рекламных стоек и мобильных стендов Roll Up ограничено
и не может составлять более 3 (трех) в расчете на одно структурное подразделениеУчреждения.

3.2. Электронно-цифровое исполнение рекламы в форме «бегущая строка» может транслироваться на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема) и/или на других мониторах, установленных в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения.

«Бегущая строка» должна занимать не более 10 % площади изображения на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема), и/или на других мониторах, установленных в секторе информирования
и ожидания структурного подразделения Учреждения.

Периодичность трансляции «бегущей строки» согласовывается в договоре между Учреждением и рекламодателем.

Видеоролик может транслироваться на мониторах оповещения очереди (планшетах, установленных в окнах приема) и/или других мониторах, установленных в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения. Транслируемый видеоролик должен быть
без звукового сопровождения (допускаются субтитры).

Периодичность трансляции видеоролика согласовывается в договоре между Учреждением и рекламодателем.

Электронно-цифровое исполнение рекламы в форме баннер может транслироваться на инфоматах, установленных в секторе информирования
и ожидания структурного подразделения Учреждения. Формат размещения рекламы, общая площадь рекламного изображения устанавливается Учреждением.

Видеоролик может транслироваться на инфоматах, установленных
в секторе информирования и ожидания структурного подразделения Учреждения. Формат размещения рекламы, общая площадь рекламного изображения устанавливается Учреждением.

Требования к размещению информационно-рекламных материалов
на инфоматах и мониторах Учреждения указаны в Приложении № 2 к настоящим Правилам.

Электронно-цифровое исполнение рекламы в форме баннер
на сайте Учреждения допускается в различных форматах. Формат размещения рекламы, общая площадь рекламного изображения устанавливается Учреждением.

3.3. Для размещения информационно-рекламных материалов Рекламодатель направляет в адрес Учреждения заявление установленной формы (Приложение № 1)

1. Право Учреждения на отказ в размещении информационно-рекламных материалов.
	1. Учреждение вправе отказать рекламодателю в размещении информационно-рекламных материалов если:
		1. не соблюдены ограничения, установленных Законом «О рекламе», Правилами размещения информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Учреждения;
		2. обращение содержит неполные/недостоверные сведения о заявителе, товаре (услуге);
		3. отсутствует свободное рекламное место;
		4. отсутствует техническая возможность для размещения рекламы;
		5. размещаемые информационно-рекламные материалы:
2. нарушают исключительное право на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащее третьим лицам;
3. нарушают личные неимущественные права третьих лиц;
4. порочат честь, достоинство деловую репутацию, права и охраняемые законом интересы третьих лиц;
5. способствуют разжиганию религиозной, расовой
или межнациональной розни, содержат попытки разжигания вражды или призывы к насилию;
6. пропагандируют фашизм и идеологию расового превосходства;
7. носят непристойный или оскорбительный характер;
8. размещаются в нарушении статей 152.1 и 152.2 Гражданского кодекса Российской Федерации;
9. являются персональными данными третьих лиц и используются
в нарушение действующего законодательства Российской Федерации.
10. посягают на существующий государственный и/или политический строй, а также содержать призывы к осуществлению террористической деятельности или насилия;
11. являются агитационными материалами;
12. рекламирует наркотические средства, психотропные вещества и их прекурсоры, растения, содержащие наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их части, содержащие наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры;
13. содержат порнографические изображения и тексты;
14. содержат сцены насилия, либо бесчеловечного обращения с людьми животными;
15. содержат описание средств и способов суицида, а также любое подстрекательство к его совершению;
16. нарушают права несовершеннолетних лиц;
17. в иных случаях, когда рекламирование и продажа товаров, работ, услуг не допускается через сеть Интернет в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации или не допускается
без предоставления документов, предусмотренных действующим законодательством РФ;
18. препятствуют восприятию информации о предоставляемых Учреждением государственных и муниципальных услугах;
19. противоречат Уставной деятельности Учреждения, нормам нравственности и морали, не соответствует принципам и целям создания многофункциональных центров предоставления государственных
и муниципальных услуг.
	1. Учреждение вправе отказать Рекламодателю в размещении информационно-рекламных материалов в дни траура, объявленные как на всей территории Российской Федерации, так и на отдельных ее территориях, в дни проведения Учреждением и/или третьими лицами профилактических работ.
	При этом не размещение информационно-рекламных материалов по обозначенным основаниям не является ненадлежащим исполнением обязательств по договору со стороны Учреждения, а услуги по размещению данных информационно-рекламных материалов оказываются Рекламодателю
	в аналогичное время и в аналогичных программах в течение ближайших дней.

