

ДОГОВОР № _____**ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА
СВЕТОДИОДНОМ ЭКРАНЕ**

г. Ульяновск

«___» _____ 2026 года

Общество с ограниченной ответственностью «ДЭЙИКС», ОГРН 1267300004619, ИНН 7300052620, в лице генерального директора Мусиенко Дениса Павловича, действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем «Оператор», с одной стороны, и

_____, ОГРН/ОГРНИП
_____, ИНН _____, в лице
_____, действующего на основании
_____, именуемое в дальнейшем «Заказчик», с другой
стороны,

совместно именуемые «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Оператор обязуется оказывать Заказчику услуги по размещению и распространению наружной рекламы на светодиодном экране, установленном на фасаде торгового центра «ЦУМ» по адресу: г. Ульяновск, ул. Гончарова, д. 21, а Заказчик обязуется принимать и оплачивать услуги.

Указанный светодиодный экран далее именуется «Экран».

1.2. Конкретные условия каждого размещения определяются соответствующим Медиапланом, являющимся неотъемлемой частью настоящего договора.

1.3. В Медиаплане указываются фактический рекламодатель, объект рекламирования, выбранные Рекламные недели, тип и количество рекламных слотов, порядок их использования, рекламные ролики, расчётный объём размещения, стоимость каждого самостоятельного рекламного слота и каждой Последовательной группы слотов, общая стоимость услуг, НДС, срок полной предоплаты и иные согласованные условия.

1.4. Если для отдельных рекламных слотов предусмотрены разные Рекламные недели, такие слоты оформляются отдельными Медиапланами.

2. РЕКЛАМНЫЕ НЕДЕЛИ, ЦИКЛЫ И СЛОТЫ

2.1. Рекламная неделя — период с 07:00 понедельника до 23:00 воскресенья по местному времени.

2.2. Минимальный период размещения составляет одну полную Рекламную неделю. Заказчик вправе выбрать одну или несколько доступных Рекламных недель. Выбранные недели указываются в Медиаплане.

2.3. Размещение осуществляется ежедневно с 07:00 до 23:00 по местному времени в составе циклически повторяющегося рекламного цикла продолжительностью не более 6 минут.

2.4. Полным рекламным циклом признаётся цикл, начавшийся и завершившийся в пределах времени работы Экрана.

2.5. Расчётное количество полных рекламных циклов составляет:

- 10 циклов в час;
- 160 циклов за полный день;
- 1 120 циклов за полную Рекламную неделю.

2.6. Рекламный слот — самостоятельная единица рекламного времени, предоставляемая Заказчику один раз в каждом полном рекламном цикле.

2.7. Оператор предоставляет рекламные слоты только двух типов:

- 10-секундный рекламный слот;
- 15-секундный рекламный слот.

Иные типы рекламных слотов не предоставляются.

2.8. Один рекламный слот может использоваться самостоятельно для показа одного рекламного ролика, продолжительность которого точно соответствует продолжительности такого слота.

Один самостоятельный рекламный слот не может быть разделён на несколько роликов меньшей продолжительности.

2.9. Несколько приобретённых Заказчиком рекламных слотов могут использоваться последовательно для непрерывного показа одного рекламного ролика, если это прямо предусмотрено Медиапланом.

Совокупность таких слотов далее именуется «Последовательная группа слотов».

2.10. Продолжительность рекламного ролика, размещаемого в Последовательной группе слотов, должна точно соответствовать суммарной продолжительности входящих в неё слотов.

В частности:

- ролик продолжительностью 20 секунд размещается в двух последовательных 10-секундных слотах;
- ролик продолжительностью 25 секунд размещается в одном 10-секундном и одном 15-секундном слотах;
- ролик продолжительностью 30 секунд размещается в двух 15-секундных слотах либо в трёх 10-секундных слотах.

2.11. Последовательная группа слотов не является отдельным типом рекламного слота. Каждый входящий в неё слот учитывается, резервируется, оплачивается и принимается отдельно; стоимость его непроведённых выходов также определяется отдельно.

2.12. Слоты, входящие в Последовательную группу слотов, располагаются подряд в каждом полном рекламном цикле без размещения между ними иных материалов.

Один непрерывный показ ролика считается одним выходом каждого рекламного слота, входящего в такую группу.

2.13. Порядок использования каждого приобретённого слота — самостоятельно либо в составе Последовательной группы слотов — указывается в Медиаплане.

Если последовательное использование слотов прямо не предусмотрено Медиапланом, слоты являются самостоятельными, а их последовательное расположение внутри рекламного цикла не гарантируется.

2.14. Заказчик вправе приобрести любое доступное количество 10-секундных и 15-секундных рекламных слотов.

2.15. Один и тот же рекламный ролик может размещаться отдельно в нескольких самостоятельных слотах соответствующей продолжительности либо непрерывно в Последовательной группе слотов, если его хронометраж равен суммарной продолжительности группы.

2.16. Изменение типа, количества или порядка использования рекламных слотов допускается только при наличии свободного рекламного ресурса и оформляется дополнительным соглашением либо новым Медиапланом.

2.17. Изменение применяется с начала следующей Рекламной недели, если Оператор письменно не согласовал иной срок.

