|  |
| --- |
| **ЕДИНЫЕ ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В СИСТЕМЕ «RUTUBE»**  **г. Москва, Российская Федерация** |
| **ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ:**    1.     Настоящие Правила размещения рекламных материалов (далее по тексту, «Правила» или «Требования») в Системе «RUTUBE» (в том значении термин «Система» понимается в тексте (Генерального) Пользовательского соглашения RUTUBE; https://rutube.ru/info/agreement/). Настоящие Правила также применяются ко всем иным способам и видам размещения рекламных материалов/ вариативных рекламных активностей в Сети RUTUBE (включая Сайт rutube.ru, Мобильное приложение Сети RUTUBE, Эмбеды Плеера и т.д.).  2.    Настоящие Правила, являются официальным документом Общества с ограниченной ответственностью «Руформ» (ИНН 7714886605, ОГРН 1127747031840), зарегистрированного по адресу: 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д.46, стр. 7, офис I, комн. 16 (далее именуемого «Компания». Все рекламные материалы, размещаемые в Системе «RUTUBE», должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации, включая законодательство о рекламе, настоящим Правилам размещения рекламных материалов, (Генеральному) Пользовательскому соглашению RUTUBE, требованиям Обязательных документов (см. п.Е ст.I Пользовательского соглашения RUTUBE) требованиям к оформлению рекламного материала и техническим требованиям, предъявляемым к рекламным материалам, которые являются неотъемлемой частью настоящих Правил. Требования, изложенные в тексте настоящих Правил, являются обязательны к применению при производстве, размещению и распространению рекламы посредством Системы «RUTUBE» (далее, «Система RUTUBE» и/или «Система»). Рекламные материалы, Рекламодателя, вне зависимости от места ее размещения, должны соответствовать требованиям действующего законодательства РФ (в частности, требованиям Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ; далее - Закон о рекламе).  3.    До момента публикации рекламного материала в Системе, он проходит предварительную модерацию (проверку) на предмет соответствия действующему законодательству Российской Федерации и настоящим Правилам. Компания оставляет за собой право отклонить любой рекламный материал, если он не соответствует требованиям действующего законодательства Российской Федерации и/или настоящим Правилам. Компания также может предложить внести изменения в любой рекламный материал.  4.    Реклама должна быть добросовестной и достоверной, в том значении как это понимается положениями ст.5 Закона о рекламе. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.    5.    В частности, но не ограничиваясь нижеизложенным, не допускается использование рекламы в которой:    a)         содержатся недостоверные сведения о товаре/услуге;  b)         используются иностранные слова и выражения, которые могут привести к искажению смысла информации (указанное безусловно означает, что текст рекламы должен быть составлен на русском языке, в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации о государственном языке, за исключением общеизвестных и международных товарных знаков). Рекламный материал может быть продублирован на официальном языке субъекта Российской Федерации, при условии, что только если по содержанию такой текст полностью соответствует тексту на русском языке.    *Использование в рекламе иностранных слов и выражений, допускается только наряду с текстом на русском языке, при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке. Если рекламная ссылка в Рекламном материале ведет на иной Интернет-ресурс, который составлен на иностранном языке, то в рекламном материале обязательно наличие информации об этом.* *Стоимостные показатели могут быть указаны только в рублях, дополнительно, в случае необходимости, такие показатели могут быть отображены в иностранной валюте, при условии, что текст такого указания идентичен по своему содержанию и техническому оформлению тексту на русском языке. При размещении рекламы на нескольких языках (помимо обязательного русского языка), Рекламодатель до размещения такой рекламы, обязуется предоставить Компании гарантийное письмо, подтверждающее аутентичность версий текстов на русском и ином использованном в рекламе языке (т.е. то что не искажается смысл информации, содержащейся в таком рекламном материале).*    c)         используются бранные слова/ ненормативная лексика, непристойные и оскорбительные образы (в том числе обнаженных или вызывающе одетых людей), сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия;  d)        содержаться призывы (и/или побуждает) к насилию, жестокости, и других форм вредоносного или противозаконного поведения/ действий;  e)         отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы, текст рекламы содержит провокационные заявления, имеет неоднозначную трактовку, формирует не реалистичные и не здравые ожидания относительно характеристик товара и т.д.;  f)          содержится указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;  g)         содержаться недостоверные сведения о скидках/акциях/распродажах, об их сроках и правилах,  h)        используется информация, связанная с трагическими событиями, а также упоминание о них (например, убийство, смерть, теракт, похороны), особенно, если такие объявления направлены на привлечение внимания к соответствующим информационным или новостным публикациям (в т.ч. к шокирующему контенту). По усмотрению Компании, исключения из этого правила возможны для трейлеров кинофильмов, содержание которых соответствует требованиям действующего российского законодательства;  i)          используются имена прилагательных и/или сведений в превосходной степени о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, если такая информация не подтверждена соответствующими исследованиями (заключениями и т.п.) третьих лиц; перед размещением рекламы, содержащей слова в превосходной степени, а также сравнения или преимущества, Рекламодатель должен предоставить Компании, до начала размещения таких материалов, сведения и документы, подтверждающие достоверность такой информации, гарантийное письмо, подтверждающее достоверность содержащейся в рекламном материале информации и соответствие ее действительности;  j)          присутствует имитация элементов интерфейса, вводящих пользователей в заблуждение относительно возможности произвести те или иные действия (например, нажатие кнопки, отметка «галочкой», и пр.);  k)         содержание/ текст рекламных материалов не соответствует содержанию Интернет-ресурса/ Интернет-страницы, на которую ведет ссылка в Рекламном материале (включая соответствие требованиям, изложенным в п.5(b) настоящих Правил), при этом такая ссылка должна быть безопасной, не должна вести на закрытую группу, адрес электронной почты, или файл (включая изображения, аудио- или видеозаписи и документы, которые можно запустить только с помощью дополнительных приложений; на страницы находящиеся в стадии разработки, содержащие сообщения об ошибке, препятствующие пользователю выхода/ закрытия с рекламируемой страницы/сайта, использующие всплывающие окна (включая окна, запускающие загрузку), показываемых при переходе на рекламируемую страницу/сайт, или при выходе с неё, являющихся doorway-страницами (страницами, созданными с целью перенаправления посетителей на другой сайт), содержащими html-эмбеды и html-фреймы, в которых представлен контент других ресурсов, являющихся зеркалами/ клонами сайтов),    *например, если в рекламе упоминается информация о скидке, то ссылка в таком рекламном объявлении должна вести на ту Интернет-страницу Рекламодателя, на которой данная скидка указана и явно может быть идентифицирована потребителем рекламы, и т.