



УТВЕРЖДЕНО

Приказом Генерального директора ООО «Гибрид»
№ Н-ТП от «01» января 2026 г.

ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА

в отношении программы для ЭВМ «Hybrid Console»

(реестровый номер ПО № 21561; свидетельство Роспатента № 2020616111)

1. Общие положения

1.1. Настоящая Тарифная политика (далее — «Политика») определяет порядок формирования стоимости услуг, оказываемых ООО «Гибрид» (ИНН 6829098278; далее — «Правообладатель») с использованием программы для ЭВМ «Hybrid Console» (далее — «ПО»), а также порядок определения вознаграждения Правообладателя.

1.2. Политика разработана в целях раскрытия сведений о порядке определения стоимости в соответствии с подпунктом «н» пункта 4 Правил формирования и ведения единого реестра российских программ для ЭВМ и баз данных, утверждённых Постановлением Правительства РФ от 16.11.2015 № 1236 (в редакции Постановления Правительства РФ от 28.11.2025 № 1937).

1.3. ПО является программой для электронных вычислительных машин, исключительное право на которую принадлежит Правообладателю (свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2020616111 от 10.06.2020, выдано Роспатентом). ПО предоставляется в формате SaaS (удалённый доступ через сеть «Интернет») на условиях неисключительной лицензии в составе смешанного договора оказания услуг (п. 3 ст. 421 ГК РФ). В договорах оказания рекламных услуг с заказчиками ПО поименовано как «Технологическая платформа «Hybrid»»; данное наименование используется для обозначения программно-технических средств, функционирующих на основе указанной программы для ЭВМ. Правообладатель не взимает отдельную фиксированную плату за предоставление права использования ПО; вознаграждение Правообладателя формируется в составе стоимости оказываемых с использованием ПО услуг в порядке, установленном настоящей Политикой и соответствующим Договором оказания услуг.

2. Предмет тарификации

2.1. Тарифицируемой является услуга по размещению и распространению рекламной информации в сети «Интернет», оказываемая с использованием ПО, включая автоматизированную закупку рекламного инвентаря по технологии programmatic (RTB), управление, мониторинг и оптимизацию рекламных кампаний.

Hybrid

2.2. Основными единицами тарификации являются:

- СРМ — стоимость за 1 000 показов рекламного объявления (Показ — единичная загрузка/визуальное отображение рекламного материала на рекламной площадке);
- СРС — стоимость за клик по рекламному объявлению (Клик — нажатие на рекламный материал).

В индивидуальных случаях по согласованию с заказчиком в Медиаплане и (или) Приложении к договору могут применяться иные модели тарификации (в том числе CPA — за целевое действие). Конкретные применяемые единицы тарификации, их объём и порядок согласования по каждой рекламной кампании определяются при утверждении Медиаплана в порядке, установленном соответствующим Договором.

2.3. Перечень дополнительных тарифицируемых позиций (продуктов/модулей), доступных в составе ПО: **Hybe** неразрывно связанная функциональная часть ПО (мобильное продвижение);

3. Порядок определения стоимости услуг (RTB-аукцион)

3.1. Стоимость рекламного размещения для заказчика не является фиксированной и определяется по результатам аукциона в реальном времени (Real-Time Bidding, RTB). Цена за единицу тарификации формируется динамически на основании конкурентных ставок участников аукциона и рыночной конъюнктуры на момент проведения каждого аукциона за конкретный показ/действие.

3.2. Итоговая стоимость, предъявляемая заказчику, складывается из (а) цены закупки рекламного инвентаря, определённой по результатам RTB-аукциона, и (б) вознаграждения Правообладателя, определяемого в соответствии с разделом 4 настоящей Политики.