В случае, если в связи с размещением информационно-рекламных материалов, предоставленных Рекламодателем, ФАС России (территориальным управлением) будет рассматриваться административное дело по признакам нарушения законодательства о рекламе, Учреждение вправе приостановить размещение рекламы, являющейся предметом рассмотрения административного дела, с момента направления соответствующего запроса ФАС России (территориального управления) до момента принятия ФАС России (территориальным управлением) соответствующего решения по делу, в том числе решения о прекращении производства по делу. Решение, принятое ФАС России (территориальным управлением) по итогам рассмотрения административного дела, о признании рекламы не соответствующей законодательству о рекламе (ненадлежащей) является для Учреждения безусловным основанием для прекращения (невозобновления) размещения такой рекламы.

Учреждение не обязано мотивировать основания отказа в размещении информационно-рекламных материалов. Вред, причиненный таким отказом, возмещению не подлежит.

1. Ответственность Рекламодателя

В случае несанкционированного размещения информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения Учреждение вправе удалить их из сектора информирования и ожидания структурного подразделения и с сайтаУчреждения.

Размещенные без согласования информационно-рекламные материалы Учреждение вправе утилизировать с предъявлением затрат рекламодателю,
чья рекламная информация содержится в указанных информационно-рекламных материалах.

Приложение № 1

к Правилам размещения информационно-рекламных материалов на информационных в секторе информирования и ожидания структурного подразделения
и на сайте КГАУ «Пермский краевой МФЦ ПГМУ»

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Заявление на предоставление услуг по размещению информационно-рекламных материалов**

Организационно-правовая форма и наименование рекламодателя:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ФИО заявителя: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ прошу разместить информационно-рекламные материалы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (содержание информационно-рекламных материалов в соответствии
с требованиями Закона «О рекламе»)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(вид рекламного носителя)

по адресу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(желаемое место размещения информационно-рекламных материалов)

на срок \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(срок размещения информационно-рекламных материалов)

Макет информационно-рекламных материалов прилагаю.

Документально подтвержденные сведения о соответствии рекламы требованиям Российского Законодательства, в том числе сведения о наличии лицензии, об обязательной сертификации, о государственной регистрации приложены на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ листах.

Контактный телефон \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Контактный телефон 2 (при наличии) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Должность контактного лица (при наличии) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Город \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата обращения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Я подтверждаю достоверность предоставленных сведений
и соответствие рекламы требованиям Российского Законодательства.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / (Подпись) (Фамилия, инициалы)

Приложение № 2

к Правилам размещения информационно-рекламных материалов в секторе информирования и ожидания структурного подразделения
и на сайте КГАУ «Пермский краевой МФЦ ПГМУ»

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 года

**Требования и порядок**

**размещения информационно-рекламных материалов**

**на информационных телевизионных панелях и информационных киосках в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Краевого государственного автономного учреждения «Пермский краевой многофункциональный центр предоставления государственных
и муниципальных услуг» (далее – Учреждения)**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящие требования к размещению информационно-рекламных материалов на информационных телевизионных панелях (далее – мониторах)
и информационных киосках (далее – инфоматах) в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Учреждения (далее – Требования) распространяются на все сделки с Заказчиками (Рекламодателями) на оказание Учреждением услуг по размещению информационно-рекламных материалов или информации нерекламного характера (далее – ИРМ) на мониторах и инфоматах в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайтеУчреждения(далее – мониторы Учреждения).

1.2. Для целей настоящих Требований следующие слова и выражения имеют значение:

Заказчик (Рекламодатель)- любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель – рекламодатель или иное третье лицо, представляющее интересы рекламодателя на основании соответствующего соглашения, заключившее с Учреждением договор на оказание Учреждением услуг
по размещению ИРМ в секторе информирования и ожидания структурного подразделения и на сайте Учреждения.

