

ДОГОВОР № PR/10-01

о предоставлении рекламных услуг на рекламу в метро

г. Москва

«01» января 2010 г.

Общество с ограниченной ответственностью «Премиум Групп», именуемое в дальнейшем «АГЕНТ», в лице генерального директора Перевезенцевой Анны Вячеславовны, действующего на основании Устава, с одной стороны, и **Общество с ограниченной ответственностью «ПРИМЕР»**, именуемое в дальнейшем «ПРИНЦИПАЛ», в лице генерального директора Алексева Алексея Алексеевича, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. Принципал поручает, а Агент принимает на себя обязательства по организации и проведению в Московском метрополитене рекламных кампаний, с использованием следующего перечня видов рекламной продукции:

- постеры путевые;
- несветовые щиты;
- световые щиты;
- эскалаторные щиты;
- наружные рекламно-информационные установки возле метро;
- световые роллерные щиты в вестибюлях станций и переходах метро;
- указатели в переходах метро;

1.2. Принципал обязуется оплатить указанные услуги Агента в соответствии с условиями настоящего Договора и Спецификации, являющейся неотъемлемой частью настоящего Договора (соответствующие Приложения).

1.3. Рекламная кампания включает в себя:

- выполнение, при необходимости, комплекса работ по изготовлению рекламной продукции;
- выполнение комплекса работ по подготовке к размещению и размещение рекламной продукции на согласованных между Агентом и Принципалом рекламных местах;
- техническое обслуживание, а именно: контроль за состоянием рекламной продукции, регулярную влажную и сухую уборку, а в случае выявления повреждений или срыва продукции – ее замена или повторное размещение (в пределах резерва, предоставленного Принципалом).

Рекламная продукция подлежит замене, если она имеет повреждения, искажающие ее содержание и/или внешний вид.

1.4. На проведение каждой рекламной кампании оформляется отдельная письменная Спецификация (соответствующие Приложение), в которой указывается:

- дата предоставления Принципалом готовой рекламной продукции;
- дата начала рекламной кампании;
- срок нахождения рекламной продукции на рекламных местах;
- наименование линии (станции), места размещения;
- вид и размер рекламной продукции;
- описание рекламы (бренд, услуга);
- стоимость услуг Агента;
- сроки оплаты услуг Агента.

С момента подписания Сторонами Спецификации на проведение рекламной кампании она становится неотъемлемой частью настоящего Договора.

1.5. Агент может воспользоваться услугами третьей стороны для размещения и технического обслуживания рекламной продукции.

2. Обязанности сторон

2.1. Агент обязуется:

2.1.1. Организовывать и проводить рекламные кампании, порученные Принципалом, в соответствии с условиями настоящего Договора.

2.1.2. В течение 2 (двух) рабочих дней принимать решение о размещении рекламной продукции в

соответствии с представленным оригинал-макетом либо об отказе от размещения. Решение Агента об отказе от размещения может быть принято по любым основаниям, которые Агент сочтет существенными в каждом конкретном случае.

2.1.3. Решение Агента об отказе от размещения доводится до сведения Принципала в письменном виде в день его принятия. Решение Агента об отказе от размещения конкретной рекламы товаров, услуг не может рассматриваться как отказ от исполнения обязательств, указанных в п. 1.1 настоящего Договора, поскольку решение принимается исходя из содержания представленного Принципалом оригинал-макета. Решение Агента об отказе от размещения не мотивируется.

2.1.4. После принятия решения о размещении рекламной продукции в соответствии с представленным оригинал-макетом Агент обязан принять готовую рекламную продукцию, соответствующую техническим требованиям к готовой продукции.

2.1.5. Рекламная продукция, изготовленная без предварительного представления оригинал-макета Агенту, к размещению не принимается.

2.1.6. Агент вправе отказаться от проведения рекламной кампании по отдельным видам рекламных носителей по истечении установленного п. 4.1.1. настоящего Договора срока оплаты 1-го этапа, если Принципал не оплатил 10 % (десять процентов) от суммы Спецификации.

2.1.7. Обеспечить размещение и съем предоставленной Принципалом рекламной продукции в сроки, исчисляемые соответственно от даты начала рекламной кампании и даты окончания рекламной кампании, предусмотренных в Спецификациях к настоящему Договору, являющихся его неотъемлемой частью, и указанные в п. 4.1.5 настоящего Договора.