2.18. Оператор не обязан предоставлять дополнительные рекламные слоты при отсутствии свободного рекламного ресурса.

3. ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ СЕТКИ

3.1. Оператор формирует рекламную сетку на каждую Рекламную неделю и вводит её в трансляцию не позднее 07:00 соответствующего понедельника.

3.2. Оператор самостоятельно определяет:

- последовательность рекламных роликов;
- конкретное время каждого выхода;
- положение самостоятельного рекламного слота или Последовательной группы слотов внутри рекламного цикла;
- технический порядок трансляции.

3.3. Оператор вправе изменять рекламную сетку в течение Рекламной недели при сохранении расчётного объёма размещения.

3.4. Приобретение рекламного слота не предоставляет Заказчику права требовать конкретного порядкового номера, минуты или положения ролика в рекламном цикле.

3.5. Оператор единолично формирует весь рекламный цикл и вправе использовать любую его часть, не предоставленную Заказчику, по своему усмотрению, в том числе для:

- собственной рекламы;
- информационных, социальных и технических материалов;
- рекламы других лиц, включая конкурентов Заказчика;
- иных материалов по усмотрению Оператора.

3.6. Заказчик не приобретает прав на остальную часть рекламного цикла и не получает рекламной или отраслевой эксклюзивности, если иное прямо не предусмотрено Медиапланом.

3.7. Звук при показе рекламных роликов не воспроизводится.

3.8. Оператор не гарантирует определённое количество обращений, продаж, посетителей, переходов по QR-кодам, узнаваемость бренда или иной коммерческий результат.

3.9. Оператор вправе привлекать к исполнению договора третьих лиц, оставаясь ответственным перед Заказчиком за исполнение своих обязательств.

4. РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ

4.1. В течение одной Рекламной недели в каждом самостоятельном рекламном слоте либо в каждой Последовательной группе слотов размещается один согласованный рекламный ролик.

4.2. Заказчик, приобретший несколько рекламных слотов, вправе:

- предоставить отдельный ролик для каждого самостоятельного слота;
- закрепить один и тот же ролик за несколькими самостоятельными слотами соответствующей продолжительности;
- использовать несколько слотов в составе Последовательной группы для непрерывного показа одного ролика соответствующей суммарной продолжительности.

4.3. Заказчик предоставляет готовые рекламные ролики не позднее чем за 3 рабочих дня до начала соответствующей Рекламной недели, если иной срок письменно не согласован Оператором.

4.4. Каждый рекламный ролик должен:

- соответствовать сведениям о фактическом рекламодателе и объекте рекламирования;
- соответствовать техническим параметрам Медиаплана;
- иметь продолжительность, точно соответствующую продолжительности самостоятельного рекламного слота либо суммарной продолжительности Последовательной группы слотов, за которыми он закреплён.

4.5. Не принимаются и не размещаются рекламные ролики, продолжительность которых не соответствует самостоятельному рекламному слоту либо суммарной продолжительности предусмотренной Медиапланом Последовательной группы слотов.

До приведения ролика в соответствие с Медиапланом он считается непредоставленным Заказчиком.

4.6. Оператор начинает размещение после получения:

- полной оплаты, предусмотренной Медиапланом;
- пригодных для показа рекламных роликов;
- запрошенных документов, сведений и подтверждений.

4.7. Рекламный ролик считается согласованным после письменного подтверждения Оператора либо начала его фактического показа.

4.8. Заказчик вправе заменить рекламный ролик, закреплённый за конкретным самостоятельным слотом или Последовательной группой слотов, не чаще одного раза в течение одной Рекламной недели.

4.9. По общему правилу новый ролик начинает размещаться с начала следующей Рекламной недели.

Замена ролика в течение уже начавшейся Рекламной недели допускается только с письменного согласия Оператора и при наличии технической возможности.

4.10. Один и тот же рекламный ролик не может размещаться более двенадцати последовательных Рекламных недель в интересах одного фактического рекламодателя независимо от количества рекламных слотов, Медиапланов, договоров, Заказчиков, агентств или посредников, через которых осуществляется размещение.

4.11. Не позднее чем за 3 рабочих дня до начала тринадцатой последовательной Рекламной недели Заказчик обязан предоставить новый рекламный ролик, отличающийся от ранее размещавшегося визуальным или информационным содержанием.

4.12. Не признаются новым рекламным роликом:

- изменение наименования или формата файла;
- техническое перекодирование;
- изменение разрешения или частоты кадров;
- незначительные технические исправления;
- иные изменения, не меняющие визуальное или информационное содержание ролика.

4.13. Продолжение показа прежнего рекламного ролика после истечения срока, установленного пунктом 4.10 настоящего договора, допускается только с письменного согласия Оператора.

4.14. Оператор вправе производить техническую адаптацию рекламного ролика, не изменяющую его смысл и содержание, в том числе изменять формат, кодек, разрешение, частоту кадров и размер файла.

