**Приложение № 4**

**к Информационному сообщению**

**Техническое задание**

**Предмет:**

Оказание услуг по размещению рекламы продуктов и услуг АО «Почта Банк» на телевидении.

**Количество и качество услуги:** размещение рекламы в объеме не менее 21586,73 GRP’20 на телеканалах Первый, Россия 1, НТВ, ТНТ, СТС, 5 канал, РЕН ТВ, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦентр, Звезда, Россия 24, Матч ТВ, Суббота, ТНТ-4, МИР, Единый рекламный канал.

Обязательно наличие программатика.

**Состав услуг и специальные требования к услугам:** обеспечитьразмещение рекламы банка на телевидении, заключить с третьими лицами договоры на оказание услуг по размещению рекламы банка, ежегодно по итогам каждого квартала предоставлять анализ медиаинвестиций и эффективности рекламы конкурентов.

1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Агент – исполнитель (участник ПДО).

Принципал – Банк.

Телевидение или Телеканал **–** канал коммуникации**,** зона распространения которого покрывает полностью Российскую Федерацию, включает федеральное и региональное телевидение.

Медиапланирование – планирование, касающееся вопросов и решений, связанных с размещением рекламы Принципала на Телевидении, т.е. выбор каналов и программ, процесс составления графика выходов рекламы на Телеканалах с указанием стоимостных и медийных параметров размещения рекламы Принципала.

Медиаплан– подписанный Сторонами документ, содержащий конкретные условия проведения рекламной кампании Принципала на Телевидении в рамках определенного Этапа размещения, включающий периоды размещения рекламы, перечень ТВ-каналов, хронометраж роликов, прогнозные показатели GRP20, TRP, Affinity Index и другие медийные параметры размещения рекламы Принципала на Телевидении.

Графики выходов рекламы – расстановка роликов по сетке ТВ-программ с указанием перечня программ, качественных характеристик каждого выхода (прайм-тайм, фиксированное или плавающее размещение).

Бриф **–** техническое задание Принципала на соответствующий Этап размещения, содержащее информацию по сроку размещения рекламы Принципала**,** требуемом объеме GRP20, целевой аудитории, распределению бюджета на размещение рекламы между телевизионными каналами.

Бюджет **–** расчет всех рекламных затрат, производимых за определенный период времени, включая расходы Агента и агентское вознаграждение.

Расходы Агента - документально подтвержденные расходы Агента, понесенные в процессе размещения Рекламных материалов по Заказам на размещение в соответствии с условиями договоров, заключенных с Третьими лицами, за исключением неустоек, оплачиваемых Агентством по договорам с Третьими лицами.

Третье лицо — юридическое лицо, с которым Агентство заключило от своего имени, но за счет Принципала договор, направленный на размещение рекламы Принципала в рамках соответствующего Заказа на размещение.

GRP (Gross Rating Point) – сумма рейтингов всех выходов рекламных роликов в рамках одного Этапа размещения.

TRP (Target Rating Point) – сумма рейтингов, рассчитанных на заданную Принципалом целевую аудиторию, всех выходов рекламных роликов в рамках одного Этапа размещения.

TRP20 **-** сумма рейтингов рекламного ролика, рассчитанных на заданную Принципалом целевую аудиторию, приведённая к 20-секундному хронометражу рекламного ролика.

GRP20- сумма рейтингов рекламного ролика, приведённая к 20-секундному хронометражу рекламного ролика.

Affinity Index (Индекс соответствия) – отношение TRP к GRP по Телеканалу.

Reach - охват аудитории, количество представителей целевой аудитории, имевших контакт с рекламой Заказчика в рамках рекламной кампании заданное число раз (выраженное в %).

Frequency (частота) – среднее количество рекламных объявлений, которое увидит представитель целевой аудитории.

CPP (Cost per point) – стоимость одного пункта рейтинга GRP.

CPP20 – стоимость одного пункта рейтинга GRP20.