2.1.8. Обеспечивать техническое обслуживание размещенной рекламной продукции (в соответствии со ст. 1 настоящего Договора). Контролировать состояние рекламной продукции не реже одного раза в 10 (десять) дней, а в случае выявления повреждений конструкции или внутренних ламп освещения по отдельным видам рекламных носителей производить ремонт или замену ламп в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента обнаружения.

2.1.9. Рекламная продукция по окончании рекламной кампании Принципалу не возвращается и стоимость ее не возмещается.

2.1.10. Уведомлять Принципала об окончании размещения рекламной продукции с указанием: дат начала и окончания рекламной кампании, рекламных мест.

2.1.11. Ежемесячно, не позднее 5 (пятого) числа календарного месяца, следующего за отчетным, предоставлять на подпись Принципалу двусторонний Акт приема-сдачи оказанных в отчетном месяце услуг, с указанием фактической стоимости услуг Агента за соответствующий месяц. Счета-фактуры, оформленные в соответствии с действующим законодательством РФ, предоставляются Агентом ежемесячно после подписания Сторонами актов приема-сдачи работ. По окончании рекламной кампании Агент предоставляет на подпись Принципалу отчет агента о проведении рекламной кампании.

2.1.12. В случае досрочного расторжения рекламной кампании по инициативе Принципала, Агент имеет право производить перерасчет стоимости рекламной кампании Принципала в соответствии с п. 7.1. настоящего Договора.

2.1.13. В течение 10 (десяти) рабочих дней с момента даты начала рекламной кампании предоставить Принципалу отчет о размещении рекламных материалов по соответствующей спецификации.

2.2. Принципал обязуется:

2.2.1. Оплачивать услуги Агента, связанные с выполнением обязательств по настоящему Договору в объеме и сроки, указанные в Статье 3 настоящего Договора и Приложениях к нему.

2.2.2. Предоставлять Агенту для принятия решения о размещении оригинал-макета рекламной продукции. Оригинал-макет должен быть выполнен на бумажном носителе в цветах и пропорциях оригинала либо предоставлен в формате «JPEG» с расширением «jpg» размером не более 1 Мегабайт. Оригинал-макет должен соответствовать требованиям действующего законодательства.

2.2.3. Предъявлять Агенту:

- лицензию на рекламируемую деятельность или ее надлежащим образом заверенную копию, если эта деятельность подлежит лицензированию;
- сертификат соответствия рекламируемого товара или его надлежащим образом заверенную копию, если этот товар подлежит обязательной сертификации;

- документы о регистрации рекламируемого товара или их надлежащим образом заверенные копии, если товар подлежит государственной регистрации;

- иные документы в соответствии с Федеральным законом «О рекламе».

2.2.4. Предоставлять Агенту рекламную продукцию не позднее, чем за 5 (пять) рабочих дней до даты начала соответствующей рекламной кампании, указанной в Спецификации.

2.2.5. Если Принципал не предоставляет рекламную продукцию в установленные сроки в полном объеме, то Агент имеет право не начинать размещение до даты предоставления Принципалом рекламной продукции.

2.2.6. Вся рекламная продукция должна соответствовать предварительно представленному оригинал-макету и Техническим требованиям к готовой продукции.

2.2.7. Рекламная продукция, не соответствующая Техническим требованиям и представленному оригинал-макету, к размещению не принимается.

2.2.8. Липкая аппликация должна быть упакована в пачках по 100 (сто) или 200 (двести) штук в каждой. Постеры всех видов должны быть в упаковке или в рулонах без механических и других повреждений. Упаковка должна быть маркирована (для постеров на путевых стенах – вид рекламной продукции, наименование станции размещения, письмо – гарантия от фирмы – изготовителя, краткое описание рекламы).

2.2.9. Предоставлять по требованию Агента всю необходимую для организации и проведения рекламной кампании информацию.

2.2.10. В случае хищений, механических или прочих повреждений рекламной продукции предоставлять Агенту для замены необходимое количество рекламной продукции в течение 7 (семи) рабочих дней со дня получения уведомления Агента о факте хищения (повреждения).

2.2.11. Ежемесячно подписывать двусторонние Акты сдачи-приемки оказанных услуг не позднее первых 5 (пяти) календарных дней месяца, следующего за отчетным, и один экземпляр подписанного и скрепленного печатью Акта возвращать Агенту в указанный срок, либо предоставить в тот же срок мотивированный отказ от его подписания. В случае если последний день срока приходится на нерабочий день, то днем окончания срока считается первый, следующий за ним рабочий день. При несоблюдении указанного условия рекламные услуги будут считаться принятыми.