**2. Технические требования к видеоматериалам**

1) Требования к видеофайлам:

* Формат видео: mpeg 4, wmv, avi;
* Разрешение: 720p (HD-качество), 1080p (FullHD-качество);
* Частота кадров: не ниже 25 кадров/c;
* Формат изображения: 4:3, 16:9.

2) Требования к звуковым файлам:

* Формат видео: mp3, wav, wmv;
* Частота дискретизации: 44100кГц;
* Битрейт: от 160kbps.

**3. Требования к содержанию ИРМ**

**3.1. Общие требования к рекламе**

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

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

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

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

**3.2. Требования к рекламе «зонтичных» брендов**

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

**3.3. Требования к рекламе лекарственных средств.**

При рекламе лекарственных средств на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая
у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;

- инструкция по применению, утвержденная в установленном порядке (отпуск без рецепта врача, отсутствие в составе наркотических и психотропных веществ);

- документ, содержащий информацию о форме отпуска лекарственного средства из аптек, если такая информация отсутствует в инструкции
по применению;

- декларация о соответствии;

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

- лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных средств.

Реклама лекарственных средств, реализуемых дистанционным способом, не допускается.

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

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

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

**3.4. Требования к размещению рекламы медицинской техники.**

При рекламе медицинской техники на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая
у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;

- инструкция по применению, утвержденная в установленном порядке (должна содержать информацию о возможности использования медицинской техники без специальной подготовки);

- декларация о соответствии (сертификат соответствия);

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

- лицензия на производство медицинской техники.

Реклама медицинской техники в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

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

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

**3.5. Требования к рекламе медицинских услуг.**

При рекламе медицинских услуг и рекламируемых в рамках медицинских учреждений методов лечения на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая
у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

**-** лицензию на осуществление медицинской деятельности;

- разрешение на применение новых медицинских технологий (в случае присутствия в рекламном ролике информации о методе лечения).

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

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

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

**3.6. Требования к рекламе биологически активных добавок (БАД).**

В рекламе БАД должно содержаться упоминание о том,
что рекламируемый товар не является лекарством или о том, что рекламируемый товар является биологически активной добавкой. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна: 1)создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами; 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок; 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок; 4) побуждать к отказу от здорового питания; 5) создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации
к применению таких добавок.

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

- свидетельство от государственной регистрации;

- декларация о соответствии;

- упаковка и аннотация к БАД, которые используются при реализации БАД.

Если рекламируются свойства БАД, не содержащиеся в аннотации,
то необходимо представить иные документы, подтверждающие достоверность информации (например, медицинские исследования).

Реклама БАД, реализуемых дистанционным способом, не допускается.

Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования
не является лекарственным средством. В данной рекламе продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем 5 (пять) секунд,
и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 7 (семь) процентов площади кадра.

**3.7. Требования к рекламе лотерей и стимулирующих мероприятий**

В рекламе, сообщающей о проведении лотереи, стимулирующего мероприятия (стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иной стимулирующей акции) в обязательном порядке указываются сроки
их проведения (с упоминанием года). При этом в рекламе, сообщающей
о проведении стимулирующего мероприятия, при указании сроков
их проведения необходимо указывать два срока – общий срок проведения мероприятия и срок подачи заявок на участие в мероприятии. В случае, если
в соответствии с правилами проведения мероприятия срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения мероприятия, то в рекламе необходимо дополнительно к общему сроку проведения мероприятия указывать, что «срок подачи заявок совпадает со сроком проведения мероприятия».

В рекламе стимулирующего мероприятия необходимо указывать информацию о количестве призов или выигрышей по результатам проведения такого мероприятия в соответствии с правилами его проведения путем указания в рекламном материале конкретного количества призов либо информации,
что количество призов ограничено. Данное положение не распространяется
на случаи, когда правила проведения стимулирующего мероприятия
не предусматривают ограничение количества призов.