п.; из текста рекламного объявления должно быть понятно, что оно рекламирует источник, на котором можно ознакомиться с соответствующей информацией (например, новостной статьей);*    полностью запрещаются любые перенаправления (редиректы) за пределы Интернет-страницы, на которую ведет изначальная ссылка в Рекламном материале, в том числе, запрещены js и мета-редиректы и трафикбэк, не серверные редиректы (настраиваемые не в файле .htaccess для Интернет-сайтов), все редиректы и все лендинги должны быть только формата «https://».    l)          не дается четкого представления о том, кто именно является изготовителем или продавцом товара/ услуги, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, и/ или источником информации, содержащейся в рекламном сообщении;  m)      содержит рекламу сомнительных товаров, работ или услуги, в т.ч. услуг астрологов и прочих трансцендентных услуг (услуги экстрасенсов, предсказания, астрологические прогнозы, колдовство, целительство и все виды нетрадиционной медицины (без наличия соответствующих дипломов), ясновидящих, предсказателей, «чёрных» и «белых» магов, и т.п.), так называемые «финансовые пирамиды» и кассы взаимопомощи, реклама биткоинов (и другой криптовалюты, если иное не оговорено текстом настоящих Правил и п.8.7.1. в частности), а также реклама, содержащая в себе завышенные обещания и быстрый заработок без вложений, подделки (копии, реплики) товаров, контрафактные товары,  товары, находящиеся под санкциями со стороны Российской Федерации, при показе их рекламы на территории Российской Федерации (в том числе, когда реклама направлена на пользователей, имеющих IP-адреса, указывающие на месторасположение пользователя на территории Российской Федерации), иные товары/ услуги, оборот которых запрещен действующим законодательством Российской Федерации;  n)        содержатся ссылки на сомнительные сайты, неподкрепленные гарантии, обещания, в т. ч. обещания «быстрого заработка», «похудения без усилий» и пр.;  o)         содержит материалы, которые воздействует или предоставляет риск воздействия на психологическое или психическое состояние потребителя, или же привлекает интерес потребителей к объекту информирования с аналогичными свойствами;  p)        содержать изображения имитирующие фирменный стиль/логотип Системы, элементы интерфейса, флаги, гербы, ордена, символы и знаки муниципальных образований, религиозные символы;    6.    В частности, но не ограничиваясь нижеизложенным, в соответствии со ст. 7 Закона о рекламе (и/или на основании единоличного решения Компании, изложенного ниже), **НЕ ДОПУСКАЕТСЯ (ЗАПРЕЩЕНА) РЕКЛАМА:**  6.1. Товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации (в частности согласно Указу Президента РФ от 22.02.1992 №179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена», а также иных нормативно-правовых актов), товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц;  6.2. Наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, и их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества либо их прекурсоры, а также новых потенциально опасных психоактивных веществ, включая, но не ограничиваясь этим, «цифровые наркотики», курительные смеси, соли, попперсы, веселящие газы и любые иные психотропные вещества;  6.3. Взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий;  6.4. Органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;  6.5. Товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;  6.6. Товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия;  6.7. Товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;  6.8. Табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, их составные части, аксессуары и расходники к ним, и все их производные, в том числе трубки, бонги, кальяны, сигаретная бумага, зажигалки, сигареты, сигары, сигариллы, папиросы, стики, табак для кальяна, табак курительный, в т. ч. тонкорезаного, махорки – крупки курительной, табака трубочного, биди, кретек, табак сосательный (снюс), табак жевательный, табак нюхательный, насвай, прочие табачные изделия, различные ингредиенты табачных изделий, и другие формы табака; при этом Компанией отдельно оговаривается, что запрет пункта (h) ст. 5 настоящих Правил, также в полной мере распространяется, в том числе, на нетабачные материалы, придающие табачному изделию установленные изготовителем характеристики, особенности и форму – папиросная, сигаретная, ободковая и мундштучная бумага, оберточная бумага для фильтров (фицелла), фильтрующий материал, клеи, чернила, оберточный материал для порции табака сосательного (снюса), машинки для скручивания сигарет, гильотинки, ножницы для сигар, фильтры, электронные сигареты и относящиеся к ним товары: составные части, аксессуары; жидкости, в том числе без никотина; ароматизаторы для жидкостей и другие расходники, устройства для парения (вейпы и т.д.), никотиносодержащие жидкости для электронных сигарет, средства для нагрева табака и принадлежности к ним, товары для хранения табака и табачной продукции (портсигары, чехлы для сигар, шкатулки для табака, хьюмидоры, сигарные шкафы и холодильники и пр.), товары для обработки, производства или утилизации табака, табачной продукции, курительных принадлежностей или табачного дыма (урны с пепельницей и тп.), товары, содержащие в названии указание на табак, табачную продукцию или курительные принадлежности (корпусы для зажигалок, беседки-курилки, аюрведические сигареты и пр.), подарочные наборы, куда включены указанные выше товары, а также приложения, сайты и сообщества в социальных сетях, рекламирующие такую продукцию;  6.9. Медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности;  6.10. Услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации;  6.11. Товаров и услуг «для взрослых»: порнографические материалы, интим-товары, эскорт-услуги, сервисы, целью которых является поиск партнеров, предоставляющих услуги интимного характера, а также интимные тренинги и тренинги по соблазнению (в т.ч. «пик-ап»), услуги «заведений для взрослых» (стриптиз – клубы, «публичные» дома и пр.);  6.12. Деятельности, направленной на совершение неправомерных действий в сети Интернет, а также деятельность прямо направленную на искажение данных или изменение статистики сайтов в сети Интернет, без согласия на то владельцев или администраторов сайта, в т.ч. взлом страниц, раскрутку сообществ и приложений в социальных сетях, а также искусственное повышение счётчиков «Мне нравится» в социальных сетях, на видео сайтах и иных сайтах сети Интернет и эквивалентных им приложениях с использованием любых программ, автоматизированных скриптов, функционала собственных аккаунтов, либо от имени других пользователей;  6.13. Услуг, распространяемых по принудительной платной подписке через мобильный телефон, а также сайтов, самостоятельно принимающих оплату от пользователей через SMS, или запрашивающих телефонные номера пользователей, продажа услуг по SMS;  6.15. Анаболические стероиды, иные препараты, специализированные пищевые продукты для применения, влияющего на рост мышц, действие которых аналогично действию стероидов;  6.16. Игры, основанные на риске и пари, в т.