2.2.12. Во всех случаях досрочного завершения рекламной кампании, Принципал направляет об этом письменное уведомление Агенту.

3. Стоимость услуг агента и порядок расчетов

3.1. Расчет стоимости рекламной кампании, срок которой составляет менее 1 (одного) месяца, производится исходя из того, что месяц равен 30 (тридцати) дням, таким образом, стоимость одного дня в этом случае рассчитывается как 1/30 стоимости за месяц.

3.2. Стороны ежемесячно, не позднее 5 (пятого) числа календарного месяца следующего за отчетным, подписывают Акт сдачи-приемки работ, в котором указывают фактическую стоимость услуг Агента за отчетный месяц. В случае, если последний день срока приходится на нерабочий день, то днем окончания срока считается первый следующий за ним рабочий день.

3.3. Оплата стоимости услуг Агента по организации и проведению в Московском метрополитене рекламных кампаний осуществляется Принципалом в зависимости от вида рекламной продукции в порядке, определенном в Статье 4 настоящего Договора.

3.4. В случае изменения налогового законодательства в период действия настоящего Договора, увеличивающего стоимость рекламных услуг, Принципал обязуется произвести доплату в соответствии со счетом, выставленным Агентом.

4. Специальные условия по отдельным видам рекламной продукции

4.1. Указатели в подуличных переходах метро, наружные рекламно-информационные установки возле метро, постеры на эскалаторных сводах, на несветовых щитах, на щитах на сводах, на световых щитах, на световых щитах (лобовинах) и роллерах в вестибюлях станций и переходах метро.

4.1.2. Оплата стоимости услуг Агента по организации и проведению в Московском метрополитене рекламных кампаний, используя следующий перечень видов рекламной продукции: постеры на эскалаторных сводах, осуществляется Принципалом на расчетный счет Агента по каждой Спецификации в 2

(два) этапа:

1-й этап: 10 % (десять процентов) от общей стоимости Спецификации, в течение 5 (пяти) банковских дней с момента подписания Спецификации.

2-й этап: 90 % (девяносто процентов) не позднее, чем за 20 (двадцать) календарных дней до даты начала рекламной кампании, указанной в Спецификации.

4.1.2. В случае отказа Принципала от размещения рекламной продукции более чем за два месяца до даты начала рекламной кампании по рекламным носителям: постеры форматом 1,8x1,2 м на эскалаторных сводах, Агент производит возврат суммы в размере 10 % (десяти процентов) от общей стоимости Спецификации, уплаченной Принципалом в соответствии с п. 4.1.1. настоящего Договора.

4.1.3. В случае отказа Принципала от размещения рекламной продукции менее чем за два месяца до даты начала рекламной кампании по рекламным носителям: постеры форматом 1,8x1,2 м на эскалаторных сводах, сумма в размере 10 % (десяти процентов) от общей стоимости Спецификации, уплаченная Принципалом в соответствии с п. 4.1.1. настоящего Договора, не возвращается Агентом.

4.1.4. Оплата стоимости услуг Агента по организации и проведению в Московском метрополитене рекламных кампаний, используя следующий перечень видов рекламной продукции: наружные рекламно-информационные установки возле метро, постеры на несветовых щитах, постеры на щитах на сводах, постеры на световых щитах, постеры на световых щитах (лобовинах) в вестибюлях станций и переходах метро, указатели в подуличных переходах метро, конструкции нестандартного размера, осуществляется Принципалом на расчетный счет Агента по каждой Спецификации не позднее, чем за 20 (двадцать) банковских дней до даты начала рекламной кампании, указанной в Спецификации.

4.1.5. Агент обязуется обеспечить размещение и съем предоставленной Принципалом рекламной продукции в следующие сроки, исчисляемые соответственно от даты начала рекламной кампании на рекламных местах и даты окончания рекламной кампании на рекламных местах, указанных в Спецификациях к настоящему Договору, являющихся его неотъемлемой частью, а именно:

Обеспечить размещение в течение 6 (шести) рабочих дней: 3 (три) дня до даты начала рекламной кампании и в течение 2 (двух) дней после даты начала рекламной кампании для следующих видов рекламной продукции:

- наружные рекламно-информационные установки возле метро, постеры на эскалаторных сводах, постеры на несветовых щитах и постеры на световых щитах, конструкции нестандартного размера в количестве до 50 (пятидесяти) штук /одна партия/;

- постеры на щитах на сводах, постеры на световых щитах (лобовинах) в вестибюлях станций и переходах метро в количестве до 10 (десяти) штук /одна партия/;

- указатели в подуличных переходах метро в количестве до 35 (тридцати пяти) штук /одна партия/.