3.3. Применяемая модель ценообразования — маржинальная (cost-plus): вознаграждение Правообладателя формируется как наценка (маржа) к цене закупки рекламного инвентаря, определённой по результатам RTB-аукциона, в порядке, установленном разделом 4 настоящей Политики. В отдельных случаях по согласованию с заказчиком в Договоре и (или) Медиаплане могут применяться иные модели определения вознаграждения (в том числе комиссия в процентах от оборота или разделение дохода с владельцами рекламных площадок при монетизации трафика). Применяемая модель и минимальные условия размещения закрепляются в Договоре с заказчиком и (или) в коммерческом предложении. Минимальная стоимость договора составляет 150 000 (сто пятьдесят тысяч) рублей.

3.4. Фактические показатели кампании (показы, клики, иные согласованные показатели), на основании которых рассчитывается стоимость, фиксируются программными средствами ПО и отражаются в статистике Технологической платформы «Hybrid» и Статистическом отчёте. Стоимость услуг за отчётный период (календарный месяц) определяется на основе данных статистики платформы и указывается в Универсальном передаточном документе (УПД).

Hybrid

Правообладатель и заказчики опираются на статистические данные платформы при исполнении соответствующих Договоров.

4. Вознаграждение Правообладателя и применяемые коэффициенты

4.1. Вознаграждение Правообладателя за услуги, оказываемые с использованием ПО, формируется в виде маржи (наценки), определяемой расчётным путём на основании совокупности внутренних коэффициентов системы. Указанные коэффициенты учитывают, в частности, но не ограничиваясь указанным: **тип инвентаря, формат размещения, объём кампании, конкурентность аукциона, сегмент аудитории, риск-параметры.**

4.2. Значения коэффициентов, формулы их применения и итоговые ставки маржи определяются и автоматически рассчитываются программными средствами ПО и отражаются в статистике системы. Конкретные числовые значения коэффициентов и ставок маржи определяемые ПО, составляют коммерческую тайну ООО «Гибрид», введённую в установленном порядке, не подлежат публичному раскрытию и не размещаются в общедоступных источниках.

4.3. Раскрытие настоящей Политикой подлежит порядок (методика) определения вознаграждения, но не конкретные значения коэффициентов. Заказчику стоимость услуг и итоговое вознаграждение Правообладателя по конкретной кампании доступны в агрегированном виде в статистике личного кабинета и (или) в закрывающих документах.

5. Сводная таблица тарифицируемых позиций

Тарифицируемая позиция	Единица тарификации	Стоимость за единицу (руб.)
Размещение РИМ в системе Hybrid / Размещение РИМ в рекламной сети Гибрид — модель CPM	CPM (за 1 000 показов)	Определяется по результатам RTB-аукциона и марже (п. 3–4)
Размещение РИМ в системе Hybrid / Размещение РИМ в рекламной сети Гибрид — модель CPC	CPC (за клик)	Определяется по результатам RTB-аукциона и марже (п. 3–4)
Размещение РИМ в системе Hybrid / Размещение РИМ в рекламной сети Гибрид — иные модели по	напр. CPA, CPV, vCPM но не ограничиваясь указанным	По согласованию в Медиаплане; порядок — п. 3–4

Hybrid

Тарифицируемая позиция	Единица тарификации	Стоимость за единицу (руб.)
согласованию через Медиаплан, при наличии		
Размещение РИМ в системе Hybe / Размещение РИМ в рекламной сети Хайб /Размещение РИМ в платформе Hybe	СРМ (за 1 000 показов); СРС (за клик); СРА, СРV, vСРМ но не ограничиваясь указанным	Определяется по результатам RTB-аукциона и марже (п. 3–4) и по согласованию в Медиаплане; порядок — п. 3–4

6. Соответствие договорам и публичным сведениям

6.1. Формулировки, модель ценообразования и единицы тарификации, установленные настоящей Политикой, соответствуют условиям типового договора оказания услуг с заказчиками и сведениям, размещённым на официальном сайте Правообладателя.

6.2. При изменении модели ценообразования или единиц тарификации Правообладатель актуализирует настоящую Политику, сведения на официальном сайте и, при необходимости, направляет уведомление об изменении сведений оператору реестра российского ПО в порядке, установленном Правилами.