4.15. Оператор вправе не согласовать рекламный ролик, не начинать либо приостановить его показ, если:

- ролик или рекламируемый объект может нарушать законодательство Российской Федерации либо права третьих лиц;
- Заказчик не предоставил запрошенные документы или подтверждения;
- содержащиеся в ролике сведения являются недостоверными либо утратили актуальность;
- ролик не соответствует продолжительности самостоятельного рекламного слота либо Последовательной группы слотов, за которыми он закреплён;
- ролик не соответствует техническим параметрам;
- ролик существенно изменяет фактического рекламодателя, объект рекламирования или характер кампании по сравнению с Медиапланом;
- поступили запрос, предписание, требование или решение государственного органа;
- поступила обоснованная претензия правообладателя, потребителя или иного третьего лица о возможном нарушении;
- истёк предусмотренный пунктом 4.10 срок использования одного и того же рекламного ролика.

4.16. Об отказе в принятии или согласовании рекламного ролика Оператор уведомляет Заказчика с указанием причины не позднее 2 рабочих дней после его получения.

4.17. О приостановлении уже начатого показа Оператор уведомляет Заказчика не позднее следующего рабочего дня после приостановления.

Уведомления направляются в порядке раздела 12 настоящего договора.

4.18. Заказчик вправе устранить указанную Оператором причину или предоставить новый рекламный ролик.

4.19. Если размещение не начато, приостановлено или осуществляется не в полном объёме по причинам, связанным с Заказчиком, включая:

- просрочку оплаты;

- непредоставление рекламного ролика;
- предоставление ролика ненадлежащей продолжительности;
- несоответствие ролика техническим параметрам;
- непредоставление обязательной замены ролика;
- непредоставление документов, сведений или согласований,

то:

- период размещения не переносится;
- стоимость услуг не уменьшается;
- отсутствующие по указанным причинам выходы не учитываются как непроведённые;
- Оператор вправе использовать зарезервированный рекламный слот по своему усмотрению.

4.20. Рассмотрение или согласование рекламного ролика Оператором не является юридической экспертизой и не освобождает Заказчика от ответственности за рекламный материал и рекламируемый объект.

4.21. Заказчик предоставляет Оператору простое неисключительное право самостоятельно либо с привлечением третьих лиц воспроизводить, технически адаптировать и публично показывать рекламный ролик в объёме, необходимом для исполнения договора, а также хранить его копию в течение срока, установленного законодательством Российской Федерации.

Указанное право действует в течение периода размещения и обязательного хранения рекламных материалов. Отдельное вознаграждение за его предоставление не выплачивается.

5. ЗАПРЕТ ПЕРЕПРОДАЖИ И ПЕРЕДАЧИ СЛОТОВ

5.1. Заказчик не вправе без предварительного письменного согласия Оператора:

- перепродавать услуги Оператора полностью или частично;
- передавать приобретённый рекламный слот третьему лицу;
- уступать право на размещение рекламы;
- размещать в рекламном слоте рекламу лица, не указанного в Медиаплане в качестве фактического рекламодателя;
- заменять фактического рекламодателя или объект рекламирования;
- иным образом распоряжаться приобретённым рекламным слотом в интересах не согласованного Оператором третьего лица.

5.2. Рекламное агентство или иное лицо вправе выступать Заказчиком в интересах третьего лица при условии, что фактический рекламодатель и объект рекламирования указаны в Медиаплане, а Оператор предварительно согласовал размещение.

5.3. Размещение по пункту 5.2 не признаётся запрещённой перепродажей, если фактический рекламодатель и объект рекламирования не заменяются без письменного согласия Оператора.

5.4. Нарушение настоящего раздела является существенным нарушением договора и предоставляет Оператору право незамедлительно приостановить размещение или отказаться от соответствующего Медиаплана.

6. РЕЗЕРВИРОВАНИЕ И ОПЛАТА

6.1. Стоимость услуг определяется исключительно соответствующим Медиапланом.

6.2. Цена, указанная в Медиаплане, является окончательной для согласованных в нём рекламных слотов и периода размещения и учитывает все индивидуальные коммерческие условия Сторон.

6.3. Все цены указываются без учёта НДС. Дополнительно к стоимости услуг Оператор предъявляет НДС по ставке, установленной законодательством Российской Федерации на дату оказания услуг.

6.4. Медиаплан должен позволять отдельно определить стоимость каждого самостоятельного рекламного слота и каждой Последовательной группы слотов. Стоимость Последовательной группы слотов равна совокупной стоимости входящих в неё рекламных слотов, если Медиапланом прямо не предусмотрено иное.

6.5. Услуги оказываются исключительно на условиях 100-процентной предоплаты.

6.6. Обязанность Заказчика по оплате считается исполненной после зачисления полной суммы, предусмотренной Медиапланом, на расчётный счёт Оператора.

6.7. С момента согласования Медиаплана и до истечения предусмотренного им срока оплаты указанные в нём рекламные слоты считаются предварительно зарезервированными за Заказчиком.

6.8. При поступлении 100-процентной предоплаты в установленный срок рекламные слоты окончательно резервируются за Заказчиком на весь предусмотренный Медиапланом период.

После окончательного резервирования окончательно зарезервированной считается вся предусмотренная Медиапланом услуга.

6.9. При непоступлении полной предоплаты в установленный срок предварительное резервирование прекращается автоматически, а доступность выбранных Рекламных недель и рекламных слотов более не гарантируется.