**В рекламе стимулирующей лотереи необходимо указывать:**

- сроки проведения (общий срок проведения стимулирующей лотереи
и срок подачи заявок на участие в стимулирующей лотерее с указанием года проведения лотереи). В случае, если в соответствии с правилами проведения стимулирующей лотереи срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения стимулирующей лотереи, то в рекламе дополнительно к общему сроку проведения лотереи должно содержаться упоминание о том, что срок подачи заявок совпадает со сроком проведения стимулирующей лотереи;

- сроки розыгрыша призов (либо конкретную дату);

- информацию следующего содержания «подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей
по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения
на сайте \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/по телефону\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»;

- информацию о количестве призов.

**В рекламе лотереи необходимо указывать:**

- общий срок проведения;

- сроки розыгрыша призов (либо конкретную дату);

- информацию следующего содержания «подробности об организаторе лотереи, о правилах ее проведения, о призовом фонде, о количестве призов
или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей,
на сайте \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/по телефону\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»;

- информацию о количестве призов.

**В рекламе конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в котором является приобретение определенного товара (стимулирующая акция) необходимо указывать:**

- сроки проведения (общий срок проведения стимулирующей акции и срок подачи заявок на участие в стимулирующей акции с указанием года
ее проведения). В случае, если в соответствии с правилами проведения стимулирующей акции срок подачи заявок совпадает с общим сроком проведения стимулирующей акции, то в рекламе дополнительно к общему сроку проведения акции должно содержаться упоминание о том, что срок подачи заявок совпадает со сроком проведения акции;

- информацию следующего содержания «подробности об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей
по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения
на сайте \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/по телефону\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»;

- информацию о количестве призов.

Реклама стимулирующего мероприятия, не являющегося лотереей, конкурсом, игрой, стимулирующей акцией, т.е. реклама товара/услуги, когда любой (без исключения) приобретатель такого товара/услуги гарантированно получит подарок, причем момент получения подарка совпадает с моментом приобретения товара/услуги, а срок такой акции зависит от спроса покупателей на данный товар/услуги, т.е. акция длится в течение срока реализации такого товара/услуги (пример: специальная упаковка готовых завтраков с игрушкой внутри или стиральный порошок с прикрепленной упаковкой кондиционера), должна сопровождаться упоминанием следующего содержания: «Сроки проведения акции совпадают со сроками реализации товара. Подробности
об организаторе акции по телефону \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/на сайте\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» или упоминанием аналогичного содержания. Других сроков проведения данных стимулирующих мероприятий в подобной рекламе указывать не обязательно. Кроме того, при рекламе указанного в настоящем абзаце стимулирующего мероприятия Заказчик обязан предоставить письмо, гарантирующее получение подарка каждым приобретателем рекламируемого товара/услуги без проведения среди всех приобретателей товара/услуги какого-либо конкурса, розыгрыша, игры, лотереи и т.д., а также о совпадении сроков реализации товара со сроком проведения акции.

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

**а) Для стимулирующей акции:**

- письмо от организатора мероприятия, что проводимая стимулирующая акция не является лотереей, в том числе стимулирующей лотереей;

- правила проведения стимулирующей акции, утвержденные организатором мероприятия;

- гарантийные письма (официальные, с оригинальной подписью
и оттиском печати) с указанием сроков стимулирующей акции, количеством подарков, определением подарков, гарантией получения подарков
при соответствующих условиях, в случае, если указанная информация отсутствует в правилах проведения стимулирующей акции.

**б) Для стимулирующей лотереи:**

- уведомление о проведении стимулирующей лотереи с отметкой уполномоченного органа исполнительной власти о принятии такого уведомления вместе с правилами проведения стимулирующей лотереи, утвержденные организатором лотереи, прилагаемыми к уведомлению. Дата принятия уведомления должна быть не менее чем за 20 (двадцать) дней до даты начала проведения лотереи;

- заверенная выписка из государственного реестра всероссийских лотерей о регистрации стимулирующей лотереи.

**в) Для лотереи:**

- разрешение на проведение лотереи, выданное уполномоченным органом исполнительной власти;

- правила проведения лотереи, утвержденные организатором лотереи.

