

Правила размещения цифровой рекламы в Торговых центрах с использованием программы для ЭВМ «LAB ADV (ЛАБ АДВ)»

11.09.2024 г.

ПРЕАМБУЛА

1. Настоящие Правила устанавливают условия оказания услуг по организации рекламных кампаний рекламодателей на рекламных носителях (наружной, аудио рекламы) в Торговых центрах (ТЦ) с использованием программы для ЭВМ «LAB ADV (ЛАБ АДВ)», обязательства оказания которых установлено соответствующим Договором.

2. Настоящие Правила применяются, если иное не предусмотрено непосредственно Договором.

3. В настоящих Правилах могут быть использованы термины и определения, не указанные в п.1. Правил. В этом случае толкование такого термина производится в соответствии с текстом Правил. В случае отсутствия однозначного толкования термина или определения в тексте Правил следует руководствоваться его толкованием, определенным: в первую очередь — документами, образующими Договор между Сторонами, во вторую очередь — обязательными для Сторон документами, и в последующем — законодательством Российской Федерации, обычаями делового оборота и доктриной.

4. В случае противоречия условий Правил и Договора применяются положения Договора.

5. Официальным источником опубликования Правил является сайт в сети интернет по адресу: <https://labadv.ru/about/docs/rules.pdf>

1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ТЕРМИНЫ

Владелец рекламных носителей (далее «Владелец») — лицо, заключившее Договор с Оператором или намеревающееся его заключить в собственных интересах, предоставляющий рекламные поверхности, размещенные на территории торгового центра (далее – ТЦ), для предоставления услуг, в рамках рекламной кампании, заказанной Заказчиком рекламы с использованием программы «LAB ADV (ЛАБ АДВ)».

Договор — договор оказания услуг по организации рекламных кампаний, исполнение которого осуществляется на основании настоящих Правил, в т.ч. любой договор, заключенный Оператором с Владелец или Заказчиком рекламы;

Заказчик рекламы — лицо, заключившее Договор с Оператором с учетом настоящих Правил или намеревающееся его заключить в собственных интересах или интересах своего клиента, на проведение Рекламной кампании;

Оператор платформы (далее Оператор) - лицо, осуществляющее административные функции в программе «LAB ADV (ЛАБ АДВ)» на основе лицензионного договора, заключенного с Правообладателем;

Прайс-лист – информация о ценах Владельца на размещение рекламных материалов;

Правообладатель – лицо, обладающее исключительным правом на Программу, а именно Общество с ограниченной ответственностью «МТ ЛАБ» (ИНН 9704184449);

Программа - Программа для ЭВМ «LAB ADV (ЛАБ АДВ)» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2023617500, Дата государственной регистрации в Реестре программ для ЭВМ 11.04.2023 г.), предназначенная для организации распространения рекламы в торговых центрах, доступ к которой осуществляется Заказчиком рекламы, Оператором и Владельцем через Сайт: <https://sales.labadv.ru>;

Логи – файлы в Программе, фиксирующие события и процессы, осуществляемые Пользователями;

Пользователи – Владелец, Заказчик рекламы;

Реклама - информация, соответствующая критериям, указанным в ч. 1 ст. 3 Закона о рекламе, а также любая иная законная информация (социальная реклама, объявления, вакансии и т.д.), размещаемая на возмездной основе Владелец на рекламных носителях в ТЦ;

Рекламная кампания – комплекс мероприятий, направленных на распространение рекламы, в т.ч. регистрация в Программе, сбор информации о рекламных возможностях, согласование рекламы, размещение рекламы, сбор отчетных документов, техническая и организационная поддержка участников кампании;

Отчетный месяц – календарный месяц с 1 по 30/31 число (февраль с 1 по 28/29 число);

Эфирная справка – документ, выданный Владелец, содержащий отчетную информацию о размещении Рекламной кампании.

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

2.1. Оператор гарантирует наличие достаточной квалификации, а также организационных, трудовых, финансовых, материальных ресурсов, необходимых для оказания услуг в интересах Заказчика.