ч. азартные игры, букмекерские конторы, аукционы и т.д а также продукты/услуги, содержание которых связано с таковыми;  6.17. Сайты, показывающие всплывающие окна без инициативы пользователя, или технически препятствующие уходу с Интернет-сайта;  6.18. Сайты, осуществляющие сбор конфиденциальной информации, персональных данных и/или контактной информации (в т.ч. номера телефонов, адреса электронной почты), без пояснения цели и/или согласия на обработку персональных данных;  6.19. Ресурсов, с которых на компьютер посетителя устанавливается вредоносное программное обеспечение, использующего компьютеры пользователей или сетевые ресурсы для нарушения работоспособности, хищения информации, рассылки спама, совершения мошеннических действий и распространения вредоносного программного обеспечения, а также сайтов, которые не проходят проверки безопасности браузеров IE, Firefox, Opera, Safari, Chrome, или мобильные приложения, размещенные на сторонних ресурсах, кроме как в Google Play или App Store;  6.20. Реклама нелегального программного обеспечения и услуги по установке нелегальных копий программного обеспечения и изменению заводских настроек (например, прошивка, jailbreak, unlock и т.д.), книги, музыка или фильмы, программное обеспечение, предназначенное для негласного получения информации, шифровальная техника;  6.21. Реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья, за исключением рекламы, связанной с привлечением денежных средств на основании договора участия в долевом строительстве, рекламы жилищных и жилищно-строительных кооперативов, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений.  А также, реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости:  - до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, государственной регистрации права собственности или права аренды, субаренды на земельный участок, на котором осуществляется строительство (создание) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства, получения заключения уполномоченного на осуществление государственного контроля (надзора) в области долевого строительства многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого осуществляется строительство (создание) соответствующих многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, о соответствии застройщика и проектной декларации требованиям, установленным Федеральным законом от 30 декабря 2004 года №214-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации», если получение такого заключения предусмотрено указанным Федеральным законом;  - в период приостановления в соответствии с федеральным законом деятельности застройщика, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости;    6.22. Реклама деятельности лиц, не получивших в соответствии с законодательством Российской Федерации право на осуществление функций постоянно действующего арбитражного учреждения, по осуществлению арбитража, включая деятельность по осуществлению арбитража третейским судом, образованным сторонами для разрешения конкретного спора, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ст.30.2 Закона о рекламе);  6.23. Реклама, которая может нанести вред пользователям, негативно повлиять на их лояльность или на репутацию Системы, Компании, Сайта Компании, Симбиотических Интернет-ресурсов Компании;  6.24. Реклама политического характера (например, реклама сайтов депутатов, политических партий, политических деятелей, страниц с информацией о проводимых/организуемых митингах, демонстрациях, шествиях, пикетированиях, страниц с призывами принять участия в таких мероприятиях), включая предвыборную агитацию;  6.25. Реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, (т.к. такая реклама может осуществляться не иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях).  6.26. Реклама информационных ресурсов, цифровых платформ и/или сайтов в сети Интернет, а также любых программных инструментов управления рекламой и/ или ее размещения в сети Интернет, включая способы осуществления платежей за пользование такими инструментами в отношении:  (i) ресурсов цифровых платформ и/или сайтов в сети Интернет, в отношении которых в установленном законом порядке были приняты меры по ограничению доступа к сайтам и (или) страницам сайтов сети «Интернет» в рамках исполнения требований статей 15.1–15.6-1, 15.8, 15.9 Федерального закона от 27.07.2006 года № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (включенных в «Единый реестр доменных имён, указателей страниц сайтов в сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети «Интернет», содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено», в «Реестр информации, распространяемой с нарушением закона в части ст. 15.3 и 15.3-1 Федерального закона № 149-ФЗ»),  (ii) и/или информационных ресурсов иностранного лица в случае принятия федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи, решения о запрете на распространение рекламы на таком информационном ресурсе и включения информации о таком решении в перечень иностранных лиц, осуществляющих деятельность в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации, в соответствии с Федеральным законом от 01.07.2021 №236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации», и/или если в отношении таких иностранных лиц, были приняты иные меры понуждения к исполнению требований законодательства Российской Федерации в соответствии со статьями 9 и 10 Федерального закона от 01.07.2021 №236-ФЗ.  6.27. Реклама, в которой осуществляется публичная демонстрация логотипов/символики компании Meta.Inc (включая, логотипы Facebook и Instagram; согласно Решению Тверского суда Москвы от 21.03.2022, запрещена деятельность американской транснациональной холдинговой компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов- социальных сетей Facebook и Instagram на территории Российской Федерации по основаниям осуществления экстремистской деятельности). При ином упоминании компании Meta.Inc (включая, социальные сети Facebook и Instagram), например посредством размещения ссылок, текстовых указаний и т.п., всякое упоминание должно сопровождаться примечанием о запрете деятельности организации на территории Российской Федерации, например, содержать дисклеймер «Организация, деятельность которой в Российской Федерации запрещена». 6.28. Реклама в которой содержится информация, пропагандирующая либо демонстрирующая нетрадиционные сексуальные отношения и (или) предпочтения.  6.29. Реклама в которой отсуствуют обязательная к указанию информация согласно п.7 настоящих Правил.    **7.    Базовые требования к указанию информации в любых Рекламных материалах:**    **a)        Обязательно к указанию в рекламе:**  - для юридических лиц: наименование, адрес места нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица (ОГРН);  – для индивидуальных предпринимателей: фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП);  – Рекламодателей - физических лиц: фамилия, имя, отчество, контактные данные (адрес сайта (или аккаунта в социальной сети) в сети Интернет и/или   номер телефона, и/или номер электронной почты);  - указание на рекламный характер материала («Реклама», «На правах рекламы» и т.