6.10. При поступлении полной предоплаты после установленного срока рекламные слоты окончательно резервируются с даты письменного подтверждения Оператором их доступности либо с даты фактического начала размещения — в зависимости от того, что наступило ранее.

6.11. При поступлении полной предоплаты после установленного срока Оператор в течение 2 рабочих дней письменно подтверждает доступность выбранных рекламных слотов либо сообщает об их недоступности.

Если выбранные рекламные слоты недоступны, Оператор возвращает полученные денежные средства в течение 5 рабочих дней с даты их поступления. По письменному соглашению Сторон вместо возврата могут быть выбраны другие доступные Рекламные недели.

6.12. После возврата денежных средств обязательства Оператора по предоставлению соответствующих рекламных слотов прекращаются.

6.13. Возврат, предусмотренный пунктом 6.11, является согласованным последствием недоступности слотов, возникшей после просрочки Заказчика.

6.14. Оператор не возмещает Заказчику упущенную выгоду, косвенные, репутационные и иные не прямые потери, вызванные такой недоступностью, кроме случаев, когда соответствующее ограничение прямо запрещено законом.

6.15. Оператор вправе не начинать или приостановить размещение до поступления полной предусмотренной Медиапланом оплаты.

6.16. При продлении размещения, приобретении дополнительных рекламных слотов или изменении порядка их использования стоимость нового объёма услуг согласовывается Сторонами отдельно.

6.17. Изменения, предусмотренные пунктом 6.16, не влекут перерасчёта стоимости ранее согласованных или оказанных услуг, если Стороны письменно не предусмотрели иное.

7. ЭКСПЛУАТАЦИЯ ЭКРАНА И НЕПРОВЕДЁННЫЕ ВЫХОДЫ

7.1. Экран является сложным техническим объектом и может периодически эксплуатироваться в тестовом, настройном или сервисном режиме.

7.2. Оператор не гарантирует полностью непрерывную работу Экрана, отсутствие технических сбоев и точное время каждого отдельного выхода.

7.3. Отдельные неисправные пиксели и незначительные отклонения яркости, цветопередачи, масштаба или расположения изображения не признаются недостатком услуг, если рекламный ролик в целом остаётся доступным для восприятия.

7.4. Не являются недостатком услуг различия восприятия изображения, вызванные временем суток, внешней освещённостью, погодными условиями, расстоянием или углом обзора.

7.5. Расчётное количество выходов одного рекламного слота составляет 1 120 выходов за одну полную Рекламную неделю.

7.6. Общий расчётный объём размещения определяется отдельно по каждому приобретённому рекламному слоту по формуле:

$$1\,120 \text{ выходов} \times \text{количество Рекламных недель.}$$

7.7. При размещении ролика в Последовательной группе слотов один непрерывный показ такого ролика считается одним выходом каждого рекламного слота, входящего в группу.

7.8. Непроведение ролика, закреплённого за Последовательной группой слотов, означает непроведение выхода каждого рекламного слота, входящего в такую группу. Количество непроведённых выходов учитывается отдельно по каждому слоту.

7.9. Объём исполнения оценивается по каждому Отчётному периоду в целом, а не отдельно за каждый час, день или Рекламную неделю, если иное прямо не предусмотрено Медиапланом.

7.10. Непроведённым признаётся предусмотренный Медиапланом выход конкретного рекламного слота, фактически не состоявшийся по причинам, не связанным с Заказчиком.

7.11. Количество непроведённых выходов определяется отдельно по каждому приобретённому рекламному слоту как положительная разница между расчётным и фактически проведённым количеством его выходов за соответствующий Отчётный период.

7.12. Непроведение выхода одного рекламного слота не означает непроведение выходов остальных приобретённых слотов, кроме слотов, входящих с ним в одну Последовательную группу слотов.

7.13. Выходы, не состоявшиеся по причинам, предусмотренным пунктом 4.19 настоящего договора, непроведёнными не признаются.

7.14. Непроведённые выходы влекут соразмерное уменьшение стоимости услуг. Дополнительные выходы, продление периода размещения или иное предоставление рекламного времени взамен непроведённых выходов не осуществляются.

7.15. Стоимость непроведённых выходов определяется по формуле, установленной пунктом 8.15 настоящего договора.

7.16. По итогам каждого Отчётного периода стоимость услуг уменьшается на стоимость непроведённых выходов, относящихся к такому Отчётному периоду. Соответствующая часть полученной предоплаты возвращается Заказчику в течение 10 рабочих дней после окончания Отчётного периода.

Если непроведённые выходы установлены после истечения указанного срока, в том числе после оформления УПД или проведения окончательного расчёта, соразмерное уменьшение стоимости услуг производится, а соответствующая сумма возвращается Заказчику в течение 10 рабочих дней с даты документального установления таких выходов.

Датой документального установления непроведённых выходов признаётся дата их письменного подтверждения Оператором, дата подписания Сторонами документа, в котором зафиксированы такие выходы, либо дата вступления в законную силу судебного акта, которым такие выходы установлены.

7.17. Если Медиаплан прекращён до окончания текущего Отчётного периода, стоимость непроведённых выходов учитывается в окончательном расчёте и возвращается Заказчику в срок, установленный для такого расчёта.

7.18. Соразмерное уменьшение стоимости услуг и возврат соответствующей части предоплаты являются согласованными Сторонами последствиями непроведённых выходов.