2.2. Оператор вправе не оказывать услуги (приостановить, перенести сроки), при наличии у Заказчика задолженности по оплате услуг, предусмотренных Договором.

2.3. Пользователи обязуются своевременно и в полном объеме предоставлять Оператору всю информацию, необходимую для исполнения Договора.

2.4. Заказчик рекламы и Владелец обязаны назначить лиц, ответственных за взаимодействие Сторон по вопросам исполнения Договора, а также предоставить контактные данные для направления юридически значимых сообщений.

2.5. Подтверждением факта любого события в Программе, а также моментом его совершения являются Логи Программы.

2.6. Правообладатель и/или Оператор является лицами, осуществляющими исключительно информационное посредничество между Заказчиком рекламы и

Владельцем как рекламораспространителем, не осуществляя изготовление и/или корректировку рекламы, а также не вносят в нее каких-либо изменений.

3. РЕГИСТРАЦИЯ И ДОСТУП К ПРОГРАММЕ.

3.1. Пользователи регистрируются в Личном кабинете Программы, используя адрес собственной электронной почты. Данный адрес является идентификатором (логином) в Личном кабинете Программы, а также адресом для направления юридически значимых сообщений.

3.2. Оператор предоставляет Владелцу основную учетную запись. логином учетной записи является адрес электронной почты.

3.3. Регистрируясь в Программе, Пользователи подтверждают, что они ознакомлены с настоящими Правилами и соглашаются с их условиями.

3.4. Дополнительные учетные записи создаются Пользователями самостоятельно. Пользователи могут создавать в рамках своих полномочий дополнительные учетные записи (с ограниченными правами) для своих сотрудников.

3.5. Оператор не несет ответственность и не контролирует доступ к Программе по дополнительным учетным записям.

4. РАЗМЕЩЕНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕМ ИНФОРМАЦИИ О РЕКЛАМНЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ И ИХ БРОНИРОВАНИЕ.

4.1. Владелец в течение 5 (пяти) дней с момента получения доступа к Программе размещает в ней:

А. Прайс-лист

В. Информацию о рекламных поверхностях (минимальная длина слота в Программе составляет 10 (десять) секунд, минимальная длина блока 60 (шестьдесят) секунд.

С. Тип размещаемых поверхностей, согласно типам рекламного инвентаря, существующего в системе, а именно:

- Медиафасад – экран большого формата, размещенный на фасаде здания;

- Межэтажный экран – экран, размещенный внутри здания, видимый с более чем с одного этажа;

- Пилон/Тотем – экран, небольшого формата, имеющий вертикальное поле для размещения Рекламы на горизонтальных поверхностях;
- Куб – четыре экрана, объединенных в одну конструкцию;
- Экран – остальные экраны, не попадающие в другие типы.

D. Информацию о ежемесячной посещаемости каждого из ТЦ Владельца за последние 24 месяца.

По окончании отчетного месяца Владелец в течение 5 (пяти) рабочих дней вносит в Программу информацию по посещаемости за отчетный месяц.

4.2. Размещение Владелцем информации в Программе приравнивается к акцепту.

4.3. Владелец самостоятельно определяет количество слотов, предоставляемых для размещения рекламы, при этом минимальное количество слотов должно соответствовать указанному в Приложении №1 к Договору.

4.4. После поступления Оператору в Программе заявки на размещение рекламы от Заказчика рекламы в отношении указанных Владелцем рекламных поверхностей, формируется бронь на перечень рекламных поверхностей, указанных в заявке.

4.5. Размещение рекламы считается доступным для Заказчика рекламы после подтверждения соответствующей брони Владелцем.

4.6. В случае поступления Владелцу запроса от Оператора о предоставлении дополнительных слотов на рекламных поверхностях, Владелец обязуется рассмотреть данный запрос в течение 3 (трех) дней.

5. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ НА РЕКЛАМНЫЙ НОСИТЕЛЬ – ПРАЙС ЛИСТ

5.1. Прайс-лист Владельца вступает в силу момента его публикации в Программе, что подтверждается Логам. На любой период по каждому инвентарю может действовать только один Прайс-лист - последний опубликованный.