п.);  - действительные контактные реквизиты Рекламодателя/ Продавца (адрес сайта (или аккаунта в социальной сети) в сети Интернет и/или   номер телефона, и/или номер электронной почты);  - начальные и конечные сроки (календарные даты) проведения рекламной кампании (размещения рекламных материалов);  - присвоенные в установленном законом порядке маркер (идентификатор) рекламы (токен) — уникальное буквенно-циф- ровое обозначение, предназначенное для обеспечения прослеживаемо- сти распространенной в сети «Интернет» рекламы и учета информации о такой рекламе, в соответствии с требованиями ст18.1 Закона о рекламе: ***ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ТОКЕНУ***  *(i) для форматов, имеющих кликовую ссылку, идентификатор рекомендуем добавлять в ссылку как параметр в виде https://site.ru/?erid=XXX*  *(ii) дополнительно можно разместить ссылку для копирования в выпадающем меню рекламного объявления.*  *(iii) для форматов без кликовых ссылок, но содержащих текст (например, статьи) рекомендуем добавлять идентификатор в начале текста рекламного объявления в формате “erid: XXX”.*  *(iv) для форматов без кликовых ссылок в виде изображений рекомендуем размещать идентификатор поверх изображения текстом в формате “erid: XXX” или в выпадающем меню рекламного объявления.*  *(v) для форматов без кликовых ссылок в виде видео рекомендуем размещать идентификатор в начале и (или) поверх видеоролика текстом в формате “erid: XXX” или в выпадающем меню рекламного объявления.*  *(vi) для живых трансляций видео, содержащих множественные рекламные интеграции (нативная реклама) рекомендуем в видеозаписи после окончания трансляции размещать идентификаторы в начале и (или) поверх видеоролика одним общим текстом в несколько строк в формате “erid: XXX” или в выпадающем меню рекламного объявления.*  *(vii) для рекламных врезок (midroll) рекомендуем во время демонстрации врезки размещать идентификатор в начале и (или) поверх видеоролика текстом в формате “erid: XXX” или в выпадающем меню рекламного объявления,*  *(viii) для аудиорекламы: рекомендуется размещать идентификатор в интерфейсе плеера во время проигрывания рекламной врезки в формате “erid: XXX”;*  - если целью рекламы не является предложение делать оферту, то желательно добавлять фразу «Не является публичной офертой. Цена, изображение, характеристики и ассортимент товара приведены в рекламе и на сайте справочно и могут отличаться от фактического изображения товара или иных указанных условий в отношении товара»;  - продолжительность отображения необходимых предупреждений (в случаях, предусмотренных действующим законодательством) в Рекламном материале в форме видеоролика должна позволить потребителю полностью ознакомиться с текстом; -  - иная информация, предусмотренная настоящими Правилами;  - если иное не оговорено текстом настоящих Правил, то требования, предъявляемые к Рекламным материалам и установленные настоящими Правилами, в части указания в рекламе обязательной информации, в полной мере распространяются на Рекламируемый Интернет-сайт и/или страницу в социальной сети.    **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ:**  **НЕКОТОРЫЕ РАЗЪЯСНЕНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ФАС РОССИИ**  - О РАЗЪЯСНЕНИИ ПО ВОПРОСУ РЕКЛАМЫ В ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ" от 25 сентября 2019 г.  <https://fas.gov.ru/documents/685779>  - О РАЗЪЯСНЕНИИ ПО ВОПРОСУ РЕКЛАМЫ В МЕССЕНДЖЕРАХ (VIBER, WHATSAPP), ОТНЕСЕНИЕ К РЕКЛАМЕ ИНФОРМАЦИИ, СПОСОБЫ ВЫЯВЛЕНИЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ от 24 июня 2019 г.  <https://fas.gov.ru/documents/685436>  - ПО ВОПРОСУ ПРИМЕНЕНИЯ ЧАСТИ 10.1 СТАТЬИ 5 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ" К РЕКЛАМЕ ЗРЕЛИЩНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ от 20 июня 2019 г.  <https://fas.gov.ru/documents/685457>  - Рекомендации по соблюдению законодательства о рекламе безрецептурных лекарственных средств подготовленные при поддержке ФАС России от 07 ноября 2018 г.  <https://fas.gov.ru/documents/669036>  - О РЕКЛАМЕ МЕТОДОВ ПРОФИЛАКТИКИ, ДИАГНОСТИКИ, ЛЕЧЕНИЯ И МЕДИЦИНСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ от 29 сентября 2017 г.  <https://fas.gov.ru/documents/588001>  - ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ОБРАЗОВ МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ В РЕКЛАМЕ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ ДЛЯ МЕДИЦИНСКИХ РАБОТНИКОВ от 14 июня 2018 г.  <https://fas.gov.ru/documents/638228>  - О РЕКЛАМЕ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА от 27 июня 2016 г.  <https://fas.gov.ru/documents/562217>  - РАЗЪЯСНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ" (О РАСПРОСТРАНЕНИИ РЕКЛАМЫ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА НА РАДИО) от 19 сентября 2018 г.  <https://fas.gov.ru/documents/657265>  - ОБ УТВЕРЖДЕНИИ МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЙ СООТНОШЕНИЯ УРОВНЯ ЗВУКА ГРОМКОСТИ РЕКЛАМЫ И СРЕДНЕГО УРОВНЯ ГРОМКОСТИ ПРЕРЫВАЕМОЙ ТЕЛЕ- И РАДИОПРОГРАММЫ от 14 августа 2015 г.  <https://fas.gov.ru/documents/575613>  - О ПРИМЕНЕНИИ ЧАСТИ 12 СТАТЬИ 14 И ЧАСТИ 11 СТАТЬИ 15 ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА "О РЕКЛАМЕ" от 24 июля 2018 г. (об уровне громкости в рекламе)  <https://fas.gov.ru/documents/647502>  - РАЗЪЯСНЕНИЕ ПО РЫНКУ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ И РЫНКУ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ от 16 марта 2018 г.  <https://fas.gov.ru/documents/617771>  - О РАСПРОСТРАНЕНИИ РЕКЛАМЫ ПО СЕТЯМ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ ПОСРЕДСТВОМ SMS-РАССЫЛКИ от  29 сентября 2017 г.  <https://fas.gov.ru/documents/588000>  - О РАЗМЕЩЕНИИ ИНФОРМАЦИИ О НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ от 01 февраля 2017 г.  <https://fas.gov.ru/documents/561895>  - О ПРИМЕНЕНИИ СТАТЬИ 18 ЗАКОНА О РЕКЛАМЕ ПРИ "СОКРЫТИИ НОМЕРОВ" от 30 июня 2016 г.  <https://fas.gov.ru/documents/562192>  - ОБ ОТНЕСЕНИИ К РЕКЛАМЕ ИНФОРМАЦИИ С ЛИЧНЫМ ОБРАЩЕНИЕМ от 29 июня 2016 г.  <https://fas.gov.ru/documents/562215>  - О ПОНЯТИИ "РЕКЛАМОДАТЕЛЬ" от 08 июня 2016 г.  <https://fas.gov.ru/documents/562232>  - РАЗЪЯСНЕНИЯ "О РЕКЛАМЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ" от 01 августа 2014 г.  <https://fas.gov.ru/documents/575704>  - РАЗЪЯСНЕНИЯ " О СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ О ВРЕДЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАКА" от 15 мая 2014 г.  <https://fas.gov.ru/documents/575701>  - РАЗЪЯСНЕНИЯ "О ЗАПРЕТЕ РЕКЛАМЫ ТАБАКА, ТАБАЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ТАБАЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ И КУРИТЕЛЬНЫХ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ"  <https://fas.gov.ru/documents/575731>    8.    Компанией устанавливаются в отношении размещения Рекламных материалов следующих товаров/услуг, в числе прочих требований применимого законодательства, действуют ограничения:    **8.1.   Реклама алкогольной продукции**  8.1.1.         В Системе, без каких-либо оговорок, запрещена реклама алкогольной продукции в любом виде (и в виде как узнаваемого бренда/ товарного знака, и в виде упаковки, логотипа, бутылки, брендированного рисунка, наименования компании производителя, или в форме узнаваемого слогана, в виде спонсорской рекламы, и в виде продакт-плейсмента, или процесса употребления такой продукции и пр.), так как реклама алкогольной продукции не должна размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в соответствии со ст.21 Закона о рекламе. Указанный запрет, в том числе распространяется на рекламу вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда.    **8.1.2.      При этом, не является рекламой алкогольной продукции (но в любом случае, указанные материалы, могут быть допущены только при наличии получения Рекламодателем согласия Компании на такое размещение, Компания в свою очередь вправе отказать от предоставления такого согласия без объяснения причин):**  a)         сведения, носящие информационный, новостной характер, справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;  b)         журналистские материалы о культуре потребления алкогольных напитков (без привлечения внимания к определённым алкогольным напиткам);  c)         публикации с прошедших выставок алкогольной продукции (без формирования интереса к определённой алкогольной продукции);  d)        интервью с представителем организации, производящей или реализующей алкогольную продукцию (не направленное на привлечение внимания к данной организации с целью реализации производимой или реализуемой ею продукции);  e)         рецепты приготовления блюд или коктейлей с указанием ингредиентов-алкогольных напитков, но без приведения наименований конкретных алкогольных напитков;  f)          информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте (официальных страницах в социальных сетях) производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования пользователей об ассортименте товаров, условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования,  g)         информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п.;  h)        непосредственно сам сайт (но не реклама сайта в Системе) производителя или продавца алкогольной продукции или его страница в социальной сети, на которых в том числе будет приведен ассортимент производимых или реализуемых им товаров;  i)          реклама, содержащей сведения, формирующие интерес к алкогольному напитку, именно как напитку, без указания на индивидуализирующие признаки товара, в частности, без конкретных наименований алкоголя/ пива (однако если такие сведения указываются в сочетании с рекламной продавца алкогольных товаров, и все это в совокупности позволяет сделать однозначный вывод о том, что объектом рекламирования выступает деятельность такого лица по продаже алкогольной продукции, то это будет являться рекламой алкогольной продукции);  j)          упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера, являются составной частью общего сюжета произведения (отдельной его части) и выступает в качестве дополнительной характеристики героя или созданной ситуации. При этом, такие товар или организация не представлены в виде, когда внимание концентрируется именно на них, на их достоинствах и иных характеристиках, они не подменяют главных персонажей в произведении (отдельной его части), не нарушают сюжета и не могут быть изъяты из него без ущерба для целостного восприятия произведения (например, интегрированные в аудиовизуальные произведения изображения товаров, которые приобретают или используют герои произведения в сюжетом обоснованной ситуации: потребление пива в баре, ресторане, без акцентирования внимания зрителей на наименовании товара, когда демонстрация товара, утвари, обстановки в баре является естественным фоном сценического действия и пр.);  k)         реклама безалкогольного пива, с содержанием этилового спирта не более 0,5 процента объема готовой продукции. При этом, если распространяется реклама безалкогольного пива с использованием средств индивидуализации продукции (товарных знаков), используемых для обозначения, в том числе пива с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции или иной алкогольной продукции, и из рекламы четко не следует, что объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво, то такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона "О рекламе", и соответственно такая реклама не может быть размещена в Системе, т.к. подпадает под запрет установленный п.8.1.1. настоящих Правил. **В рекламе безалкогольного пива знака (пиктограммы) безалкогольного пива является обязательным идентификатором, при его размещении в Системе.**    **8.2.  Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины.**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | на территории Российской Федерации Рекламные материалы в отношении лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в т.ч. методов лечения/ профилактики, должны в обязательном порядке сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Такие же требования по решению Компании распространяются на рекламу: аптек, ветеринарных клиник, услуг психотерапии, медицинских учреждений (клиники, частные кабинеты), услуг перманентного татуажа (дермапигментации), услуги, не включенные в перечень бытовых косметических услуг, и являющиеся по своей сути, медицинскими услугами.    Интернет- сайт или группа в социальной сети, на которую осуществляется переход с Рекламного материала, должен содержать обязательную для указания информацию и копии указанных документов.    Реклама медицинской клиники, находящейся на территории иностранного государства и оказывающих свои услуги потребителям, находящимся на территории иностранного государства (но не оказывающих такие услуги на территории Российской Федерации), допускается, если в рекламе четко указывается, что услуги оказываются именно за пределами Российской Федерации.      На основании ст. 12 Федерального закона от 04.05.2011 N 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» подлежит лицензированию:    - медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»);  - фармацевтическая деятельность;  - производство лекарственных средств;  - производство и техническое обслуживание (за исключением случая, если техническое обслуживание осуществляется для обеспечения собственных нужд юридического лица или индивидуального предпринимателя) медицинской техники.    При создании Рекламных материалов, объектом рекламирования которых являются безрецептурные лекарственные средства,  Рекламодателям также рекомендуется использовать  Рекомендации от 07.11.2018 г.  по соблюдению законодательства о рекламе безрецептурных лекарственных средств подготовленные при поддержке ФАС России (https://fas.gov.ru/documents/669036) | **ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ**    Для размещения в Системе рекламы в отношении товаров/ услуг, указанных в п.8.2. настоящих Правил, Рекламодатель до начала размещения должен предоставить Компании:    – копию свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копию инструкции по применению препарата/изделия;  – копию сертификата соответствия и/или декларации о соответствии препарата/изделия;  – копию регистрационного удостоверения препарата/изделия;  - копия лицензии на медицинскую деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»);  – копию лицензии на медицинскую деятельность, и/или производство лекарственных средств, и/или фармацевтическую деятельность (п. 46 ч. 1 ст. 12 Федерального Закона от 04.05.2011 №99 «О лицензировании отдельных видов деятельности», Постановление Правительства РФ от 16.04.2012 №291 «О лицензировании медицинской деятельности (указанное ограничение не распространяется на деятельность, осуществляемую медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»);  - копию разрешения на ведение медицинской деятельности на территории инновационного центра «Сколково», выданное Фондом в «Сколково».      