**3.8. Требования к рекламе услуг по заключению договоров ренты**

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

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

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

**3.9. Требования к рекламе услуг по предоставлению кредита**

При рекламе услуг по предоставлению кредита на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензия на осуществление соответствующего вида деятельности;

- условия кредитования, утвержденные лицом, предоставляющим кредит.

Требования к информации, присутствующей в ролике:

Наименование лица, оказывающего услуги. При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита, хотя бы одного условия, влияющего
на его стоимость для заемщика, в такой рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита
для заемщика и влияющие на нее, к которым относятся:

- размер процентов за кредит;

- все иные платежи, взимаемые в рамках кредитного договора в связи
с предоставлением кредита (платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные
с получением суммы кредита наличными и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата).

При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита, хотя бы одного условия, влияющего на сумму расходов заемщика, в такой рекламе должны быть указаны все иные условия, влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заемщика), а именно:

- оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи
за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

- оплата услуг страхования, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

- иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов
и т.п.).

При этом, в случае указания в рекламе услуг по предоставлению кредита на расходы заемщика по оплате услуг страхования (нотариального заверения документов) допускается сообщение информации о необходимости страхования (заверения) по тарифам соответствующих организаций.

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

**3.10. Требования к рекламе микрофинансовых организаций**

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

- свидетельство о внесении сведений в государственный реестр микрофинансовых организаций;

- гарантийное письмо, подтверждающее, что на дату предоставления документов в адрес Учреждения информация о рекламируемой микрофинансовой организации не исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций;

- правила предоставления микрозаймов, утвержденные уполномоченным органом микрофинансовой организации;

-типовая форма договора микрозайма.

Требования к информации, присутствующей в ролике: наименование лица, оказывающего услуги.

Не допускается умалчивать об иных условиях оказания услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица,
или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

**3.11. Требования к размещению рекламных материалов, содержащих объекты интеллектуальной собственности**

Для подтверждения прав на использование в ролике объектов интеллектуальной собственности, в том числе, но не ограничиваясь: музыкальных, аудиовизуальных, литературных произведений, а также
их фрагментов, Заказчик обязан предоставлять следующие документы:

3.11.1. выписку из лицензионного соглашения, заключенного между рекламодателем и правообладателем, подписанную рекламодателем
и содержащую следующую информацию:

- дата составления выписки;

- стороны лицензионного соглашения, дата, место подписания и срок действия лицензионного соглашения;

- предмет лицензионного соглашения, включая пункт, в котором прямо предусмотрено предоставление права на использование объекта интеллектуальной собственности (его фрагмента) (определить объект) в рекламе определенного товара (либо в рекламных целях);

- срок предоставления прав;

- территория использования прав,

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

либо

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

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

**3.12. Требования к размещению рекламы ювелирных магазинов**

При рекламе ювелирных магазинов на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять свидетельство о постановке на специальный учет
в инспекции пробирного надзора.

**3.13. Требования к размещению рекламы печатного СМИ**

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

К рекламе печатных СМИ применяются также Требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 3.17. настоящих Требований.

**3.14. Требования к размещению рекламы туроператора**

В случае рекламы туроператора на мониторах Учреждения Заказчик обязан предоставлять выписку из единого федерального реестра туроператоров.

**3.15. Требования к размещению рекламы детского питания**

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

- Декларация о соответствии (сертификат соответствия);

- свидетельство о государственной регистрации;

- инструкция по применению либо упаковка и аннотация к объекту рекламирования, которые используются при его реализации.

Требования к обязательной надписи:

Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение
о преимуществах искусственного вскармливания детей. Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока,
и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

**3.16. Требования к размещению рекламы товаров при дистанционном способе их продажи**

Требования к документам:

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

- заверенной копии свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ
(для индивидуального предпринимателя - в ЕГРИП) и выписки из устава, подтверждающей адрес места нахождения продавца;

- либо выписки из ЕГРЮЛ о продавце.

Требования к обязательной надписи:

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

для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРН.

