[на фирменном бланке организации]

 ООО «Юнилевер Русь»

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

Вниманию:

Генерального Директора

Кузьминой Р.Ю.

**СОГЛАСИЕ**

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ООО\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(Место нахождения: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ОГРН\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_) (далее – Компания), в лице \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, действующий (ая) на основании\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, настоящим выражает полное и безусловное согласие с **ПРИНЦИПАМИ ОТВЕТСТВЕННОЙ МАРКИРОВКИ РЕКЛАМНЫХ ИЗОБРАЖЕНИЙ** ООО «Юнилевер Русь» (далее – Unilever) согласно Приложения 1 (далее – «Принципы») и обязуется маркировать/дает согласие Unilever на маркировку рекламных материалов, созданных или приобретенных Компанией для Unilever/в отношении которых Unilever предоставлены права использования (далее – «Рекламные изображения»), путем указания **“фотография отретуширована”** или **“фотография без ретуши”** в соответствии с правилами и требованиями ниже.

Настоящее согласие распространяет свое действие на статичные фотографии, SMM, баннеры, GIF, POS-материалы, включая локальные и глобальные Рекламные изображения, с участием людей любого пола и возраста, разрабатываемые и размещаемые брендами Unilever и или от их имени (в том числе в социальных сетях Unilever, брендов и партнерских блогеров).

Настоящее согласие не распространяет свое действие на видеоматериалы; отрисованные/мультипликационные изображения людей; изображения предметов, продуктов питания, животных, растений; изображения продуктов (артворки)
и изображения на упаковках продуктов; другие материалы, не являющиеся рекламой.

Настоящее согласие распространяет свое действие на Рекламные изображения селебрити при соблюдении условий, указанных ниже.

1. Компания подтверждает, что при создании Рекламных изображений для Unilever будет следовать Принципам и осуществлять маркировку таких Рекламных изображений на условиях, изложенных в них, если соглашением между Unilever и Компанией не предусмотрено иное. Компания понимает и согласна, что ООО «Юнилевер Русь» оставляет за собой право на изменение и/или дополнение Принципов в одностороннем порядке, о чем Компании будет сообщено посредством электронной почты или по иным средствам коммуникации.
2. Маркировку **“фотография отретуширована”** следует применять если Автором/Правообладателем или Компанией в отношении Рекламного изображения будет совершено хотя бы одно из нижеперечисленных действий (далее – **“Ретушь”**):
* 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.
1. Маркировку **“фотография без ретуши”** следует применять если Автором/Правообладателем или Компанией в отношении Рекламного изображения не совершалось никаких действий по обработке либо совершено только одно из/несколько следующих действий, но к изображению не применена Ретушь:
* 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.
1. В случае покупки Компанией Рекламных изображений у третьих лиц, включая, но не ограничиваясь, у фотобанков, для Unilever, Компания обязуется заранее получить:
	* Информацию у автора/правообладателя Рекламного изображения о наличии или отсутствии Ретуши на изображении;
	* Согласие автора Рекламного изображения или убедиться в получении такого согласия третьим лицом на использование маркировки согласно п.3 или п.4 настоящего Согласия.
2. В случае покупки Компанией Рекламных изображений у третьих лиц, включая, но не ограничиваясь, у фотобанков, в рамках оказания услуг по Договору, и применения Компанией Ретуши в отношении такого изображения, Компания обязуется нанести маркировку «фотография отретуширована». В этом случае требование п.4 настоящего Согласия не применяется.
3. В случае проведения Компанией фото/видео съемки для создания Рекламных изображений, Компания обязуется до начала съемки получить согласие у лиц/законных представителей лиц, участвующих в съемке Рекламных изображений, и авторов изображений, на маркировку Рекламного изображения согласно п.3 или п.4 настоящего Согласия.
4. Для использования маркировки согласно п.3 или п.4 настоящего Согласия в отношении Рекламных изображений селебрити (известной в широких кругах/медиа популярной личности), Компания обязуется получить предварительное согласие селебрити на такую маркировку/включить согласие в контракт или убедиться в наличии такого согласия, полученного Unilever. Данное условие применимо ко всем соглашениям, заключаемым с селебрити с даты подписания настоящего Согласия, и не распространяется на действующие соглашения.
5. В случае если Компанией не было взято согласие у лица/законного представителя лица, участвовавшего в съемке Рекламных изображений для ООО «Юнилевер Русь», селебрити и/или автора изображения на нанесение маркировки, Компания обязуется самостоятельно урегулировать любые возможные конфликты с такими лицами в связи с маркировкой изображения и возместить убытки, без привлечения ООО «Юнилевер Русь» в качестве ответственного лица.
6. В случае привлечения к выполнению обязательств по настоящему Согласию третьих лиц Компания несет ответственность за действия таких лиц, как за свои собственные.
7. 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 материалов.
8. Если не предусмотрено иное, настоящее согласие действует неограниченный срок с даты его выдачи.

[ФИО]

[Должность]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

м.п.

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”.

Рекламные материалы брендов Unilever подлежат маркировке соответствующим образом, 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 подлежит проставлению маркировка “фотография без ретуши”.

Ознакомление с Принципами подтверждаю

[ФИО]

[Должность]

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

м.п.