ООО «Юнилевер Русь»

123022, Российская Федерация, г. Москва, ул. Сергея Макеева, д. 13

Вниманию:

Генерального Директора

Кузьминой Р.Ю.

СОГЛАСИЕ

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Я, *[ФИО]*, паспорт № [•], выдан *[указать кем]* *[указать дату]* г., настоящим выражаю свое полное и безусловное согласие с **ПРИНЦИПАМИ ОТВЕТСТВЕННОЙ МАРКИРОВКИ РЕКЛАМНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ** согласно Приложения 1 и разрешаю ООО «Юнилевер Русь» (далее – Unilever) без выплаты мне каких-либо дополнительных вознаграждений маркировать рекламные материалы, содержащие мои фото/изображения, в отношении которых Unilever предоставлены права использования (далее – «Рекламные изображения») на основании \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ [реквизиты лицензионного договора/согласия], путем указания **“фотография без ретуши” или “фотография отретуширована”**, если с моим фото/изображением будет совершаться хотя бы одно действие из перечисленных в Приложении 1.

Я понимаю и соглашаюсь, что Unilever осуществляет подготовку, проверку и распространение всех Рекламных материалов в отношении продукции под товарными знаками Unilever, и как рекламодатель несет полную ответственность за содержание Рекламных материалов в соответствии с действующим законодательством. Любые претензии, предъявляемые в связи с содержанием Рекламных материалов, будут рассматриваться Unilever своими силами и за свой счет.

Маркировка Рекламных материалов на условиях, изложенных в настоящем согласии, может также осуществляться организациями, с которыми Unilever заключил договоры на изготовление и размещение указанных выше Рекламных изображений.

Настоящее согласие действует в течение всего срока действия прав использования моих фото/изображений, предоставленных Unilever.

[ФИО полностью]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_[подпись]

Приложение 1

**ПРИНЦИПЫ ОТВЕТСТВЕННОЙ МАРКИРОВКИ РЕКЛАМНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ**

В случае, если человеку на рекламной фотографии изменяют форму, вид или размер тела, дорисовывают или убирают при помощи компьютерной графики или любой другой программы то, что является постоянным свойством конкретного человека на фото, на такой материал следует наносить специальную маркировку “фотография отретуширована”.

Бренды Unilever будут маркировать соответствующим образом свои рекламные материалы, если с изображением человека совершали хотя бы одно действие из нижеперечисленных:

* Изменены кожа, волосы, цвет глаз;
* Добавлен искусственный блеск волосам;
* Добавлен объем волосам или бровям;
* Удалены естественные морщины или поры;
* Увеличен объем губ;
* Отбелены зубы;
* Изменена/искажена анатомия и фигура любым способом;
* Удалены вены, родинки, веснушки, татуировки, шрамы, кожные складки, целлюлит, растяжки, волосы на теле;
* Добавлены украшения или изменена одежда;
* Искажён цвет кожи;
* Использовано несколько фотографий, чтобы создать новое изображение.

Маркировка “фотография отретуширована” не будет применяться, если с таким изображением человека совершены следующие действия:

* Удалены временные пятна, следы от прыщей, сыпи, бритья;
* Удалены взъерошенные волосы;
* Удалены помада и/или частицы пищи на зубах;
* Удалены тени или тёмные области, вызванные освещением;
* Удалены швы и пятна на одежде;
* Использована опция “баланс белого”, чтобы воссоздать естественное освещение, которое часто теряется при съёмке.

В таком случае компания отметит изображение маркировкой “фотография без ретуши”.

Настоящие принципы распространяют свое действие на статичные фотографии, SMM, баннеры, GIF, POS-материалы, с моим участием, разрабатываемые и размещаемые брендами Unilever и или от их имени (в том числе в социальных сетях Unilever, брендов и партнерских блогеров).

Настоящие принципы не распространяют свое действие на видеоматериалы; отрисованные/мультипликационные изображения; другие материалы, не являющиеся рекламой.

С Принципами ознакомлен(а)

[ФИО полностью]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_[подпись]