**3.17. Требование к размещению рекламы кино- и видеофильмов.**

При предоставлении для размещения на мониторах Учреждения рекламы художественных, документальных, научно-популярных, учебных, мультипликационных кино- и видеофильмов, предназначенных
для демонстрации в киновидеотеатрах, для тиражирования в целях продажи, сдачи в прокат / аренду, для трансляции по телевидению (публичная демонстрация), Заказчик обязан предоставить (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) надлежащим образом заверенные (нотариально, либо подписью и печатью Заказчика/рекламодателя) копии прокатных удостоверений на кино- и видеофильм. К рекламе кино-
и видеофильмов применяются также Требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п.3.17. настоящих Требований.

**3.18. Требования к размещению рекламы информационной продукции**

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

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

**3.19. Требования к размещению рекламы кредитных кооперативов**

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

- свидетельство о внесении сведений о кооперативе в Государственный реестр саморегулируемых организаций кредитных кооперативов;

- Устав кооператива;

- положение о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного кооператива, и об условиях предоставления займов членам кредитного кооператива, принятое общим собранием пайщиков;

- свидетельство о членстве кредитного кооператива в саморегулируемой организации.

- договор со страховой компанией или выписку (в случае упоминания
 в ролике о страховании сбережений).

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

В рекламе кредитных кооперативов обязательно должна присутствовать следующая информация:

- наименование лица, оказывающего финансовую услугу, с указанием организационно-правовой формы;

- информация о том, что рекламируемые услуги (предоставление займов и привлечение денежных средств по договору передачи личных сбережений) предоставляются толькочленам кредитного кооператива;

- информация о расходах потребителя, связанных с членством
в кооперативе (либо указание в ролике конкретного размера этих расходов, либо указание информации примерно следующего содержания «Членство
в кооперативе повлечет дополнительные расходы. С условиями членства можно ознакомиться на сайте \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»;

- указания всех условий, влияющих на размер доходов/расходов потребителя при пользовании рекламируемой услугой, в случае указания
в ролике одного из таких условий.

**3.20.** Указанный в настоящем Разделе перечень требований и ограничений к рекламе не является исчерпывающим. Учреждение (уполномоченные лица) вправе формулировать иные требования, в том числе основанные на творческой, художественной, моральной концепциях или политике учреждения. Кроме того, учреждение (их уполномоченные лица) вправе отклонить рекламу,
не соответствующую требованиям Учреждения, в том числе по основаниям,
не указанным в настоящих Требований. Процедура отклонения рекламы определена в п. 2.2. настоящих Требований.

**4. Предоставление документов**

**Гарантии заказчиков**

4.1. Одновременно с ИРМ Заказчик предоставляет Учреждению сведения об использовании в ИРМ произведений российских и иностранных авторов
по форме, указанной в Приложении № 2 настоящих Требований, а также оригиналы следующих документов или их копии, заверенные либо нотариально, либо подписью и печатью Заказчика:

лицензии или специальные разрешения (либо их надлежаще заверенные копии), если рекламируемая деятельность, производство и (или) реализация объекта рекламирования подлежат лицензированию или осуществляются
при условии наличия специальных разрешений;

сертификаты соответствия или документы (в том числе декларации соответствия), подтверждающие соответствие объекта рекламирования требованиям технических регламентов (либо их надлежаще заверенные копии), если объекты рекламирования подлежат обязательной сертификации, или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов;

регистрационные удостоверения или иные документы, подтверждающие государственную регистрацию объектов рекламирования (или их надлежаще заверенные копии), если объекты рекламирования подлежат государственной регистрации;

документы, подтверждающие достоверность информации, присутствующей в ролике.

В случае, если в процессе проверки учреждение предоставленного Заказчиком ИРМ потребуются дополнительные документы, Учреждение вправе запросить их у Заказчика, а Заказчик обязан в двухдневный срок предоставить их оригиналы или копии, заверенные в соответствии с требованиями настоящего пункта.

Заказчик гарантирует Учреждению, что действие документов, копии которых им предоставлены, не прекращается в период размещения ИРМ соответствующего товарного бренда.

В случае прекращения действия вышеуказанных документов (отзыв лицензии, разрешения, истечение срока действия, аннулирование и т.п.) в период размещения ИРМ Заказчик незамедлительно (в день прекращения) уведомляет об этом Учреждение, оказание услуг по размещению ИРМ соответствующего товарного бренда прекращается, и сделка подлежит расторжению. Заказчик при расторжении соответствующей сделки по указанному основанию обязан оплатить Учреждению стоимость услуг по размещению ИРМ, оказанных
на момент ее расторжения.