Съем размещенной рекламной продукции начинается за 3 (три) рабочих дня до даты окончания срока рекламной кампании и завершается по истечении 6 (шести) рабочих дней с даты начала съема.

При большом количестве рекламной продукции ее размещение и съем производится партиями.

4.1.6. Продление срока рекламной кампании по следующим видам рекламной продукции: постеры на эскалаторных сводах, не осуществляется.

4.1.7. Принципал имеет право продлить рекламную кампанию на тех же рекламных местах, на которых проводится рекламная кампания, по следующим видам рекламной продукции: постеры на несветовых щитах, на щитах на сводах, на световых щитах, на световых щитах (лобовинах) в вестибюлях станций и переходах метро, указатели в подуличных переходах метро, конструкции нестандартного размера, только в случае:

- возможности дальнейшего размещения на тех же рекламных местах (наличие свободных рекламных мест);

- заключения Спецификации на новый срок не позднее, чем за 15 (пятнадцать) календарных дней до даты окончания рекламной кампании;

- осуществления предоплаты в размере 10 % (десяти процентов) от общей стоимости заключенной Спецификации в течение 5 (пяти) банковских дней с момента подписания Спецификации.

В случае хищений, механических и других повреждений рекламоносителей (указатели в подуличных переходах метро), Принципал обязуется предоставить Агенту для замены восстановленный рекламоноситель в течение 7 (семи) рабочих дней со дня получения уведомления Агента о факте хищения (повреждения). Восстановление рекламоносителя производится за счет средств Принципала.

5. Замена рекламной продукции

5.1. Бесплатную замену рекламной продукции Агент обязан обеспечить 1 (один) раз в месяц в случае, если срок рекламной кампании составляет более 1 (одного) месяца, начиная со 2 (второго) месяца размещения. Если срок рекламной кампании 1 (один) месяц и менее бесплатная замена рекламной продукции не производится, за исключением случаев продления рекламной кампании на тех же рекламных местах.

5.2. В рамках заключенной Спецификации Агент по устной заявке Принципала производит целевую замену рекламной продукции.

5.3. Стоимость услуг Агента по целевой замене рекламной продукции исчисляется и определяется Сторонами в соответствии с Расценками для расчета стоимости услуг Агента по замене рекламной продукции, заклейки рекламного изображения.

5.4. Оплата услуг Агента по целевой замене рекламной продукции, заклейки рекламного изображения производится Принципалом в течение 5 (пяти) банковских дней с момента выставления Агентом счета.

5.5. Принципал обязуется предоставить Агенту для замены необходимое количество рекламной продукции.

5.6. Агент обязуется обеспечить замену рекламной продукции, вклейку рекламного изображения по конкретному виду рекламной продукции в сроки, указанные в п. 4.1.5. настоящего Договора и исчисляемые от даты начала замены рекламной продукции.

5.7. По окончании оказания услуг Сторонами подписывается Акт сдачи-приемки на оказанные услуги.

6. Ответственность Сторон

6.1. Стороны несут ответственность, как за неисполнение, так и за ненадлежащее исполнение своих обязательств по настоящему Договору в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

6.2. В случае ненадлежащего исполнения обязательств, предусмотренных п. 2.2.1. настоящего Договора, Агент вправе взыскать с Принципала пеню в размере 0,1 % (1/10 процента) от суммы соответствующей неоплаченной Спецификации, но не более 10 % (десяти процентов) от общей стоимости соответствующей Спецификации. Если просрочка оплаты превысит 10 (десять) календарных дней, Агент приостанавливает прием от Принципала новых Заявок на организацию и проведение рекламных кампаний до полного погашения задолженности. Рекламная кампания по неоплаченным Спецификациям прекращается по истечении указанного 10 - дневного срока, рекламная продукция снимается Агентом с мест размещения. В этом случае Принципал обязан оплатить Агенту стоимость фактически проведенной рекламной кампании и штрафные санкции за просрочку платежа.