Третьи лица или ТВ-селлеры – компания, которая продает рекламодателям рекламное время в эфире Телеканалов и имеет заключенные договоры на предоставление таких услуг с самими Телеканалами или с компаниями, представляющими интересы Телеканалов.

Рейтинг рекламного ролика или Рейтинг- количество контактов аудитории с 1 выходом ролика Принципала, выраженное в процентах от размера аудитории.

BIG TV рейтинг – суммарный рейтинг эфирного события соответствующего Телеканала по итогам ТВ-смотрения и интернет-смотрения.

Этап размещения– период размещения рекламных материалов Принципала на Телеканале, предусмотренный в Заказах.

Целевая аудитория (ЦА) – группа людей, на которую направлена маркетинговая коммуникация Принципала по размещению рекламных материалов, определяемая по возрасту и/или по уровню дохода. Целевая аудитория по уровню дохода: А - ниже среднего, В - средний, С - выше среднего.

Аудитория – общая численность зрителей, смотрящих конкретный Телеканал.

Суперфиксированный тип размещения **-** ручное размещение спотов в выбранные Принципалом блоки конкретных программ, с повышенным приоритетом и возможностью выбивать фиксированный тип размещения.

Фиксированный тип размещения **-** ручное размещение спотов в выбранные Принципалом блоки, в конкретных программах, в конкретные даты. Данный тип размещения выбивается суперфиксированным типом размещения.

Плавающий тип размещения **-** автоматическое размещение спотов в произвольных блоках с учетом заданных условий размещения. Доступен только для орбитальной и тематической рекламы.

Спот- это рекламный ролик определенного хронометража.

Прайм-тайм — интервал времени с 19:00 до 24:00 в будни, с 8:00 до 24:00 по выходным и праздничным дням.

Для канала Единый рекламный канал (далее – ЕРК) прайм-тайм - будни с 17:00 до 00:00, выходные с 00:00 до 24:00.

Офф-прайм – время, не являющееся Прайм-тайм.

Прямая реклама на Телевидении – рекламные ролики в рекламных блоках.

Общероссийская (федеральная) реклама– классическая, социальная реклама на возмездной основе, размещаемая телекомпанией в эфире Телеканала и распространяемая на всю территорию вещания Телеканала в пределах Российской Федерации.

Региональная или локальная реклама– классическая, социальная реклама на возмездной основе, размещаемая в эфире Телеканала наряду с общероссийской (федеральной) рекламой с распространением в пределах отдельных городов/регионов Российской Федерации.

Орбитальная региональная реклама – вид классической региональной рекламы, размещаемой в эфире Телеканала из Москвы на всей территории, входящей в зону покрытия определенной орбиты (в зону вещания соответствующего спутника «Орбита») и доступной для приема всеми потенциальными телезрителями (телеприемниками), за исключением случаев, когда выделенные в сетке вещания Телеканала объемы под рекламу заполнены рекламой иных видов, включая региональную рекламу, размещаемую на территориях отдельных городов/регионов Российской Федерации (остаточный принцип распространения).

Национальный рекламный альянс (НРА) – продавец рекламы на федеральных Телеканалах и Едином рекламном канале.

