



5post<sup>X5</sup>

КОММЕРЧЕСКОЕ  
ПРЕДЛОЖЕНИЕ  
«Брендирование  
постаматов 5Post»



# Сеть 5Post

## Брендинг постаматов

Сервис доставки 5Post – доступный и удобный способ получения онлайн-заказов в постаматах и на кассах магазинов «Пятерочка» и «Перекресток».

<https://fivepost.ru>

## География размещения



# 669+

Населенных пунктов

## Количество площадок



# 5 220+

Постаматов (по состоянию на 14.04.23)\*

## Локации



Магазины торговых сетей «Пятёрочка» и «Перекрёсток», как правило, прикассовые зоны

\* [Актуальная карта точек](#)

# Расположение постаматов

В торговых сетях «Пятёрочка» и «Перекрёсток»

Входная группа



Зона касс



Зона после касс



~ 17 млн

Посетителей магазинов X5 Group  
ежедневно

~ 13 млн

Уникальных получателей 5Post



# Пример брендинга

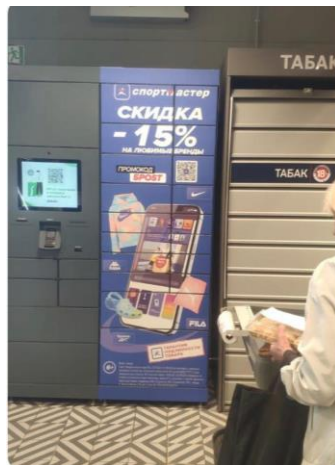
Lamoda.  
Имиджевая оклейка



Aliexpress.  
Имиджевая оклейка



Спортмастер.  
Промо-акция



# Преимущества

## Брендинга постаматов



Возможность таргетирования  
оклейки по выбранной географии  
(вся география, область, регион,  
город)



Расположение постаматов в  
торговых точках с высокой  
проходимостью



Плотный контакт с  
потенциальными покупателями  
вашего продукта



Гибкие возможности выбора  
срока размещения от 1 до 6 мес.



Фотоотчет о проделанной  
работе

# Особенности и стоимость

## Аренда колонны

**1 500 руб.\***

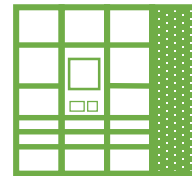
1 постамат /1 месяц



Производство стикеров.  
Монтаж\демонтаж

Расчет стоимости рекламной кампании производится индивидуально в зависимости от выбранной географии, количества постаматов и срока размещения.

## Условия



Размещение рекламных материалов допускается только на одной колонне постамата. 30% от общей площади

**1 мес.**

Min срок размещения

**6 мес.**

Max срок размещения

На данный момент (май 2023) оклейка постаматов, расположенных в сети «Перекрёсток», приостановлена



Данные по точкам размещения предоставляются только при подписанном NDA

\* Без НДС

# Поможем/Продвинем

Мы готовы поддержать кампанию на всех этапах:

- подберем адресную программу по вашим запросам
- сделаем расчёт производства стикеров
- произведём работы по монтажу/демонтажу
- предоставим фотоотчёт по результатам оклейки

Как можно использовать рекламную поверхность постамаатов:



Повысить  
узнаваемость

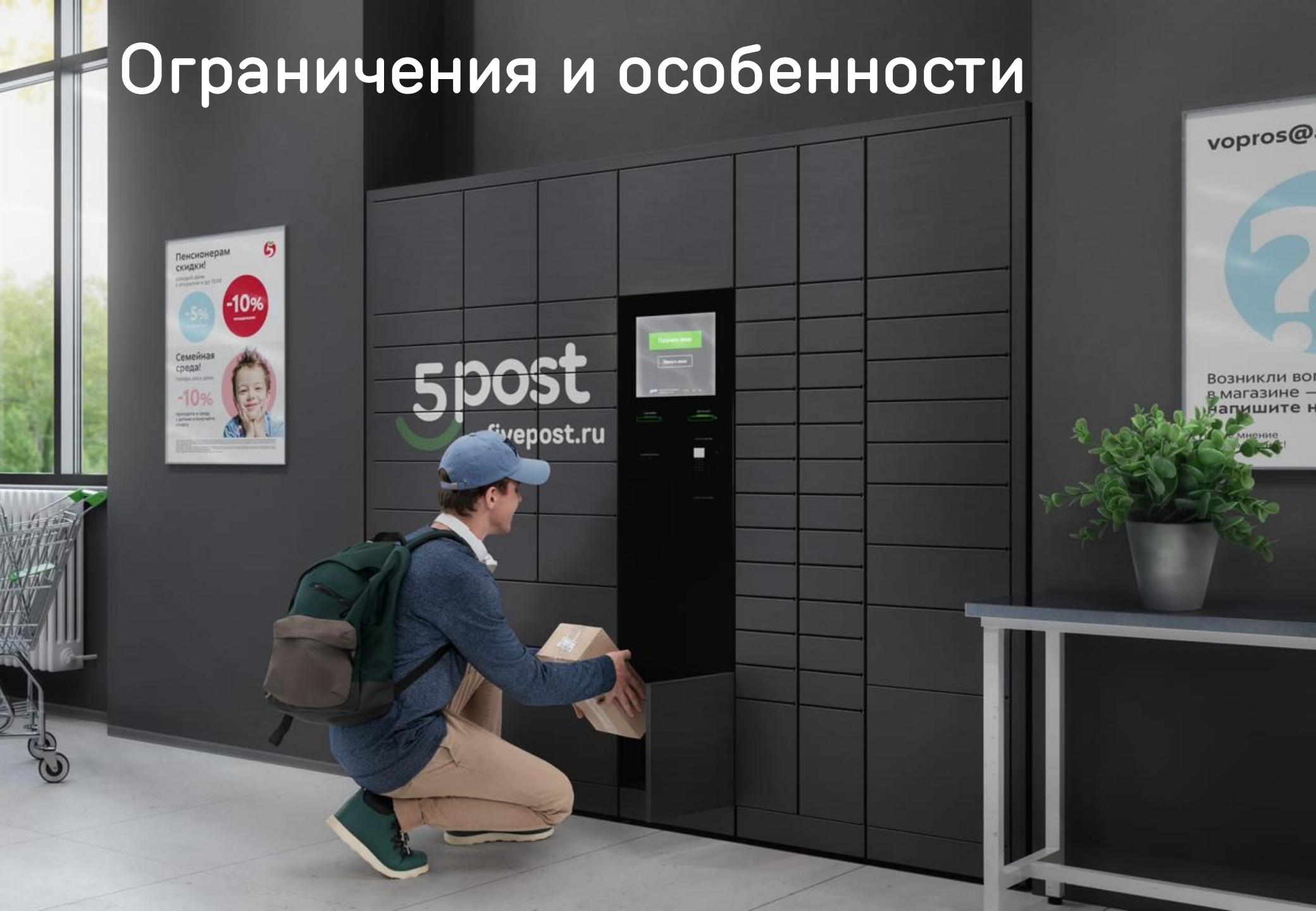


Реклама  
(акция, спец. предложение)



Привлечь  
Новую аудиторию

# Ограничения и особенности





# Запрещенный контент

- Реклама не должна побуждать к насилию, агрессии и опасным действиям и нарушать этические нормы.
- Рекламный ролик не должен нарушать законодательство РФ, в том числе законодательство о рекламе.
- Запрещается реклама, негативно влияющая на имидж компании, порочащая ее имя и репутацию.
- Запрещена реклама ритуальных услуг.
- Запрещается реклама религиозных и политических событий, персон и организаций.
- Запрещается транслировать рекламу всех продуктовых сетей, являющихся прямыми конкурентами X5 (таких как “Магнит”, “Дикси”, “Лента”, “Ашан”, “Окей”, “Верный”, “Метро” и др.), но не запрещается реклама зонтичных брендов, например, продукции «Мираторг».
- Запрещается рекламировать продуктовый онлайн-ритейл, специализирующийся на продаже продуктов (“Утконос”, “Сбермаркет” и др.).
- Запрещается реклама сервисов доставки еды (таких как “Самокат”, “Яндекс Еда”, «Ozon» и др.), но не запрещается реклама доставки готовой еды, например, доставка “Додо-пицца”.
- Запрещается реклама о наборе персонала.
- Запрещается реклама табачной продукции, включая электронные сигареты. Запрещается реклама микрозаймов, ломбардов, сомнительных инвестиционных активностей.
- Запрещается реклама банков без наличия действующей лицензии.

