

Общество с ограниченной ответственностью

«АЛЬКОР и Ко»

ЮРИДИЧЕСКИЙ АДРЕС: 119261, Москва, Ленинский пр-т, д. 72/2

ПОЧТОВЫЙ АДРЕС: 117452, Москва, Симферопольский б-р, д. 28, стр. 2
Тел: 937-12-31/32, Факс: 937-12-33



Политика размещения социальной рекламы (далее – Политика)

I. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Рекламная информация/ 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.

Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Оператор – организация, осуществляющая функции оператора социальной рекламы, определяемая согласно п. 3.2. ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространитель - Общество с ограниченной ответственностью «Алькор и Ко» (далее по тексту – ЛЭТУАЛЬ), ОГРН 1027739498324, ИНН 7729265128, место нахождения: 119261, г. Москва, Ленинский проспект, дом 72/2.

Потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Информационные ресурсы - интернет-сайт www.letu.ru в сети «Интернет» и мобильное приложение ЛЭТУАЛЬ.

Рекламуемый ресурс – сайт и/или мобильное приложение, ссылка на которые имеется в социальной рекламе.

Другие термины, не определенные в настоящем разделе, трактуются в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. В случае отсутствия однозначного толкования термина в тексте настоящей Политики и/или в нормативных актах действующего законодательства РФ следует руководствоваться толкованием, сложившимся в практике делового оборота.

II. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящая Политика определяет требования размещения социальной рекламы на информационных ресурсах и является обязательной для лиц, которые размещают и/или имеют намерение разместить социальную рекламу на информационных ресурсах Рекламораспространителя.

2. Рекламораспространитель имеет право по собственному усмотрению изменять Политику размещения социальной рекламы без уведомления Оператора. Действующая редакция размещается по ссылке <https://www.letu.ru/about/advertising>. В случае внесения изменений в Политику, такие изменения вступают в силу с момента размещения измененного текста в сети «Интернет» по вышеуказанной ссылке. Риск неознакомления с новой редакцией Политики после внесения изменений несет Оператор.

3. Оператор обязуется предоставлять по запросу Рекламораспространителя любую информацию, относящуюся к размещению социальной рекламы; документы, включая, но не ограничиваясь, подтверждающие достоверность рекламной информации, соблюдение требования обязательной сертификации, лицензирования и иных видов разрешений.

4. Рекламораспространитель имеет право проводить проверки на предмет соответствия социальной рекламы требованиям Политики, нормативно-правовых актов Российской Федерации. Рекламораспространитель вправе отказать в размещении любой социальной рекламы, которая не соответствует настоящей Политике и/или действующему законодательству РФ.

III. ТРЕБОВАНИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

1. Социальная реклама должна:

- а. Соответствовать требованиям Закона РФ №2300-1 от 07.02.1992 «О защите прав потребителей», ФЗ «О Рекламе» N 38-ФЗ от 13.03.2006, ФЗ «О государственном языке» от 01.06.2005 № 53-ФЗ и иных нормативно-правовых актов Российской Федерации;
- б. Содержать полную и достоверную информацию;
- в. Содержать пометку «Социальная реклама», а также указание на рекламодателя социальной рекламы и на сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе социальной рекламы;
- г. Быть пристойными, без оттенка сексуальности, богохульства;
- д. Содержать возрастную маркировку в случаях, предусмотренных ФЗ от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в том числе, но не ограничиваясь, при размещении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации.

2. Социальная реклама, а также информация на Рекламуемом ресурсе не должны:

- а. Вводить в заблуждение потребителей рекламы;
- б. Побуждать к совершению противоправных действий;
- в. Призывать к насилию и жестокости;
- г. Дискриминировать, побуждать к ненависти или неприязни по отношению к какой-либо группе лиц или лицу;

- д. Вызывать у потребителей рекламы сильные негативные эмоции, тревожность, чувство вины;
- е. Нарушать неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну;
- ж. Содержать упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах;
- з. Содержать призыв оказать помощь конкретному лицу;
- и. Формировать негативное отношение к лицам, которые не будут совершать действий, требуемых в социальной рекламе, или осуждать таких лиц;
- к. Нарушать права третьих лиц, включая правообладателей исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации, включенные в состав социальной рекламы;
- л. Умалять чье-либо достоинство, содержать оскорбления, угрозы, клевету, порочить кого-либо, иным образом нарушать действующее законодательство РФ, а также общепринятые нормы морали и нравственности.

IV. ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ РАЗМЕЩЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Не допускается к размещению социальная реклама:

- а. Политическая реклама (включая предвыборная агитация, а также агитация по вопросам референдума или всенародного голосования);
- б. Социальная реклама, прямо или косвенно направленная на привлечение внимания к товарам, работам, услугам, средствам индивидуализации лиц, осуществляющих коммерческую деятельность, в том числе их скрытая реклама (оказывающую не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание);
- в. Социальная реклама с военной и религиозной тематикой;
- г. Социальная реклама, из содержания которой невозможно однозначно определить, что она направлена на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

V. ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

№	Формат размещения социальной рекламы	Технические требования к формату размещения
1	Веб-пуш	720x360 Формат - JPG, не более 150 Кб, степень сжатия не менее 50
2	Баннер-фасет	830x1380 Формат - JPG, не более 100 Кб, степень сжатия не менее 50