4.2. Заказчики обязаны предоставить Учреждению всю информацию, необходимую для оказания услуг по размещению ИРМ, в срок, позволяющий реализовать соответствующий заказ на размещение ИРМ согласно Приложению № 1 настоящих Требований.

4.3. Заказчик предоставляет Учреждению видеозапись ИРМ
в согласованном формате и на согласованных носителях в срок, указанный учреждением, но не позднее 5 (пяти) рабочих дней до начала трансляции ИРМ на мониторах Учреждения, а в случае предоставления ИРМ, содержащих рекламу средств массовой информации, в том числе электронных, или любое упоминание о них в рекламе; рекламу зрелищных или иных культурно-массовых мероприятий, а также рекламу так называемых кинопоказов (демонстрация художественных, документальных, мультипликационных и иных фильмов
в кинотеатрах, на DVD и иным способом); ИРМ с участием известных лиц, которые могут ассоциироваться с тем или иным теле- или радиоканалом -
не позднее 10 (десяти) рабочих дней до начала трансляции ИРМ на мониторах Учреждения.

4.4. Каждый Заказчик гарантирует Учреждению, что предоставленные ИРМ по своему содержанию и оформлению соответствует требованиям действующего законодательства Российской Федерации, и ее распространение на мониторах Учреждения не нарушает каких-либо прав третьих лиц, включая, но не ограничиваясь авторскими и смежными правами. Все расчеты с авторами и обладателями смежных прав производятся заказчиками/клиентами заказчиков самостоятельно. Каждый Заказчик также гарантирует Учреждению, что
в предоставляемых им ИРМ не используются официальные государственные символы Российской Федерации (герб, гимн) и иностранных государств (гербы, гимны, флаги), а также символы международных и религиозных организаций.

В предоставленных ИРМ должны содержаться информация
и предупреждения, предусмотренные Законом «О рекламе» № 38-ФЗ
от 13 марта 2006 г. (далее – ФЗ «О рекламе») в качестве обязательных.

4.5. Заказчики не вправе без предварительного письменного согласования с Учреждением помещать в ИРМ более одного объекта рекламирования.
В случае невыполнения заказчиком данного условия стоимость услуг
по размещению ИРМ пересматривается.

4.6. Заказчик гарантирует, что предоставляемые и размещаемые
по его заказу ИРМ не являются агитационными по смыслу Федерального закона от 12 июня 2002 г. № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации».

В том случае, если рекламируемое физическое лицо или избирательное объединение (политическая партия, структурное подразделение политической партии, общественная организация, общественное движение) становятся участниками избирательного процесса (т.е. в период избирательной кампании, проводимой на территории Российской Федерации, физическое лицо приобретает статус кандидата, доверенного лица, уполномоченного представителя по финансовым вопросам кандидата или избирательного объединения/блока, а избирательное объединение уведомляет соответствующую избирательную комиссию о выдвижении им кандидатов/списка кандидатов либо входит в состав избирательного блока), а также в случае, если учредителем, собственником, владельцем и(или) членом органа управления рекламируемого юридического лица являются лица, ставшие участниками избирательного процесса (кандидаты, члены или уполномоченные представители инициативной группы по проведению референдума, иной группы участников референдума),
в том случае, когда в ИРМ используются фамилии или изображения этих лиц, заказчик обязан незамедлительно сообщить Учреждению об указанных обстоятельствах с приложением необходимых документов, после чего заключенный договор в части оказания услуг по размещению соответствующих ИРМ подлежит расторжению, а ИРМ снимаются с трансляции в течение 2 (двух) рабочих дней с момента уведомления.