Единый рекламный канал (ЕРК) - совокупность Телеканалов, входящих в единый рекламный канал, а именно: FAN, Discovery Channel, Eurosport 1, Eurosport 2, Виасат Эксплорер (Viasat Explorer), Виасат Хистори (Viasat History), Футбол 1, Футбол 2, Футбол 3, НТВ-ХИТ, НТВ-ПЛЮС СПОРТ ПЛЮС, Спорт 1, Боец, Телеканал «Спорт 2», Телеканал КХЛ (KHL TV channel), Мужское кино, Бридж ТВ (BRIDGE TV CLASSIC, BTV), Музыка Первого, ТВ 1000 (TV 1000), ТВ1000-Экшн, ТВ 1000. Русское кино, Дом Кино, Дом Кино Премиум, Animal Planet Channel, BRIDGE TV РУССКИЙ ХИТ, КИНОКОМЕДИЯ, РОДНОЕ КИНО, Европа Плюс ТВ, Наше новое кино, КИНОСЕРИЯ, КИНОУЖАС, Мосфильм. Золотая коллекция, TLC, Виасат Нэйчер (Viasat Nature), RU.TV/РУ.ТВ, ID, Кухня ТВ, ТЕЛЕКАФЕ/TELECAFE/TÉLÉCAFÉ, Время: далекое и близкое, КИНОМИКС, Бобёр, Кино ТВ, Sony Turbo, Sony Sci-Fi, SONY CHANNEL, Русский роман, Русский бестселлер, Русский детектив, Настоящее страшное телевидение (НСТВ), Русская комедия, Живая Планета, Индийское кино, Телеканал «История», Телеканал «Доктор», Синема, Моя Планета, Техно 24 (Т 24), Поехали!, Наука, Сарафан плюс, National Geographic, Nat Geo WILD, FOX, FOX Life, ПОБЕДА, Ля-минор ТВ, КИНОСВИДАНИЕ, STAR FAMILY, STAR CINEMA, BOLT, HGTV HOME&GARDEN, объединённых данным условным наименованием для целей размещения рекламы в общем Сквозном рекламном блоке. При этом перечень Телеканалов в составе ЕРК может быть уменьшен в зависимости от доступного рекламного пространства на соответствующих Телеканалах в составе ЕРК.

Сквозной рекламный блок – совокупность идентичных по наполнению рекламных блоков (или их частей), выходящих во временном интервале, не превышающем 2 (двух) часов, на Телеканалах, входящих в состав ЕРК. Такой Сквозной рекламный блок может включать в себя одновременно все Телеканалы в рамках соответствующего рекламного канала либо часть Телеканалов.

1. ПРЕДМЕТ УСЛУГ
   1. Агент обязуется за вознаграждение по поручению Принципала совершать от своего имени, но за счет Принципала следующие юридические и иные действия: заключение с Третьими лицами договоров на оказание услуг по размещению рекламы продуктов и услуг Принципала на Телевидении (Телеканалы Первый, Россия 1, НТВ, ТНТ, СТС, 5 канал, Рен ТВ, Домашний, ТВ-3, Пятница, ТВЦентр, Звезда, Россия 24, Матч ТВ, Суббота, ТНТ-4, МИР, Единый рекламный канал).
   2. Конкретные сроки, перечень ТВ-каналов, хронометраж роликов и медийные параметры размещения рекламы Принципала на Телевидении указываются в утвержденном по электронной почте Принципалом Медиаплане. При этом графики выходов рекламы согласовываются Принципалом по электронной почте не позднее, чем за 5 (Пять) рабочих дней до даты начала Этапа размещения.
   3. Условия размещения рекламных материалов Принципала на конкретном Телеканале устанавливаются Сторонами в Приложениях.
   4. Агент обязуется ежеквартально предоставлять Принципалу по электронной почте анализ медиаинвестиций и эффективности рекламы конкурентов в формате Power Point:
      1. За период октябрь – декабрь 2021 г. – не позднее 28 февраля 2022 г.
      2. За период январь – март 2022 г. – не позднее 31 мая 2022 г.
      3. За период апрель – июнь 2022 г. – не позднее 31 августа 2022 г.
      4. За период июль – сентябрь 2022 г. – не позднее 30 ноября 2022 г.
      5. За период октябрь – декабрь 2022 г. – не позднее 28 февраля 2023 г.
      6. За период январь – март 2023 г. – не позднее 31 мая 2023 г.
      7. За период апрель – июнь 2023 г. – не позднее 31 августа 2023 г.
      8. За период июль – сентябрь 2023 г. – не позднее 30 ноября 2023 г.
      9. За период октябрь – декабрь 2023 г. – не позднее 28 февраля 2024 г.
2. ПОРЯДОК ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ СТОРОНАМИ
   1. До начала Этапа размещения Принципал представляет Агенту по электронной почте Бриф, содержащий пожелания и условия планируемого Принципалом размещения рекламных материалов на Телеканалах, а также информацию о целевой аудитории, на которую Принципал желает направить маркетинговую коммуникацию.
   2. В течение 5 (Пяти) календарных дней с даты получения от Принципала по электронной почте Брифа, Агент обязан разработать и предоставить Принципалу по электронной почте для утверждения Медиаплан, подготовленный на основе предоставленного Принципалом Брифа.
   3. При получении от Агента Медиаплана Принципал обязан в течение 5 (Пяти) рабочих дней согласовать его по электронной почте.
   4. На основе согласованного Принципалом Медиаплана Агент готовит Заказ на размещение, определяющий условия и стоимость размещения рекламных материалов в соответствующем Этапе размещения. Подписание Сторонами Заказа на размещение производится в течение 15 (пятнадцати) рабочих дней с момента согласования Медиаплана. В Заказе на размещение Стороны фиксируют:

- рекламируемый продукт или услугу;

- период Этапа размещения;

- название Телеканалов, на которых в Этапе размещения будут размещаться рекламные материалы Принципала;

- количество закупаемых Принципалом GRP20;

- сумму расходов Агента по размещению рекламных материалов по Телеканалам;

- сумму агентского вознаграждения.

С даты подписания Сторонами Заказа на размещение Агент обязан приступить к размещению рекламных материалов Принципала на Телеканалах, осуществлять необходимые действия для размещения рекламы Принципала на наиболее выгодных для Принципала условиях, в том числе осуществлять Медиапланирование рекламной кампании Принципала, вести все необходимые переговоры с Третьим лицом, заключать от своего имени, но за счет средств Принципала Договоры на оказание услуг по размещению рекламы Принципала на Телевидении в соответствии с Брифом, предоставляемым Принципалом Агенту, и подписанным Сторонами Заказом на размещение, а также совершать иные разумно необходимые действия в связи с организацией размещения рекламных материалов Принципала.

* 1. Принципал обязан передавать Агенту рекламные материалы не позднее, чем за 10 (Десять) рабочих дней до начала размещения, если иные сроки передачи рекламных материалов не предусмотрены Сторонами в Заказе на размещение, определяющем условия размещения таких рекламных материалов. Предоставляемые Принципалом рекламные материалы должны быть выполнены в соответствии с требованиями Федерального закона «О рекламе».
  2. По требованию Агента предоставлять ему документы, подтверждающие достоверность информации, содержащейся в рекламном материале Принципала, а в случае если рекламируемая деятельность подлежит лицензированию, а товары и/или услуги обязательной сертификации или государственной регистрации предоставлять Агенту заверенные копии лицензий, сертификатов и документов о регистрации.
  3. Агент в течение 5 (Пяти) рабочих дней с даты получения рекламных материалов от Принципала обязан осуществлять согласование рекламных материалов Принципала с юридическими службами Телеканалов и ТВ-селлеров и предоставлять Принципалу по электронной почте комментарии, полученные от юридических служб Телеканалов и ТВ-селлеров, в том числе касающиеся технических требований к рекламным материалам, а также этических и политических принципов Телеканалов, для внесения соответствующих изменений в рекламные материалы и устранения недочетов. В случае отклонения Третьими лицами рекламных материалов Принципала, ввиду их несоответствия указанным требованиям, Агент обязан немедленно известить об этом Принципала по электронной почте, а Принципал обязан привести рекламные материалы в соответствие с вышеуказанными требованиями в установленный Агентом разумный срок и передать их Агенту для последующего размещения на Телеканале.
  4. В течение всего Этапа размещения Агент обязан осуществлять контроль выходов рекламы Принципала. Не позднее 20 (Двадцатого) числа месяца, следующего за последним месяцем размещения рекламных материалов соответствующего Этапа размещения, Агент обязан проводить аудит размещения рекламы Принципала на Телевидении на основании данных мониторинга рекламы, полученных от исследовательской компании АО «Медиаскоп», и предоставлять Принципалу по электронной почте данные фактического ТВ-мониторинга, необходимые для оценки эффективности рекламной кампании Принципала, в формате Exсel с указанием набранных Принципалом GRP и TRP в течение месяца размещения на Телеканале рекламного материала Принципала, при этом для СМАРТ ТВ указывается только количество TRP.
  5. Агент обязан предоставлять Принципалу в срок не позднее 20 (Двадцатого) числа месяца, следующего за последним месяцем размещения рекламных материалов соответствующего Этапа размещения, документы и материалы, относящиеся к исполнению поручения Принципала на соответствующем Этапе размещения, а именно:
     1. Оригиналы Эфирных справок, выданные Телеканалами, подписанные электронной цифровой подписью либо собственноручной подписью уполномоченных лиц, либо графики подтвержденных выходов рекламы, выданные ТВ-селлерами, подписанные электронной цифровой подписью либо собственноручной подписью, с приложением надлежащим образом заверенных копий документов Телеканалов, на основании которых подготовлены соответствующие графики подтвержденных выходов рекламы. При этом в случае размещения рекламных материалов Принципала на Телеканале ЕРК Агент предоставляет Принципалу единую Эфирную справку, содержащую информацию о размещении рекламных материалов на Телеканалах в составе ЕРК. Такая единая Эфирная справка предоставляется в виде электронного документа при размещении рекламных материалов Принципала на Телеканалах ЕРК. Предоставление Эфирных справок, подписанных электронной цифровой подписью, осуществляется по электронной почте.
     2. Подписанный Агентом в 2-х экземплярах Расчет (оценку) фактической стоимости Этапа размещения рекламной кампании – Постбаинг анализ (далее – ПБА), содержащий в том числе отчет о набранном Принципалом количестве GRP, основанный на данных мониторинга рекламы АО «Медиаскоп» в случае, если размещение рекламной кампании Принципала длится 4 (Четыре) и более недель.
     3. Подписанный Агентом Отчет по всем размещенным в соответствующем Этапе размещения Рекламным материалам с указанием расходов Агентства (в 2-х экземплярах) и приложением документов, подтверждающих такие расходы (услуги третьих лиц): копии договоров, актов сдачи-приемки услуг, счетов-фактур.
     4. Подписанный Агентом Акт сдачи-приемки услуг по всем размещенным в соответствующем Этапе размещения рекламным материалам, содержащий перечень исполненных Агентством обязательств, сумму агентского вознаграждения и сумму агентских расходов (в 2-х экземплярах).
     5. Счет-фактуру на сумму агентского вознаграждения.
     6. Счета-фактуры на Агентские расходы с отражением показателей счетов-фактур третьих лиц за счет Принципала.
  6. В течение 10 (Десяти) рабочих дней с даты получения от Агента указанных в п.п. 3.9.1.-3.9.6. документов Принципал обязан рассмотреть представленные документы, и при отсутствии замечаний, подписать Отчет Агента, Акт сдачи-приемки и ПБА и представить их Агенту или, при наличии возражений направить Агенту в тот же срок письменный мотивированный отказ от подписания документов с указанием причин отказа. При необеспечении Агентом закупленного Принципалом количества GRP20, подписание Акта производится после включения в него информации о компенсации. При получении от Принципала письменного отказа от подписания Акта Агент обязан устранить все указанные Принципалом недостатки и повторно предоставить Акт на подписание. Подписание повторно предоставленного Акта производится в порядке, определенном настоящим пунктом.
  7. Принципал обязан оплатить расходы Агента и агентское вознаграждение в порядке и сроки, предусмотренные в разделе 4.
  8. Принципал вправе в любой момент в письменной форме потребовать от Агента внести изменения, отложить или прекратить исполнение какого-либо предварительно согласованного поручения, даже если к моменту такого указания поручение уже начали исполнять. В этом случае Агент обязуется принять все возможные меры для выполнения данного требования при условии, что Агент может поступить соответствующим образом в соответствии со своими обязательствами перед Третьими лицами, вовлеченными в процесс исполнения поручений. Агент в течение 3 (Трех) рабочих дней с даты получения от Принципала информации об изменении или прекращении поручения обязан уведомить Принципала о затратах, произведенных Агентом по исполнению поручения к моменту выполнения новых указаний Принципала, и о штрафных санкциях, которые могут выставить Третьи лицами Агенту. Принципал в течение 2 (Двух) рабочих дней оценивает полученную от Агента информацию и подтверждает по электронной почте необходимость изменения или отмены исполнения поручения. В случае подтверждения Принципалом необходимости изменений или отмены Принципал обязан оплатить Агенту все понесенные им и документально подтвержденные затраты, связанные с исполнением поручения, а также возместить оплаченные Агентом неустойки за изменение условий/отказ о размещения рекламных материалов, предусмотренные договором с Третьими лицами.
  9. Принципал вправе отступать от ежемесячных обязательств по расходованию Бюджета прямой рекламы на каналах Национального рекламного альянса (далее – НРА) в следующие сроки и в следующих пределах (лимитах):