Наличие непроведённых выходов не является основанием для отказа от приёмки остальных услуг, взыскания неустойки, упущенной выгоды, косвенных убытков, репутационных потерь или расходов на другие рекламные кампании, кроме случаев, когда соответствующее ограничение не допускается законом.

7.19. Положения настоящего раздела не применяются к выходам, которые в соответствии с пунктом 4.19 настоящего договора непроведёнными не признаются.

8. ПРИЁМКА УСЛУГ И РАСЧЁТЫ

8.1. Для целей оформления первичных документов выбранные в Медиаплане Рекламные недели объединяются в Отчётные периоды в хронологическом порядке.

Каждый Отчётный период включает четыре Рекламные недели, а последний Отчётный период может включать от одной до трёх Рекламных недель.

8.2. Услуги оказываются и принимаются по итогам каждого Отчётного периода.

8.3. Оператор оформляет УПД по окончании каждого Отчётного периода.

8.4. Если Медиапланом не установлена стоимость услуг за отдельную Рекламную неделю или Отчётный период, стоимость услуг за Отчётный период определяется пропорционально расчётному количеству выходов, приходящихся на входящие в него Рекламные недели.

8.5. При полном исполнении Медиаплана сумма стоимости услуг, отражённая во всех УПД, должна соответствовать общей стоимости услуг, указанной в Медиаплане.

8.6. УПД направляется не позднее 5 календарных дней после окончания последней Рекламной недели соответствующего Отчётного периода через систему электронного документооборота либо, при отсутствии ЭДО, на бумажном носителе с одновременным направлением сканированной копии на согласованный адрес электронной почты Заказчика.

8.7. Срок для направления возражений исчисляется с даты получения электронного УПД либо его сканированной копии в порядке пункта 12.9 настоящего договора.

8.8. Сканированная копия используется для целей договорной приёмки и не заменяет бумажный оригинал УПД. Отдельный акт оказанных услуг не составляется.

8.9. В течение 5 рабочих дней после получения УПД Заказчик обязан подписать УПД либо направить мотивированные письменные возражения с указанием конкретного периода, обстоятельств и спорного объёма услуг.

8.10. При отсутствии мотивированных возражений услуги считаются оказанными и принятыми без замечаний в объёме и по стоимости, указанным в УПД, независимо от его подписания Заказчиком.

8.11. Количество фактически проведённых выходов определяется по данным системы управления Экраном и журналам трансляции Оператора.

8.12. При наличии мотивированных возражений Оператор предоставляет относящуюся к спорному периоду выгрузку в течение 5 рабочих дней.

8.13. Заказчик не вправе без письменного согласия Оператора уменьшать предусмотренные договором платежи, удерживать денежные средства или производить односторонний зачёт.

8.14. Оператор не несёт ответственности за отказ Заказчику в применении налогового вычета или признании расходов, если такой отказ не вызван нарушением Оператором обязанностей по оформлению и передаче документов.

8.15. Стоимость непроведённых выходов, а также неоказанной части услуг определяется отдельно по каждому самостоятельному рекламному слоту и каждой Последовательной группе слотов по следующей формуле:

$$\frac{\text{стоимость соответствующего самостоятельного рекламного слота или Последовательной группы слотов по Медиаплану без учёта НДС} \times \text{количество непроведённых или неоказанных выходов соответствующего слота или группы}}{\text{общее расчётное количество выходов соответствующего слота или группы по Медиаплану.}}$$

8.16. При прекращении размещения на будущие полные Рекламные недели к неоказанным относятся все расчётные выходы соответствующих рекламных слотов, приходящиеся на такие недели.

8.17. Возвращаемые Заказчику суммы включают соответствующую часть фактически уплаченного НДС.

8.18. Возврат денежных средств производится на расчётный счёт, с которого поступила оплата, либо на иной расчётный счёт Заказчика, указанный им в письменном сообщении.

8.19. Если уменьшение стоимости услуг установлено после оформления УПД, Оператор оформляет корректировочный УПД либо иной применимый корректировочный документ в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Соответствующая сумма возвращается Заказчику в срок, установленный пунктом 7.16 настоящего договора.

9. ЗАВЕРЕНИЯ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗАКАЗЧИКА

9.1. Заказчик заверяет Оператора, что является юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем и заключает договор исключительно в связи с осуществлением предпринимательской деятельности.

9.2. Заказчик заверяет, что:

- сведения в рекламных материалах достоверны и актуальны;
- рекламируемые товары, работы и услуги находятся в законном обороте;
- получены необходимые лицензии, разрешения, сертификаты, регистрации и иные обязательные документы;
- Заказчик обладает необходимыми правами на рекламные материалы и использованные в них объекты;
- получены необходимые согласия на использование персональных данных, имён, изображений и голосов физических лиц;
- материалы содержат обязательные предупреждения, обозначения и иные предусмотренные законом сведения;
- указанные в материалах сайты, QR-коды, номера телефонов, адреса и иные способы связи являются законными и актуальными;
- размещение материалов не нарушает законодательство и права третьих лиц.

9.3. Если Заказчик действует в интересах другого рекламодателя, он подтверждает наличие соответствующих полномочий.