В том случае, если в предоставляемых Заказчиком Учреждению
для размещения ИРМ будут содержаться изображения или упоминания
о физических лицах или избирательных объединениях, которые могут стать участниками избирательного процесса на соответствующих выборах
(у учреждения существуют определенные основания полагать, что эти лица станут участниками избирательного процесса) либо будет содержаться какая-либо иная информация, которая может быть квалифицирована как нарушение законодательства РФ о выборах, то в течение 1 (Одного) рабочего дня с даты официального опубликования решения о назначении соответствующих выборов на территории, в пределах которой распространяется реклама по действующему договору, заказчик обязан предоставить Учреждению письменное подтверждение, гарантирующее, что физическое лицо или избирательное объединение, тем или иным образом упомянутое или демонстрируемое в ИРМ, не будет принимать участия в соответствующих выборах.

В том случае, если такое письменное подтверждение не будет предоставлено, оказание услуг по размещению ИРМ в рамках соответствующего заказана размещение ИРМ прекращается, и сделка подлежит расторжению,
а ИРМ не подлежат трансляции на мониторах Учреждения.

Заказчик при расторжении соответствующей сделки по указанному основанию обязан уплатить Учреждению стоимость услуг по размещению ИРМ, оказанных на момент ее расторжения.

**5. Отказ от размещения ИРМ Заказчиком и его последствия**

5.1. Заказчик вправе в одностороннем порядке отказаться от размещения ИРМ (полностью или частично), в одностороннем порядке приостановить размещение ИРМ и по согласованию с Учреждением внести соответствующие изменения в график размещения ИРМ, при условии предварительного письменного уведомления Учреждения за 5 (пять) рабочих дней до трансляции ИРМ на мониторах Учреждения соответствующих ИРМ.

Бремя доказательства своевременности получения уведомления Учреждением несет Заказчик.

В случае нарушения заказчиком срока предоставления уведомления Заказчик на основании требования Учреждения производит оплату объема времени ИРМ, снятых с трансляции за весь период времени, составляющий менее 5 (пяти) рабочих дней.

В случае, если Заказчик не оплатит счет в течение 10 (десяти) календарных дней, Учреждение при наличии авансовых платежей вправе удовлетворить требование на неустойку за счет встречных требований Заказчика на оказание услуг по размещению ИРМ (т.е. за счет авансов).

В случае, если услуги по размещению ИРМ были оказаны:

- частично в соответствии с первоначальным графиком размещения (вследствие отсутствия технологической возможности внесения изменений) - Заказчик, обязан оплатить Учреждению стоимость фактически оказанных услуг;

- полностью в соответствии с первоначальным графиком размещения (вследствие отсутствия технологической возможности внесения изменений) - Заказчик обязан оплатить Учреждению стоимость фактически оказанных услуг.

Приложение № 1

к Требованиям к размещению информационно-рекламных материалов на информационных телевизионных панелях
и информационных киосках в секторе информирования и ожидания структурного подразделения
и на сайте КГАУ «Пермский краевой МФЦ ПГМУ»

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 года

**Информация, необходимая для оказания услуг по размещению ИРМ**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №№ | Рекламоноситель | Обоснование выбора рекламоносителя | Длительность рекламы | Место размещения | Частота охвата (количество выходов в день) | Кол-во месяцев размещения |
| 1 |  |  |  |  |  |  |

Приложение № 2

к Требованиям к размещению информационно-рекламных материалов на информационных телевизионных панелях
и информационных киосках в секторе информирования и ожидания структурного подразделения
и на сайте КГАУ «Пермский краевой МФЦ ПГМУ»

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_ года

**ФОРМА**

**ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СВЕДЕНИЙ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ**

**В ИНФОРМАЦИОННОРЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛАХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ РОССИЙСКИХ И ИНОСТРАННЫХ АВТОРОВ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

название организации заказчика

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

сведения об использовании произведений российских и иностранных авторов

“\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Сведения о соответствии Закону РФ «О рекламе»

Название рекламного ролика

Объект рекламирования

Продолжительность ролика

Тайм-код ролика Начало Конец

|  |
| --- |
| Сведения об использовании произведений российских и иностранных авторов – в качестве автора может выступать только физическое лицо |
| Жанр | Название(для произведений иностранных авторов в т.ч. и на языке оригинала) | Автор произведения(для произведений иностранных авторов, в т.ч. и на языке оригинала) | Длительность звучания |
| Музыка Текст Видеоматериал  |  |  |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(подпись) М.П.