а) не более чем на 10 (Десять) % при условии уведомления до 20 (Двадцатого) числа месяца, предшествующему Этапу размещения, в котором происходит такое сокращение;

б) не более чем на 20 (Двадцать) % при условии уведомления не позднее, чем за 60 (Шестьдесят) календарных дней до начала Этапа размещения, которого касаются изменения;

в) независимо от периода, за который происходит сокращение Бюджета, если такой период охватывает сентябрь-декабрь 2021 г., 2022 г. и 2023г. срок уведомления не должен быть позднее 1 августа, соответственно (для Заказов с периодом размещения с января по декабрь включительно, для Заказов с иными периодами размещения и/или с перерывами в месяцах размещения срок оповещения устанавливается индивидуально), максимально возможная месячная доля сокращения Бюджета общероссийской (федеральной) рекламы не должна превышать – 15 %, на каналах ЕРК не должна превышать – 10%. При этом размер допустимого сокращения в целом по сделке общероссийской (федеральной)рекламы составляет 5%, рекламы на ЕРК - 3%.

Цена за GRP20 на каждом Телеканале может подлежать корректировке только в случае, если Принципал нарушил сроки уведомления Агента о сокращении объемов месячного размещения, при этом размер наценки определяется после его согласования Агентом с ТВ-селлером.

* 1. Агент обязуется в течение 5 (Пяти) рабочих дней с даты получения от Принципала запроса предоставить налоговую и бухгалтерскую отчетность, а также иную информацию, необходимую для оценки его финансового положения и подтверждения реальности его деятельности.

1. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН
   1. За неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.
   2. Принципал как рекламодатель самостоятельно определяет объект рекламирования и содержание рекламы, он несет полную ответственность за несоответствие действительности и законодательству Российской Федерации содержания рекламных материалов, согласованных и (или) предоставленных Принципалом, и размещаемых Агентом на Телевидении, и разрешает соответствующие претензии и/или требования третьих лиц и/или уполномоченных государственных органов своими силами и за свой счет. В случае наложения на Агента уполномоченным государственным органом в области контроля за соблюдением законодательства о рекламе штрафов в связи с содержанием размещенной рекламы Принципала, не соответствующей действительности или законодательству Российской Федерации, Принципал обязуется возместить Агенту документально подтвержденные штрафы в течение 10 (Десяти) рабочих дней с даты получения от Агента уведомления и документов, подтверждающих наложение и оплату штрафа.
   3. Принципал гарантирует, что предоставленные им рекламные материалы, а также их части и/или элементы не будут нарушать прав третьих лиц, включая, но, не ограничиваясь: авторские и смежные права, патентные права, права на товарные знаки, знаки обслуживания и т.п. В случае предъявления Агенту претензий третьих лиц по поводу нарушения их прав, указанных в настоящем пункте, Принципал обязуется урегулировать указанные претензии самостоятельно и за свой счет.
   4. В случае если по результатам окончательного ПБА рекламной кампании за соответствующий Этап размещения будет установлен факт сверхнормативного невыполнения Агентом Медиаплана Принципала, т.е. фактическое количество закупочных GRP20 будет меньше согласованного, количества закупочных GRP20 по Телеканалу сверх предела – допустимой погрешности, то указанная Недопоставка оценивается в денежном эквиваленте по СРР на период Недопоставки (далее – «компенсация»).
   5. В случае невыполнения условий Компенсации Агент по требованию Принципала выплачивает штраф в размере 30 (Тридцати) % от стоимости Этапа размещения, в котором были выявлены отклонения сверх допустимых, указанного в соответствующем Заказе на размещение.
   6. Агент не несет ответственности в случае задержки или отказа Третьих лиц в размещении рекламных материалов Принципала по следующим причинам:
   * ввиду принятия Принципалом решения о размещении рекламных материалов, несоответствующих требованиям законодательства Российской Федерации, техническим требованиям или этическим, политическим принципам Телеканалов после получения от Агента информации о таком несоответствии;
   * ввиду несвоевременной передачи Принципалом рекламных материалов (с нарушением сроков).

В случае если в связи с обстоятельствами, изложенными в настоящем пункте, Третьи лица предъявляют Агенту претензии о выплате штрафных санкций, Принципал возмещает Агенту суммы документально подтвержденных штрафных санкций, возникших по вине Принципала, предусмотренных договорами с Третьими лицами.

* 1. В случае нарушения Агентом обязательства, предусмотренного в п.п. 3.8., 3.9.1-3.9.4., Принципал имеет право взыскать с Агента пени в размере 0,1% (Ноль целых и одной десятой) % от общей суммы расходов Агента за соответствующий Этап размещения, предусмотренный в Заказе на размещение, за каждый день просрочки предоставления документов, но не более 10 (Десяти) % от указанной суммы.
  2. В случае нарушения Агентом срока предоставления Медиаплана, предусмотренного в п. 3.2., при условии своевременного предоставления Принципалом всех данных для формирования Медиаплана, Принципал вправе выставить Агенту штраф в размере 300 000,00 (Триста тысяч) рублей.
  3. В случае просрочки оплаты счетов в сроки, установленные в разделе 4, Агент вправе предъявить, а Принципал по получении требования Агента и его подтверждения Принципалом обязан выплатить Агенту неустойку в размере 0,03 (Ноль целых три сотых) % от неуплаченной суммы, с учетом НДС, за каждый календарный день просрочки платежа, но не более 10 (десяти) % от суммы подлежащей оплате.
  4. Оплата неустоек производится виновной стороной в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты получения письменного уведомления другой стороны о начислении неустойки и приложения документов, подтверждающих право требования уплаты неустойки. Оплата неустойки не освобождает Стороны от исполнения принятых на себя обязательств.
  5. Стороны не несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, если надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие обстоятельств непреодолимой силы, определяемых в соответствии с п. 3 ст. 401 Гражданского кодекса Российской Федерации.
  6. Стороны обязаны соблюдать антикоррупционное законодательство Российской Федерации.

1. АУДИТ
   1. Принципал или назначенный Принципалом независимый аудитор имеет право осуществлять аудит в интересах Принципала. При этом он вправе делать копии документов, относящихся исключительно к размещениям рекламных материалов Принципала.
   2. В целях проведения аудита Агент обязуется предоставить Принципалу копии документов Третьих лиц, актов, счетов-фактур и прочих подтверждающих выполнение поручений Принципала документов (включая, но не ограничиваясь вышеперечисленными документами).
   3. Документация, необходимая для проведения аудита, может предоставляться дистанционно без выезда Принципала и/или уполномоченного аудитора в офис Агента.