9.4. Заказчик отвечает перед Оператором за рекламные материалы независимо от того, действует он в собственных интересах или в интересах третьего лица.

9.5. По требованию Оператора Заказчик обязан в течение 2 рабочих дней предоставить документы, подтверждающие достоверность рекламы, полномочия Заказчика, наличие необходимых лицензий, разрешений, регистраций, прав и согласий.

9.6. Заказчик обязан незамедлительно уведомлять Оператора об обстоятельствах, влияющих на законность распространения рекламы.

9.7. Заверения Заказчика действуют в течение всего периода размещения.

9.8. Заказчик несёт ответственность перед Оператором за содержание, достоверность и законность рекламных материалов и рекламируемого объекта.

9.9. Заказчик возмещает Оператору убытки, возникшие вследствие нарушения договора или недостоверности предоставленных заверений.

9.10. Предъявление требований непосредственно к Оператору не освобождает Заказчика от предусмотренных договором обязанностей.

9.11. Независимо от наличия нарушения со стороны Заказчика, Заказчик в порядке статьи 406.1 Гражданского кодекса Российской Федерации возмещает Оператору имущественные потери, возникшие в связи с рекламными материалами или рекламируемым объектом вследствие:

- предписания, решения или постановления государственного органа;
- предъявления Оператору требования, претензии или иска правообладателем, потребителем или иным третьим лицом.

9.12. К имущественным потерям относятся вызванные указанными обстоятельствами расходы на прекращение показа или замену материалов, размещение опровержения, защиту интересов Оператора, выплаты и компенсации, судебные расходы, юридическую помощь и устранение последствий.

9.13. Размер возмещения равен сумме разумных и документально подтверждённых имущественных потерь, возникших вследствие обстоятельств, предусмотренных пунктом 9.11 настоящего договора.

9.14. Административные штрафы и иные публично-правовые взыскания возмещаются в той мере, в которой это допускается законодательством Российской Федерации.

9.15. Возмещение производится в течение 10 рабочих дней после получения требования Оператора и подтверждающих документов.

9.16. За просрочку оплаты Оператор вправе потребовать пеню в размере 0,1 процента от просроченной суммы за каждый день просрочки, но не более 20 процентов от суммы задолженности.

10. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОПЕРАТОРА

10.1. Ответственность Оператора по каждому Медиаплану ограничивается суммой, фактически уплаченной Заказчиком по соответствующему Медиаплану.

10.2. Оператор не возмещает упущенную выгоду, косвенные убытки, репутационные потери, расходы на иные рекламные кампании и потери по обязательствам Заказчика перед третьими лицами.

10.3. Ограничения, предусмотренные настоящим разделом, не применяются к умышленному нарушению Оператором обязательств и в иных случаях, когда ограничение ответственности запрещено законом.

11. ПРИОСТАНОВЛЕНИЕ И ПРЕКРАЩЕНИЕ

11.1. Оператор вправе незамедлительно приостановить оказание услуг:

- при нарушении Заказчиком договора;
- при наличии оснований, предусмотренных пунктом 4.15;
- при нарушении запрета на перепродажу или передачу рекламного слота;
- при временной технической невозможности или небезопасности эксплуатации Экрана.

11.2. Если приостановление связано с Заказчиком, применяются последствия, предусмотренные пунктом 4.19. В остальных случаях стоимость непроведённых выходов определяется, уменьшает стоимость услуг и возвращается Заказчику в порядке разделов 7 и 8 настоящего договора.

11.3. Оператор вправе без указания причин отказаться от настоящего договора, не прекращая действующие Медиапланы, либо от одного, нескольких или всех действующих Медиапланов, в том числе размещение по которым уже начато, письменно уведомив Заказчика не менее чем за 30

календарных дней.

В уведомлении указываются Медиапланы, действие которых прекращается. Если в уведомлении прямо указано, что прекращаются все действующие Медиапланы, их отдельное перечисление не требуется.

11.4. Если уведомлением Оператора не установлена более поздняя дата, указанный в уведомлении Медиаплан прекращается в 23:00 воскресенья Рекламной недели, в которой истекает срок уведомления.

11.5. При прекращении одного или нескольких Медиапланов по инициативе Оператора в порядке пункта 11.3 Заказчику в течение 10 рабочих дней возвращается неиспользованный остаток предоплаты за вычетом стоимости оказанных услуг, задолженности Заказчика и иных причитающихся Оператору сумм. Размер возврата определяется по пункту 8.15 настоящего договора.

11.6. Возврат, предусмотренный пунктом 11.5, является согласованным Сторонами последствием немотивированного отказа Оператора от соответствующего Медиаплана. Оператор не возмещает Заказчику упущенную выгоду, косвенные, репутационные и иные не прямые потери, вызванные таким отказом, кроме случаев, когда соответствующее ограничение прямо запрещено законом.

11.7. Оператор вправе отказаться от договора или отдельного Медиаплана без соблюдения 30-дневного срока, если:

- просрочка оплаты превышает 5 рабочих дней;
- Заказчик не предоставил ролик, документы или сведения в установленный срок;
- рекламный материал является незаконным, недостоверным либо может нарушать права третьих лиц;
- Заказчик предоставил недостоверные заверения;
- нарушен запрет на перепродажу или передачу рекламного слота;
- поступили запрет, предписание, требование государственного органа либо обоснованная претензия третьего лица;
- Заказчик допустил иное существенное или повторное нарушение.