6.3. В случае нарушения сроков размещения рекламной продукции, указанных в п. 4.1.5. настоящего Договора, по вине Агента, Принципал вправе взыскать с последнего пени в размере 0,1 % (1/10 процента) от суммы соответствующей Спецификации за каждый день просрочки. При просрочке размещения более чем на 20 (двадцать) календарных дней начисление пени прекращается. Агент в этом случае уплачивает Принципалу штраф в размере 10 % (десяти процентов) от суммы соответствующей Спецификации. Уплата пени и штрафа не освобождает Агента от выполнения своих обязательств по настоящему Договору.

6.4. Стороны освобождаются от материальной ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы или чрезвычайного характера, возникших после его заключения, которые Стороны не могли ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами. К таким обстоятельствам чрезвычайного характера относятся: наводнения, пожары, землетрясения или иные природные явления, блокада, общенациональные забастовки, принятие органами государственной власти нормативно-правового акта запретительного характера.

6.5. Агент не несет ответственности за достоверность рекламной информации, которую предоставил Принципал, за неправильное изображение Принципалом логотипа, товарного знака и за нарушение авторских прав.

6.6. Принципал несет ответственность за содержание и соответствие действующему законодательству предлагаемого к размещению оригинал-макета, включая, но не ограничиваясь, за соблюдение прав обладателей объектов исключительных прав (интеллектуальной собственности). Все претензии, в том числе обладателей объектов исключительных прав (интеллектуальной собственности), к Агенту в отношении предоставленного Принципалом оригинал-макета должны быть урегулированы Принципалом за свой счет и своими силами, а равно возмещены все понесенные Агентом в связи с такими претензиями убытки.

6.7. Принципал несет ответственность за соответствие действующему законодательству предоставленных при размещении документов (лицензий, сертификатов, документов о государственной регистрации товаров, услуг, иных документов).

6.8. Если по независящим от Агента техническим причинам (ремонт или реконструкция объектов метрополитена и др.), возникшим после заключения настоящего Договора, проведение рекламной кампании окажется невозможным, Стороны будут решать вопрос о продолжении либо прекращении рекламной кампании. Взаиморасчеты Сторон производятся в этом случае без начисления и взыскания штрафных санкций.

6.9. Принципал согласен с порядком выполнения услуг по настоящему Договору, сопряженным с большим риском повреждения переданной для демонстрации рекламной продукции в результате действий третьих лиц. Агент не несет ответственности за утрату и/или повреждение рекламной продукции Принципала вследствие противоправных действий третьих лиц.

6.10. Если Принципал передал рекламную продукцию Агенту, который в соответствии со сроками, установленными в п. 4.1.5. настоящего Договора, до даты начала рекламной кампании приступил к размещению рекламной продукции, а Принципал отказался до даты начала рекламной кампании от дальнейшего размещения рекламной продукции, то дата начала рекламной кампании остается неизменной, соответственно, общая стоимость рекламной кампании определяется исходя из суммы первоначально определенной Сторонами в Спецификации.

6.11. В случае выявления Федеральной антимонопольной службой РФ нарушений Закона о рекламе. Стороны несут ответственность в рамках действующего законодательства.

6.12. В случае проведения по поручению Принципала рекламной кампании, в рамках которой Федеральной антимонопольной службой РФ будет принято решение в отношении Агента о наложении административного штрафа за нарушение законодательства о рекламе, Принципал обязуется выплатить Агенту штраф в размере 658 000 (Шестьсот пятьдесят восемь тысяч) рублей.

7. Досрочное расторжение Спецификации

7.1. В случае направления Принципалом уведомления о досрочном завершении рекламной кампании по конкретной Спецификации после размещения Агентом рекламной продукции, срок которой составляет более 1 (одного) месяца, данная Спецификация считается расторгнутой. Рекламная продукция подается на съем, который производится в сроки, оговоренные в Договоре. Ранее указанный срок рекламной кампании по расторгаемой Спецификации сокращается до даты досрочного расторжения рекламной кампании, которая наступает не ранее чем через 15 (пятнадцать) календарных дней с момента получения Агентом уведомления Принципала. Агент возвращает Принципалу поступившие денежные средства по расторгаемой Спецификации, за вычетом пересчитанной стоимости рекламной кампании.

7.2. В случае частичного расторжения рекламной кампании на отдельных рекламных местах в рамках одной Спецификации по видам рекламной продукции, указанным в п. 4.1. настоящего Договора, перерасчет стоимости рекламной кампании по отдельным рекламным местам производится исходя из количества дней фактического размещения рекламной продукции.