До размещения рекламы лицензируемых видов деятельности, в т.ч. фармацевтической деятельности, рекламодатель обязан предоставить заверенную копию лицензии на соответствующий вид деятельности.    *В некоторых случаях для прохождения модерации от Рекламодателя может потребоваться гарантийное письмо о том, что размещение и содержание рекламных материалов не нарушает действующее законодательство Российской Федерации, в том числе Закон о рекламе.*    **Обязательно к указанию:**  - предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов (*продолжительность такого предупреждения в видео рекламе должна составлять не менее чем 5 (пять) секунд и должно быть отведено не менее чем 7 (семь) процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем 5% (пять) процентов рекламной площади (рекламного пространства*);    - в отношении лекарственных средств должен быть указан регистрационный номер в Государственном реестре лекарственных средств (ГРЛС), а также дата его присвоения;  - сведения о соответствующей лицензии (на медицинскую деятельность, и/или производство лекарственных средств, и/или фармацевтическую деятельность);  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ** | | | **Ветеринарные клиники** | Для размещения рекламы ветеринарной клиники, также до начала размещения рекламы, Рекламодатель должен предоставить Компании:  - копию свидетельства о регистрации в Федеральной службе по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор) или,  - копию свидетельства о регистрации предпринимателя как специалиста в области ветеринарии в соответствии с Федеральным законом № 4979-1 «О ветеринарии». | | **Бытовые косметические услуги и медицинские услуги**  (перечень которых закреплен в Приказе Минтруда России от 22.12.2014 г. № 1069н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по предоставлению бытовых косметических услуг») | - сертификат/ декларация о соответствии, и/или,  - свидетельство о регистрации/ регистрационное удостоверение,     подтверждающие регистрацию оборудования, предметов и парфюмерно-косметических средств, которые используются для оказания такого рода услуг, для бытовых целей; | | При рекламе косметического (художественного) татуажа (перманентный татуаж (дермапигментация), включая нанесение перманентного макияжа (входит в состав косметологических процедур, при которых используются инструменты со сменными одноразовыми иглами и другими элементами, как то, аппаратный маникюр и педикюр, пирсинг, пилинг, в том числе аппаратный пилинг, татуаж), деятельности по осуществлению демонстрационных процедур косметической продукции по уходу за кожей лица, по уходу за волосами, с применением массажера, проведению диагностики кожи лица и волос с использованием цифровой видеокамеры, согласно Перечню работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность [см. Постановление Правительства РФ от 16.04.2012 №291, Номенклатуру медицинских услуг, утвержденную Приказом Минздрава России от 13.10.2017 №804н], данные услуги относятся к медицинским относится к медицинской услуге, при оказании и рекламе которой необходимо наличие лицензии на оказание медицинской деятельности)    Таким образом, перечисленные выше услуги являются медицинскими и для их оказания организациям и индивидуальным предпринимателям необходимо иметь лицензию на медицинскую деятельность. Оказание данных услуг без лицензии является правонарушением, ответственность за которое установлена в ч. 2 ст. 14.1 КоАП РФ.    Кроме того, Росздравнадзор в своем письме от 13.03.2013 N 16и-243/13 разъясняет, что тайский массаж - это разновидность массажа и услуги по его оказанию также подлежат лицензированию. | - копии регистрационных удостоверений на парфюмерно-косметические средства, с помощью которых наносится такой татуаж; | | **Салоны оптики, реклама очков и контактных линз** | – копия регистрационного удостоверения рекламируемого медицинского изделия и сертификата или декларации соответствия на него;  – при рекламе салона оптики копию лицензии на осуществление медицинской деятельности. |      |  |  | | --- | --- | | **8.2.1.      Парфюмерно-косметические средства** | – копия свидетельства о государственной регистрации или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц/ индивидуальных предпринимателей;  – копии сертификатов на такую продукцию или декларации о соответствии;  – копии сертификатов на косметологическое оборудование, подлежащего использованию в бытовых целях;  – копия гарантийного письма, в котором подтверждается наличие всех необходимых деклараций и сертификатов. | | **8.2.2.     Народная медицина**  (методы оздоровления, утвердившиеся в народном опыте, в основе которых лежит использование знаний, умений и практических навыков по оценке и восстановлению здоровья. К народной медицине не относится оказание услуг оккультно-магического характера, а также совершение религиозных обрядов; Федеральный закон от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации») | – копия свидетельства о государственной регистрации или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц/ индивидуальных предпринимателей;  - разрешение на занятие народной медициной, выданного органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере охраны здоровья |     **8.3.  Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | a) **Биологически активные и пищевые добавки (БАД)**    Требования к содержанию рекламных материалов, используемых для рекламы БАД, содержатся в статье 25 Закона о рекламе. БАД должны проходить процедуру государственной регистрации (ФЗ от 02.01.2000 № 29 «О качестве и безопасности пищевых продуктов»). При этом, свидетельства о государственной регистрации на БАД к пище, выданные до 15.08.2003 г. действительны до истечения срока их действия (п. 3 Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 15.08.2003 № 146 «О санитарно-эпидемиологической экспертизе биологически активных добавок»). Не допускается реклама БАД и пищевых добавок без свидетельства о государственной регистрации установленного образца (ст. 7 ФЗ «О рекламе»). | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  - свидетельство о государственной регистрации БАД/санитарно-эпидемиологического заключения (СЭЗ) (если СЭЗ был выдан до 21 июня 2004 года),  - декларация соответствия (для БАД растительного и животного происхождения, БАД из лекарственных растений).    **ИНФОРМАЦИЯ:**    Реклама биологически активных добавок должна соответствовать законодательным ограничениям, а также в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством, а также содержать иные пометки, требуемые применимым законодательством (*продолжительность такого предупреждения в видео рекламе должна составлять не менее чем 5 (пять) секунд и должно быть отведено не менее чем 7 (семь) процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем 5% (пять) процентов рекламной площади (рекламного пространства*);  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | b)        **Реклама продуктов детского питания**    Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей. Реклама продуктов детского питания в каждом случае должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов. | **ДОКУМЕНТЫ:**  – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия сертификата/декларации соответствия;  - гарантийное письмо.