11.8. Для расчётов при прекращении Медиаплана по пункту 11.7 либо по инициативе Заказчика в порядке пункта 11.18 стоимость оказанных услуг определяется по следующей формуле:

$$\frac{\text{общая стоимость услуг по соответствующему Медиаплану без учёта НДС} \times \text{количество начавшихся Рекламных недель}}{\text{общее количество выбранных Рекламных недель}}.$$

11.9. К оказанным услугам приравниваются периоды, подлежащие оплате в соответствии с пунктом 4.19. Начавшаяся Рекламная неделя считается оказанной полностью, если прекращение или приостановление связано с Заказчиком.

11.10. После окончательного резервирования рекламных слотов в соответствии с пунктом 6.8 или 6.10 окончательно зарезервированной считается вся предусмотренная соответствующим Медиапланом услуга. Стоимость окончательно зарезервированной части услуг равна полной стоимости услуг по

Медиаплану без учёта НДС.

11.11. Стоимость неоказанной зарезервированной части услуг определяется как разница между полной стоимостью услуг по Медиаплану без учёта НДС и стоимостью оказанных услуг.

11.12. При прекращении по основаниям пункта 11.7 Заказчик уплачивает договорную неустойку в размере 20 процентов от стоимости неоказанной зарезервированной части услуг без учёта НДС, если соответствующее основание возникло вследствие нарушения Заказчиком договора, недостоверности его заверений либо иных обстоятельств, за которые Заказчик отвечает в соответствии с разделом 9 настоящего договора.

11.13. Убытки, причинённые нарушением Заказчика, возмещаются в части, не покрытой договорной неустойкой. Одни и те же имущественные последствия не могут одновременно учитываться при определении неустойки и убытков.

11.14. Оператор вправе удержать из предоплаты стоимость оказанных услуг, задолженность Заказчика, договорную неустойку, убытки, имущественные потери и иные подлежащие уплате суммы.

11.15. Оставшийся после удержаний остаток возвращается Заказчику в течение 10 рабочих дней со дня прекращения договора или соответствующего Медиаплана. При недостаточности предоплаты Заказчик перечисляет недостающую сумму в течение 5 рабочих дней после получения требования Оператора.

11.16. Оператор вправе отказаться от договора или отдельного Медиаплана без соблюдения 30-дневного срока, если эксплуатация Экрана прекращена либо имеются объективные основания полагать, что она не может быть возобновлена в течение 30 календарных дней вследствие повреждения Экрана, длительного ремонта, предписания уполномоченного органа, утраты правовой или технической возможности эксплуатации либо иных не зависящих от Оператора обстоятельств.

11.17. При прекращении по пункту 11.16 Заказчику в течение 10 рабочих дней возвращается неиспользованный остаток предоплаты, включая не возвращённую ранее стоимость непроведённых выходов, рассчитанную по пункту 8.15 настоящего договора.

11.18. Заказчик вправе отказаться от настоящего договора, не прекращая действующие Медиапланы, либо от одного, нескольких или всех действующих Медиапланов, письменно уведомив Оператора не менее чем за 30 календарных дней.

В уведомлении указываются Медиапланы, действие которых прекращается. Если в уведомлении прямо указано, что прекращаются все действующие Медиапланы, их отдельное перечисление не требуется.

11.19. Если Стороны письменно не согласовали иное, указанный в уведомлении Заказчика Медиаплан прекращается в 23:00 воскресенья Рекламной недели, в которой истекает срок уведомления.

11.20. При отказе Заказчика стоимость оказанных и окончательно зарезервированных услуг определяется по пунктам 11.8–11.11.

11.21. При отказе Заказчик помимо стоимости оказанных услуг уплачивает:

- разумные и документально подтверждённые расходы Оператора, не включённые в стоимость услуг и плату за отказ;

— плату за осуществление права на односторонний отказ в размере 20 процентов от стоимости неоказанной зарезервированной части услуг без учёта НДС.

11.22. Плата за отказ учитывает последствия резервирования слотов и невозможность гарантировать их оперативное предоставление другому рекламодателю. Одни и те же расходы не могут одновременно включаться в документально подтверждённые расходы Оператора и плату за отказ.

11.23. Плата за отказ не взимается, если отказ Заказчика непосредственно вызван нарушением Оператором обязательств по соответствующему Медиаплану.

11.24. Наличие непроведённых выходов не признаётся нарушением Оператора для целей пункта 11.23 настоящего договора, если Оператор исполнил обязанность по соразмерному уменьшению стоимости услуг и возврату соответствующей части предоплаты в порядке разделов 7 и 8 настоящего договора либо установленный договором срок исполнения такой обязанности не истёк.

Если указанная обязанность не исполнена в установленный срок, соответствующая просрочка признаётся нарушением Оператора для целей пункта 11.23 настоящего договора только при условии, что Оператор не исполнил обязанность в течение 5 рабочих дней после получения мотивированного письменного требования Заказчика с указанием соответствующего Отчётного периода и обстоятельств просрочки.