# Запрещенные слова и фразы

- Текст рекламного ролика не должен портить настроение и вызывать негативные эмоции у гостей магазина
- Список запрещенных и/или не рекомендуемых к использованию слов:

Не использовать в тексте слово «Внимание»

Все слова, связанные с темой войны и оружия

**Жаргонизмы.**

В качестве исключений могут допускаться окказиональные слова (авторские в контексте). Например, “чипсонос” (по модели слова «водовоз») или “чипсомелье” (производное от слов “чипсы” и “сомелье”).

- Слова ненормативной лексики, в том числе нельзя делать стилизацию под нее.
- Неэтичные, оскорбительные высказывания в адрес какой-либо социальной группы.
- Разнообразная игра слов с сексуальной тематикой и сексуальным подтекстом.
- Без документальных доказательств запрещены сравнения в превосходной степени: самый, единственный, лучший, абсолютный, крупнейший и т.п. Если рекламодатель не сможет подтвердить истинность этих заключений, предоставив документальные доказательства, они считаются ложными и нарушающими законодательные статьи. Сравнительная степень "дешевле, быстрее и качественней" без упоминания того, что именно с чем сравнивается, и доказательства правдивости, так же под запретом.

# Юридические требования

## Акции, скидки



Важно! Для каждой акции дисклеймер необходимо готовить с учётом конкретно той механики, которая будет указана в правилах акции или в блоке с иной информацией

Макет должен содержать следующую информацию:

1. Срок проведения акции: с число/месяц/год по число/месяц/год.
2. Если в макете указана цена на товар, то необходимо уточнение, что все цены в рублях: «Все цены указаны в рублях». Также необходимо добавить: “Не является публичной офертой”.
3. Информацию об организаторе акции и/или ссылку на источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения и т.д. Укажите: сайт, горячая линия, адрес и название магазина и прочее.
3. Если в макете упоминается скидка на товар или услугу, то необходимо указывать, **как именно предоставляется скидка** (всем потребителям, только участникам программы лояльности, только тем, кто выполнил определенные действия и т.п.). Также необходимо уточнять, суммируются или не суммируются скидки по акции с другими скидками на товары.

# Юридические требования

## Товары и услуги



Реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться **предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию**, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получению консультации специалистов (ч.7 ст.24 ФЗ «О рекламе»).



Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать **утверждение о преимуществах грудного вскармливания детей**, сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов (ч.2 ст.25 ФЗ «О рекламе»). При этом указанное предупреждение в п.6-9 должно быть выполнено/озвучено таким образом и длиться такое время, чтобы потребители могли воспринять данное предупреждение (в противном случае реклама признается распространенной без соответствующего предупреждения).



Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться **предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством** (ч.11 ст.25 ФЗ «О рекламе»). Данная информация должна занимать не менее 10% от площади.

# Юридические требования

## Товары и услуги



Реклама банковских услуг, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать **наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность** (для юридического лица – наименование и номер лицензии ЦБ, для индивидуального предпринимателя – фамилию, имя и (если имеется) отчество). Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, содержит хотя бы 1 условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита.

# 18+

Реклама информационной продукции (мобильные приложения, сайты, книги, концерты, фильмы, мобильные/компьютерные игры, информационные курсы и пр.) должна содержать **возрастную маркировку**.

Категории: 0+, 6+, 12+, 16+, 18+



# Юридические требования

## Алкоголь



Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления с пометкой 18+ (ч.3 ст.21 ФЗ «О рекламе»). Размер текста с предупреждением должно быть не менее 10% рекламной площади (пространства) и оно должно адекватно восприниматься потребителем (по цветовой гамме, шрифту (кеглию) и т.д.).

Реклама алкогольной продукции допускается только в магазинах с алкогольной лицензией и по времени продажи алкоголя в регионе РФ.



Напишите нам, подберём  
оптимальное решение вместе

[Marketing\\_5Post@x5.ru](mailto:Marketing_5Post@x5.ru)