5.2. Цена на услуги для Заказчика рекламы определяется на основании Прайс-листов следующим образом:

- в момент размещения Заказчиком рекламы в Программе заказа на проведение рекламной кампании и фиксируется на срок до 1 календарного месяца (включительно) с даты его сохранения;

- если новый Прайс-лист был опубликован после подтверждения рекламной кампании, цены не меняются;
- в момент сохранения изменений в Программе Заказчиком рекламы параметров Рекламной кампании применяются цены последнего опубликованного Прайс-листа;
- при заказе рекламной кампании, если срок ее проведения превышает срок действия Прайс-листов, то цена услуг в период превышения срока определяется ценой Прайс-листа, действующего на дату максимально приближенную к дате начала срока превышения.

5.3. В случае неисправности рекламных поверхностей Владелец сообщает информацию о данном обстоятельстве в течение 1 рабочего дня с момента наступления соответствующего события. Период неисправности рекламных поверхностей не подлежит оплате.

5.4. Если неисправная часть рекламного носителя составляет не более 15% от общей площади рекламного инвентаря, то рекламный инвентарь считается исправным.

5.5. Реклама считается распространенной при условии демонстрации объекта рекламы.

5.6. Факт получения Оператором полной или частичной оплаты услуг от Заказчика рекламы по заказу, на условиях, указанных в счетах-заявках формируемых из Программы Оператора, означает вступление Оператора и Заказчика рекламы в соответствующие договорные отношения.

6. РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

6.1. Заказчик рекламы вправе заказывать рекламные кампании с датой начала размещения не ранее чем через 5 (пять) рабочих дней после размещения заказа на нее при условии подтверждения Владелец брони.

6.2. Заказчик рекламы обязан предоставить рекламу в Личный кабинет не позднее, чем за 5 (пять) рабочих дней до начала срока их размещений. В случае нарушения срока размещения рекламы в личном кабинете, сроки рекламной кампании подлежат сокращению равный периоду задержки срока предоставления рекламы.

6.3. В случае нарушения Заказчиком сроков предоставления рекламы в Личный кабинет, оплата за периоды, в течение которых Рекламная кампания не была размещена, по причине задержки размещения рекламы Заказчиком рекламы, не возвращается, и услуга считается оказанной в полном объеме, по цене и в срок, как если бы Рекламная кампания была запущена без опозданий.

6.4. Владелец обязуется самостоятельно провести модерацию рекламы в течение 3 (трех) рабочих дней с момента его размещения в Программе. В случае отказа от модерации рекламы Владелец указывает причину отклонения.

6.5. Если причина отклонения рекламы связана с локальными требованиями ТРЦ, то оплата за услуги возвращается Заказчику рекламы.

6.6. Владелец обязуется в течение 3 (трех) рабочих дней с момента начала Рекламной кампании разместить в Программе по одной фотографии проведения Рекламной кампании для каждого рекламного носителя или видеоотчет.

6.7. Эфирная справка формируется в Личном кабинете Заказчика автоматически первого числа месяца, следующего за месяцем размещения.

7. ДОКУМЕНТЫ, СФОРМИРОВАННЫЕ В ПРОГРАММЕ

7.1. Программа предоставляет возможность Заказчику рекламы сформировать и скачать следующие документы:

- Счет-заявка
- Справка – расчет с указанием планируемой эффективности будущей рекламной кампании
- Эфирная справка

7.2. В Программе Пользователи могут получить следующие документы:

- Месячный отчет (по Рекламным кампаниям, которые проходили в отчетном месяце)

8. ТЕХНИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА

8.1. Техническая поддержка осуществляется Оператором на следующих условиях:

(а) Оказание помощи в решении технических проблем (первая линия поддержки), связанных с эксплуатацией Программы у пользователей, в том числе, предоставление ответов на вопросы, связанные с некорректной работой

Программы, возникшей в результате ошибок сотрудников Владельца или Заказчика рекламы, или ошибок внутри Программы;

(б) В случае перевода запроса («тикета») на вторую линию поддержки (разработчики) – поиск, анализ и исправления ошибок;

(в) Обновление Программы в случае изменений в REST API Программы;

(г) Рассмотрение и регистрация предложений Владельца или Заказчика рекламы по развитию или модификации функций, выполняемых Программой, которые могут быть учтены и реализованы в новой версии Программы.