11.25. Обстоятельства, прямо отнесённые разделом 7 к не признаваемым недостатком услуг, также не являются нарушением Оператора для целей пункта 11.23.

11.26. Оставшаяся после окончательного расчёта сумма предоплаты возвращается Заказчику в течение 10 рабочих дней со дня прекращения договора или Медиаплана. При недостаточности предоплаты Заказчик перечисляет недостающую сумму в течение 5 рабочих дней после получения требования Оператора.

11.27. Если в соответствии с законодательством Российской Федерации на плату за отказ или договорную неустойку подлежит начислению НДС, он предъявляется дополнительно.

11.28. Договор или отдельный Медиаплан может быть прекращён в любое время по письменному соглашению Сторон, в том числе в день подписания соглашения.

12. ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ И СПОРЫ

12.1. Документы и сообщения, направленные с согласованного адреса электронной почты Стороны, признаются исходящими от этой Стороны, подписанными её простой электронной подписью и равнозначными документам на бумажном носителе, подписанным собственноручно.

12.2. Ключом простой электронной подписи являются данные доступа к согласованному адресу электронной почты.

12.3. Сторона самостоятельно определяет лиц, имеющих доступ к своему адресу электронной почты, обязана обеспечивать конфиденциальность данных доступа и незамедлительно уведомлять другую Сторону об их утрате или компрометации. До получения такого уведомления документы и сообщения считаются направленными соответствующей Стороной.

12.4. Стороны признают юридическую силу договоров, Медиапланов, дополнительных соглашений, сканированных копий, рекламных материалов, согласований, уведомлений, требований и иных документов, направленных через систему электронного документооборота либо с согласованных адресов электронной почты.

12.5. Медиаплан и дополнительное соглашение могут быть подписаны на бумажном носителе, через систему электронного документооборота либо путём обмена электронными или сканированными копиями.

12.6. Оплата счёта признаётся полным и безоговорочным принятием соответствующего Медиаплана, если счёт либо направленный вместе с ним Медиаплан содержит выбранные Рекламные недели, тип и количество рекламных слотов, порядок их использования, фактического рекламодателя, объект рекламирования и стоимость услуг.

12.7. Электронная почта Оператора: org@dayx.su.

12.8. Электронная почта Заказчика:

12.9. Сообщение считается полученным на следующий рабочий день после его отправки через систему электронного документооборота либо с согласованного адреса электронной почты, если отправителю не поступило сообщение о невозможности доставки.

12.10. Сторона обязана уведомить другую Сторону об изменении адреса электронной почты и иных реквизитов. До получения уведомления документы и сообщения, направленные по прежним реквизитам, считаются направленными надлежащим образом.

12.11. До обращения в суд Сторона направляет другой Стороне письменную претензию.

12.12. Претензионный порядок считается соблюденным по истечении 10 рабочих дней со дня направления претензии в порядке, предусмотренном договором.

12.13. Все споры, возникающие из настоящего договора, Медиапланов, дополнительных соглашений или в связи с ними, подлежат рассмотрению в Арбитражном суде Ульяновской области.

13. СРОК ДЕЙСТВИЯ И ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

13.1. Договор вступает в силу с даты его подписания и действует в течение одного года.

13.2. Если ни одна из Сторон не уведомит другую Сторону о прекращении договора не менее чем за 30 календарных дней до окончания его срока, договор продлевается на каждый следующий год.

13.3. Прекращение или истечение срока настоящего договора само по себе не прекращает действие ранее согласованных Медиапланов.

Действующий Медиаплан прекращается только при прямом указании на это в уведомлении соответствующей Стороны или в соглашении о прекращении.

13.4. Условия договора применяются к действующим Медиапланам до полного исполнения обязательств по ним.

13.5. При противоречии между договором и Медиапланом применяются условия договора, если в Медиаплане прямо не указано, какой пункт договора изменяется или не применяется.

13.6. Прекращение договора или Медиаплана не освобождает Стороны от исполнения денежных обязательств, а также обязанностей по возмещению убытков и имущественных потерь, в том числе возникших после прекращения в связи с обстоятельствами периода действия договора или соответствующего Медиаплана.

13.7. Изменения и дополнения к договору оформляются в письменной форме, в том числе способом, предусмотренным разделом 12.

14. РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

ОПЕРАТОР

Общество с ограниченной ответственностью
«ДЭЙИКС»

Юридический адрес	432000, Ульяновская область г. Ульяновск, ул. Гончарова, д. 21
ИНН	7300052620
КПП	730001001
ОГРН	1267300004619
Расчётный счёт	40702810469710001723
Банк	УЛЬЯНОВСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ № 8588 ПАО СБЕРБАНК
БИК	047308602
Корреспондентский счёт	301018100000000000602
ИНН банка	7707083893
КПП банка	732502002
Электронная почта	org@dayx.su

Генеральный директор

_____/ Д.П. Мусиенко
подпись

ЗАКАЗЧИК

Наименование	_____
Юридический адрес	_____
ИНН	_____
КПП	_____
ОГРН/ОГРНИП	_____
Расчётный счёт	_____
Банк	_____
БИК	_____
Корреспондентский счёт	_____
Электронная почта	_____

_____/ _____
подпись