7.3. При перерасчете стоимости рекламной кампании, который производится в связи с частичным завершением рекламной кампании, из-за технических причин невозможности дальнейшего проведения рекламной кампании на отдельных рекламных местах, или иных причин, учитывается количество дней фактически проведенной рекламной кампании.

7.4. Рекламная кампания прекращается досрочно в случае направления Федеральной Антимонопольной Службой РФ (ее территориальными управлениями) предписания, адресованного Агенту, о прекращении рекламы товара, услуги в связи с допущенным нарушением законодательства о рекламе.

Рекламная кампания прекращается досрочно в случае направления Агенту Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития требования о прекращении рекламы лекарственного препарата.

Кроме того, рекламная кампания может быть прекращена досрочно по инициативе Агента, если выяснится, что Принципал представил недостоверную информацию о содержании рекламы, либо представил недостоверные документы в соответствии с п. 2.2.3. Договора.

Под недостоверными документами Стороны, в том числе, понимают предоставление документов, которые были выданы другому лицу, не имеющему отношения к рекламируемым товарам, услугам.

7.5. В случае досрочного прекращения рекламной кампании по основаниям, указанным в пункте 7.4. настоящего Договора, Агент в течение 1 (одного) рабочего дня информирует Principala о снятии рекламной продукции с мест размещения. Перерасчет и возврат денежных средств производятся в порядке, определенном в п. 7.1. настоящего Договора.

8. Порядок разрешения споров

8.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть во время действия по настоящему Договору, Стороны решают путем переговоров между собой.

8.2. В случае невозможности такого урегулирования, споры разрешаются в порядке, установленном действующим законодательством РФ, в Арбитражном суде г. Москвы.

9. Срок действия Договора

9.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента подписания его обеими Сторонами.

9.2. Настоящий Договор может быть расторгнут по письменному соглашению Сторон, при этом все обязательства Агента по проведению рекламных кампаний могут быть исполнены только в рамках срока действия договора, ранее подписанные Спецификации со сроком рекламной кампании за пределами определенной Сторонами даты расторжения не подлежат исполнению.

9.3. В случае невыполнения Principalom в сроки, установленные настоящим Договором, условия об оплате оказанных услуг Агента, настоящий Договор может быть расторгнут Агентом в одностороннем порядке, без направления письменного уведомления о расторжении договора.

10. Прочие условия

10.1. В случае изменения указанных в Договоре адресов и банковских реквизитов Стороны обязаны в трехдневный срок письменно известить об этом друг друга.

10.2. Никакие поправки или изменения настоящего Договора не будут действительными, если они не исполнены надлежащим образом в письменном виде.

10.3. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим Договором, Стороны будут руководствоваться действующим законодательством РФ.

10.4. Настоящий Договор составлен в 2 (двух) подлинных экземплярах (по одному экземпляру для каждой из Сторон), имеющих равное значение и юридическую силу.

11. Юридические адреса и реквизиты сторон

Принципал:

ООО «ПРИМЕР»

ИНН / КПП: 7711111111 / 771101001
111111, г. Москва, Примерная ул., д.1

Р/с: 00000000000000000000 в АКБ
«ПРИМЕР» ЗАО г. Москвы
К/с: 00000000000000000000
БИК: 000000000
ОКПО: 00000000, ОКВЭД: 00.0
Телефоны: +7 (495) 000-00-00

Генеральный директор:

_____/ Алексеев А. А. /
МП

Агент:

ООО «Премиум Групп»

ИНН / КПП: 7729418367 / 772901001
119517, г. Москва, ул. Матвеевская,
д. 20, к. 1, оф. 58

Р/с: 40702810338180130556 в Московском банке
Сбербанка России ОАО, г. Москва
К/с: 30101810400000000225
БИК: 044525225
ОКПО: 58742284, ОКВЭД: 74.4
Телефоны: +7 (495) 505-38-32; 506-80-82
Эл. почта: info@prgrp.ru

Генеральный директор:

_____/ Перевезенцева А.В. /
МП

ТРЕБОВАНИЯ К ИЗГОТОВЛЕНИЮ МАКЕТА РЕКЛАМЫ И ПЕЧАТИ ПЛАКАТОВ

для размещения на рекламных щитах, размещаемых на эскалаторных спусках, внутри вестибюлей и в переходах станций метрополитена

г. Москва

«01» января 2010 г.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ГОТОВОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ:

Готовая к размещению рекламная продукция в зависимости от типа используемой щитовой конструкции представляет собой виниловый (бумажный) постер, с нанесенным на него рекламным изображением, или щит с пленочной аппликацией.