8.2. Техническая поддержка осуществляется Оператором следующими способами:

(а) Телефонная линия консультации Владельца или Заказчика рекламы в объеме, не превышающем 15 (пятнадцать) минут в течение рабочего дня;

(б) Текстовая линия консультации Владельца и Рекламодателя (электронная почта);

Запросы на техническую поддержку направляются Владельцем и Заказчиком рекламы по E-mail – labadv@labadv.ru. Срок ответа Оператора на заявку Владельца или Заказчика рекламы определяется характером возникающих вопросов, но не может превышать трёх рабочих дней. Оператор обязуется предпринять действия по разрешению возникших проблем в минимальный возможный срок.

8.3. Техническая поддержка осуществляется Оператором посредством:

(а) удаленного доступа к Программе;

(б) выдачи рекомендации и технических консультаций по E-mail;

Услуги оказываются Оператором в рабочие дни исходя из 5ти дневной рабочей недели, с 10-00 до 19-00 часов по московскому времени.

Услуги по устранению существенных замечаний Пользователей к Программе или по реализации их предложений по модификации Программы, не связанных напрямую с наличием ошибок внутри Программы, не входят в базовый уровень технической поддержки.

9. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

9.1. Пользователи обязуются не использовать Программу способами, не оговоренными в настоящих Правилах, а также в сопроводительной документации к

Программе, в том числе создавать излишнюю неоправданную нагрузку на серверы, на которых воспроизведены серверные компоненты Программы.

9.2. Правообладатель и Оператор не несут ответственность за какие-либо убытки Пользователя, возникшие вследствие блокировки учетных записей в Программе, в связи с нарушением ими настоящих Правил.

9.3. Правообладатель и Оператор не несут ответственность за неблагоприятные последствия, которые могут возникнуть вследствие неисполнения Заказчиком рекламы и Владелецом обязанностей, возложенных на них Правилами.

9.4. Программа предоставляется Пользователям "как есть" и в том виде, в котором она доступна на момент предоставления. Правообладатель и Оператор не гарантируют, что работа Программы будет непрерывной и безошибочной.

9.5. Для целей рассмотрения вопросов, касающихся соответствия рекламы рекламному законодательству стороны, признают, что рекламораспространителем является Владелец, а рекламодателем Заказчик рекламы и/или его клиенты.

10 . ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

10.1. В целях оперативного взаимодействия между Оператором и Заказчиком рекламы и Оператором и Владелецом допускается обмен электронными документами с помощью доступных технических средств. Приоритетным способом обмена информацией является электронная почта. Электронные письма направляются во временной промежуток с 10.00 до 19.00 (время московское), по рабочим дням. При отправке электронного письма после 19.00 или в нерабочие дни, письмо считается доставленным на следующий рабочий день.

10.2. Все документы, присланные Оператором с электронных адресов с доменом @labadv.ru, @malltech-lab.ru, @malltech.ru на электронный адрес Заказчика рекламы или Владельца, указанный в Договоре, считаются пришедшими от Оператора.

11. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

11.1. Настоящие Правила размещены на сайте Программы и любое заинтересованное лицо имеет возможность свободно ознакомиться с их содержанием.

11.2. Настоящие Правила могут быть изменены Оператором в одностороннем порядке, путем размещения измененного текста по адресу <https://labadv.ru/about/docs/rules.pdf> с обязательным указанием даты принятия изменений.

11.3. Изменения в Правилах не распространяются на отношения Сторон, возникшие на основании Договора, подписанного до соответствующего изменения.

11.4. Подписывая Договор с Оператором, Заказчик рекламы или Владелец принимает положения настоящих Правил в той части, в которой они не изменены или дополнены Договором.