

## **Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

**ССЫЛКА:** [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)

### **Статья 1. Цели настоящего Федерального закона**

ССЫЛКА:

[https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/b4a95c92d8a106c04c95b864e02162ed47b79ac2/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/b4a95c92d8a106c04c95b864e02162ed47b79ac2/)

Целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

### **Статья 2. Сфера применения настоящего Федерального закона**

1. Настоящий Федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.
2. Настоящий Федеральный закон не распространяется на:
  - 6) объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

### **Статья 3. Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе**

В целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия:

- 1) реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;
- 2) объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

- 3) товар - продукт деятельности (в том числе работы, услуги), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;
- 4) ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации;

## **Статья 5. Общие требования к рекламе**

1. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.
2. Недобросовестной признается реклама, которая:
  - 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
3. Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения:
  - 1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
5. В рекламе не допускаются:
  - 1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
6. В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина.
11. При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.