Тип рекламносителя	Размер носителя (м)	Размер постера (м)	Размер изображения (м)	Используемые материалы и особенности нанесения рекламного изображения
Световой щит	1,2*1,8	1,22*1,79	1,18*1,75	Работают на просвет: - матовая виниловая пленка без клеевого слоя; - матовая бумага плотностью не менее 150гр. Без клеевого слоя
	1,8*1,2	1,79*1,22	1,75*1,18	
	1,2*1,0	1,215*0,915	1,200*0,900	
	1,0*1,2	0,915*1,215	0,900*1,200	
	1,0*1,0	0,915*0,915	0,900*0,900	
	Нестандартные размеры			
Световой указатель	1,2*0,4	1,215*0,415	1,200*0,400	
Несветовой щит	1,2*1,8	1,22*1,79	1,18*1,75	- Матовая виниловая пленка без клеевого слоя; - Матовая бумага плотностью не менее 150 гр. без клеевого слоя
	1,8*1,2	1,79*1,22	1,75*1,18	
	1,2*1,2	1,2*1,2	1,18*1,18	
	3,0*1,2	3,03*1,2	3,0*1,18	
	Нестандартные размеры			
Указатель		1,2*0,4		Рекламное изображение должно быть выполнено методом аппликации из виниловой пленки, имеющей легкосъемную клеевую основу (маркировка NON Permanent или Removable) с обязательным включением свободно-читаемой надписи: « Реклама в метро: 783-94-94 ». На пластике «KOMAGEL», «KOMAPOR», «KOMATEX» фирмы «KOMMERLING», толщиной 4 мм
		2,4*0,4		
Несветовой щит		Нестандартные размеры		
Щиты на эскалаторных спусках		1,8*1,2		- Матовая виниловая пленка без ламината, имеющая легкосъемную клеевую основу (маркировка NON PERMANENT или REMOVABLE), не оставляющую следов клея на поверхности после съема рекламной продукции. Предоставляемая продукция должна быть нарезана на отдельные постеры.
Щиты на сводах межстанционных переходов		3,0*1,0		
		1,8*1,2		
		1,2*1,2		
Для всех рекламных щитов:				
Допускается использование пленок, маркированных фирмой-изготовителем: INTERCOAT, ORAGAL (серии 620 и 1620), AVERY, RAFLATAC. Не допускается применение хрупких, ломких пленок, а также гигроскопичной бумаги. Рекламное изображение должно быть устойчивым к многократной влажной и сухой протирке. Основа рекламного изображения (подложка) должна быть цельной.				

Готовая рекламная продукция должна соответствовать согласованному с ООО «Премиум Групп» оригинал-макету и предоставляться в упаковке, предохраняющей от механических и атмосферных воздействий при ее транспортировке.

ТРЕБОВАНИЯ К ОРИГИНАЛ-МАКЕТУ:

Файлы, не соответствующие нижеперечисленным требованиям, не являются файлами готовыми для печати!

Общие требования к оригинал-макету, предоставляемому Заказчиком, должны соответствовать требованиям "Закона о рекламе РФ" и "Защиты прав потребителей". Оригинал-макет должен содержать номер лицензии и наименование органа выдавшего эту лицензию, если рекламируемая деятельность подлежит лицензированию, а также должна содержать пометку "Товар (услуга) сертифицирован", если рекламируемый товар (услуга) подлежат обязательной сертификации. Текстовые блоки не должны содержать фраз в превосходной форме (самый лучший, самый большой, и т.п.) без документального подтверждения данного факта соответствующими документами или ссылками на соответствующие документы и публикации. При публикации цен на рекламируемые товары или услуги необходимо указать срок действия последних. Стоимость указанная в условных единицах должна иметь сноску в которой необходимо указать курс пересчета в рубли.

Недопустимо использование противоречащих общепринятой этике и оскорбляющих человеческое достоинство материалов.

1. Типы электронных носителей:

- * magneto-optical disk 3.5 (128-230-640 Mb) и 5.25 (1.2-2.6 Gb)
- * removable hard disk cartridge SyQuest 5.25" (88-200 Mg)
- * removable hard disk cartridge SyQuest 3.5" (270 Mb)
- * CD-Rom Disk

Верстка оригинал-макета должна быть выполнена в программе QuarkXpress, Adobe Illustrator, Free Hand формата EPS или Adobe Photoshop, для Macintosh или PC. Оригинал-макет должен быть распечатан на бумаге формата А4 в цветном варианте в двух экземплярах. Все шрифты, используемые в публикации, должны присутствовать на носителе (PostScript Font и Font Suitcase). Эмблемы, торговые и фирменные знаки, а также логотипы должны представлять из себя векторные файлы, созданные в программах Adobe Illustrator, Free Hand формата EPS.

Название файлов должно содержать не более 8-ми латинских символов плюс расширение.

2. Форматы файлов готовых к печати.

Для получения печатной продукции, все исходные данные должны быть в CMYK

Полиграфическая цветовая гамма не соответствует цветовой гамме, получаемой при широкоформатной печати, поэтому при наличии

- в макете критичного цвета (корпоративный цвет логотипа, цвета фирменного стиля и пр.) он согласовывается непосредственно в офисе
 - по образцу цвета заказчика и цветовым таблицам Ant Logic
1. TIFF и EPS растровые изображения
 - 4 канала (Cyan, Magenta, Yellow, Black);
 - без дополнительных альфа-каналов (Channels) и без путей (Paths);
 - без LZW компрессии EPS/Encapsulated PostScript.
 2. EPS векторные изображения
 - для создания векторных изображений использовать палитру CMYK
 - все шрифты должны быть переведены в кривые
 - связанные с файлом растровые изображения
 - должны быть в палитре CMYK;
 - не иметь дополнительных альфа-каналов (Channels);
 - не должны содержать поворотов (не распространяется на изображения, вставка которых осуществляется операцией типа Parsing).

3. Общие требования к расположению печатного изображения.

Эффективная ширина печати – 300 см. Необходимо располагать изображение в файле таким образом, чтобы печать выполнялась без доводора изображения.

4. Общие требования к пропорциям и информационной емкости файлов:

Файл должен быть сверстан в масштабе 1:1. Растровые изображения должны иметь разрешение, позволяющее получить при увеличении изображения до реального размера разрешение в 72-100 dpi (в целях упрощения, можно считать зависимость линейной). Значительное увеличение разрешения (к примеру до 300 dpi) приводит к неоправданному увеличению трудоемкости обработки исходного файла, при незначительном увеличении качества получаемого изображения.

Пропорции файлов должны соответствовать размерам печати.

Агент:

Генеральный директор
ООО «Премииум Групп»
Перевезенцева А.В.

Принципал:

Генеральный директор
ООО «ПРИМЕР»
Алексеев Алексей Алексеевич

МП

МП

ОРИГИНАЛ-МАКЕТ

г. Москва

«01» января 2010 г.

(место-вставка изображения оригинал-макета)

Принципал:

Генеральный директор
ООО «ПРИМЕР»
Алексеев Алексей Алексеевич

МП

Агент:

Генеральный директор
ООО «Премиум Групп»
Перевезенцева А.В.

МП

СПЕЦИФИКАЦИЯ №1

на размещение рекламной продукции

г. Москва

«01» января 2010 г.

Срок предоставления рекламной продукции:

За 5 (пять) рабочих дней до начала рекламной кампании

Дата начала срока нахождения рекламной продукции на рекламном месте:

Не позднее 15 февраля 2010 г.

Срок нахождения рекламной продукции на рекламных местах:

1 (один) месяц

№ п/п	Название линии, станции	Место размещения	Тип и размер рекламы	Описание рекламы
1	Примерная	Указатель, место № 1	указатель 1,2x0,4 м	Примерное

Стоимость рекламной кампании составляет: **10 000.00** руб. (Десять тысяч рублей 00 копеек), налогом на добавленную стоимость не облагается (на основании Уведомления о возможности применения упрощенной системы налогообложения № 02-05/2190/2384 от 25 ноября 2002 г.)

Агентское вознаграждение включено в сумму договора.

Оплата производится на расчетный счет Агента в течение 5 (пяти) банковских дней со дня подписания Сторонами настоящей спецификации.

Настоящее Приложение является неотъемлемой частью Договора № PR/10-01 от «01» января 2010 г., заключенного между Сторонами.

Во всем остальном, что не изменено и/или не дополнено настоящим Приложением, Стороны руководствуются условиями Договора № PR/10-01 от «01» января 2010 г.

Принципал:

Генеральный директор
ООО «ПРИМЕР»
Алексеев Алексей Алексеевич

МП

Агент:

Генеральный директор
ООО «Премиум Групп»
Перевезенцева А.В.

МП