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    Рекламные материалы, объектом рекламирования которых являются продукты, предназначенные для использования в качестве заменителей женского молока, или продукты, включенные в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать:  – сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов;  – рекламируемый баннер, а также сайт/ группа, на которые осуществляется переход с баннера, должны содержать предупреждение о необходимости консультаций специалистов;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства.   ----------------------------- | | c)         **Реклама продуктов спортивного питания** | **ДОКУМЕНТЫ:**  – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия декларации/сертификатов соответствия;  – гарантийное письмо, что рекламируемый товар не является БАД или пищевой добавкой, подлежащими государственной регистрации.    Если спортивное питание зарегистрировано в качестве БАД либо пищевой добавки, то необходимо дополнительно соблюсти требования п.8.3.(а).    **ИНФОРМАЦИЯ:**    - указание на то, что рекламируемый товар не является БАД или пищевой добавкой, подлежащими государственной регистрации;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     **8.4.  Реклама ТОВАРОВ/ УСЛУГ ЗАТРАГИВАЮЩАЯ ИНТЕРЕСЫ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ**  a)         Размещение рекламы информационной продукции, предназначенной для оборота на территории Российской Федерации (продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи), подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года №436-ФЗ допускается только при условии указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). Соответственно, такая информационная продукция должна сопровождаться указанием возрастной категории лиц, для которых она предназначена («0+», «6+», «12+», «16+», «18+»). Рекламодатель гарантирует проведение классификации информационной продукции и указание возрастной категории в соответствии с результатами такой классификации. Рекламодатель несет ответственность за правильное определение возрастной категории такой информационной продукции;  b)         При рекламе развлекательных мероприятий (концертов, выставок, конкурсов), мобильных приложений, интернет-сервиса (ресурса), который имеет как веб-версию, так и версию мобильного приложения, рекламные материалы должны также содержать знак информационной продукции;  c)         В рекламе следует избегать эксплуатации детского воображения и эмоций, такая реклама не должна дискредитировать родителей и воспитателей, а также оказывать чрезмерное давление на несовершеннолетнего, побуждая его к покупке товара/пользованию услугой или содержать целенаправленный призыв прибегать к эмоциональным манипуляциям (например, требуя от родителей или других лиц, приобрести тот или иной товар/ услугу), создавать у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка, или впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед сверстниками и иных ограничений указанных в ст. 6 Закона о рекламе;  d)        Рекламируемая продукция, не безопасная для детей, должна снабжаться предупреждением о необходимости отведения специализированных мест хранения такой продукции, в недоступном для детей месте;  e)         Реклама в отношении средств женской гигиены, средств контрацепции (в т.ч., презервативов), безалкогольного пива не должна распространяться (размещаться) и/ или быть ориентирована на несовершеннолетних в какой-либо форме или исполнении.  f)          При рекламе развлекательных мероприятий рекламные материалы, помимо знака информационной продукции, должны содержать информацию об организаторе мероприятия, дата и время мероприятия, место проведения мероприятия и иные существенные условия, необходимые для посещения/участия в мероприятии.    **8.5.  Реклама продукции военного назначения и оружия**  a)         Запрет на рекламу продукции военного назначения и оружия в информационно-телекоммуникационной сети Интернет не допускается (ст. 26 Закона о рекламе).  При этом, в исключительных случаях, по единоличному решению Компании может быть разрешена реклама сувенирной продукции и бытовых предметов, муляжей «похожих» на оружие в случае предоставления Рекламодателем гарантийного письма и заверенных копий сертификатов, либо деклараций о соответствии, экспертных заключений, подтверждающих, что рекламируемый товар не является оружием или продукцией военного назначения, а в самих рекламных материалах обязательно наличие предупреждения, что такая продукция не является оружием или продукцией военного назначения.    **8.6.  Реклама основанных на риске игр, пари**  a)         Учитывая, что Компания, Сайт Компании и Система не являются сайтом, зарегистрированным в качестве сетевых изданий, специализирующихся на материалах и сообщениях физкультурно-спортивного характера, официальным сайтом общероссийских спортивных федераций либо профессиональных спортивных лиг, сайтом, владельцем которых является учредитель телеканала спортивной направленности, не являющегося телеканалом, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, то в соответствии с положениями ст. 27 Закона о рекламе, реклама основанных на риске игр, пари в Системе не допускается (указанное ограничение не распространяется на рекламу лотерей, как это поименовано в п. 8.11. настоящих Правил).    **8.7.  Реклама финансовых услуг и финансовой деятельности**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Требования к содержанию рекламных материалов для рекламы финансовых услуг и видов таких услуг (в т.ч. страхование, банковские услуги, осуществление управления активами, привлечение денежных средств в долевое строительство) поименованы в ст.28 Закона о рекламе.    Требования к содержанию рекламных материалов, используемых для рекламы ценных бумаг, установлены статьей 29 Закона о рекламе.    Дополнительные требования о наличии специальных разрешений, лицензий в сфере финансовых услуг установлены:    - Федеральный закон от 02.12.1990г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности»: **подлежит лицензированию деятельность по осуществлению банковских операций**;    - Закон РФ от 27.11.1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации»: **подлежит лицензированию деятельность по осуществлению страхования** (за исключением перестрахования и иных предусмотренных федеральными законами случаев) интересов юридических лиц, а также физических лиц - резидентов Российской Федерации;    - Федеральный закон от 22.04.1996г. №39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»: **подлежит лицензированию деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг** (брокерская деятельность; дилерская деятельность; деятельность по управлению ценными бумагами; депозитарная деятельность; деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг);    - Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 №156 и Федеральный закон «О негосударственных пенсионных фондах» от 07.05.1998 №75: **подлежит лицензированию деятельность акционерных инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, деятельность по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами**;    - Федеральный закон от 31.07.2020 №259-ФЗ  "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"    - требования к наличию специальных разрешений (лицензии на осуществление банковских операций (для кредитных организаций), информация о внесении сведений о кредиторе в соответствующий государственный реестр (для микрофинансовых организаций, ломбардов), о членстве в саморегулируемой организации (для кредитных потребительских кооперативов)) регулируется Федеральным законом от 21.12.2013 г. № 353 «О потребительском кредите (займе)», и иными нормативными актами;    **ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:**  РАЗЪЯСНЕНИЯ ФАС РОССИИ "О РЕКЛАМЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ" от 01 августа 2014 г.  <https://fas.gov.ru/documents/575704> | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия генеральной лицензии Банка России;  – если рекламируемая организация является посредником, то необходимо предоставить копию лицензии банка-партнера;  - копия свидетельства о членстве в СРО и копию свидетельства о регистрации в реестре микрофинансовых/ микрокредитных организаций;  - копия свидетельства о регистрации организации в качестве оператора платежной системы либо лицензии Банка России, при рекламе платежных систем и денежных переводов;  – копия лицензии на осуществление брокерской/дилерской деятельности либо лицензию профессионального участника рынка ценных бумаг или копию свидетельства о членстве в СРО, для рекламы брокерских/ дилерских услуг или услуг профессионального участника рынка ценных бумаг;  - копия о регистрации в качестве форекс (в реестре форекс Банка России) и копию свидетельства о членстве в СРО, если объектом рекламирования являются услуги форекс.      **ИНФОРМАЦИЯ:**    – полное наименование лица, оказывающего финансовую услугу (с организационно-правовой формой);  – реквизиты свидетельства о государственной регистрации или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – номер и дата выдачи лицензии Банка России;  – все существенные условия оказываемых услуг, формы договоров/оферт либо информация о месте ознакомления с таковыми;  – контактная информация;  - если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее;  - предупреждение о том, что предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высоко рисковыми и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме, и что до совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **8.7.1.      Реклама бинарных опционов и криптовалюты**      Рекламные материалы, объектом рекламирования которых являются бинарные опционы, кошельки для криптовалюты, криптовалюта и «майнинговые фермы» могут быть допущены к размещению по усмотрению Компании, но при условии их обязательного соответствия требованиям, предъявляемым ст. 5 и ст.29.1 Закона о рекламе. Если в рамках сайта или сервиса, помимо бинарных опционов, осуществляется брокерская/дилерская деятельность, включая форекс, или деятельность профессионального участника рынка ценных бумаг, то необходимо соблюдение требований п.8.7.(а) настоящих Правил. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНО:**    – копии учредительных документов организации; – копию сертификата ЦРОФР или CySEC (наличие хотя бы одного из таких сертификатов приветствуется);  – гарантийное письмо, что, помимо бинарных опционов, на сайте/ в сервисе не оказываются услуги, относящиеся к брокерской/ дилерской деятельности или деятельности профессионального участника рынка ценных бумаг и подлежащих обязательному лицензированию в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. | | **8.7.2.     Реклама управления и доверительного управления активами**  (ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих, услуги по содействию в инвестировании с использованием инвестиционной платформы) | – источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;  – сведения о месте или об адресе (номер телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена в соответствии с федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;  - [для операторов инвестиционных платформ] адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется раскрытие информации оператором инвестиционной платформы/ а также сведения о внесении рекламодателя в реестр операторов инвестиционных платформ;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **8.7.3.     Реклама услуг по привлечению денежных средств в долевое строительство и по привлечению и использованию жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений**    Указанная реклама, должна соответствовать ограничениям, указанными в п.6(t) настоящих Правил, и прочими ограничениями, установленными действующим законодательством. | – фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и/или иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов – наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации;  - сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом;  - адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **8.7.4.     Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений**    В рекламе, связанной с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, не допускается гарантировать сроки приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений. | - информация о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков;  - сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов;  - адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в сети "Интернет"), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **8.7.5.     Реклама недвижимости и компаний-застройщиков**    При этом, по единоличному усмотрению Компании, в отношении размещения имиджевой рекламы компании-застройщика, то есть рекламы застройщика, не связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, в которой отсутствует указание конкретного объекта недвижимости, требования предъявляемые к такой рекламе могут быть смягчены, т.к. такая реклама, может не подпадать под требования части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». В то же время такая реклама должна соответствовать требованиям, установленным Федеральным законом «О рекламе», в том числе требованиям достоверности и добросовестности. | – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – проектная декларация;  – разрешение на строительство;  – свидетельство о государственной регистрации права собственности на земельный участок, на котором предполагается строительство либо права аренды/субаренды на такой земельный участок;  - правоустанавливающий документ/ выписку из учредительных документов, подтверждающий право Рекламодателя на выполнения работ по территориальному землеустройству (в отношении Рекламы кадастровой деятельности). | | **8.7.6.     Реклама ЛОМБАРДОВ,** **ювелирных магазинов,** **ювелирных и других бытовых изделий из драгоценных металлов, и природных драгоценных камней, а также лом таких изделий**    Запрещена дистанционная продажа, а также продажа в месте нахождения покупателя вне стационарных торговых объектов (разносная торговля) ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и/или драгоценных камней.    Деятельность ломбардов — является финансовой деятельностью, соответственно, на рекламу ломбардов распространяет действие ст.28 ФЗ «О рекламе».    В соответствии с ч.1 ст.28 ФЗ «О рекламе», в рекламе финансовых услуг необходимо указывать наименование лица оказывающего услугу, включая его организационно-правовую форму. В соответствии с ч. 2 ст.2 ФЗ «О ломбардах» фирменное наименование ломбарда должно содержать слово «ломбард» и указание на его организационно-правовую форму. | – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия свидетельства о постановке на специальный учет в Пробирной палате России;  - свидетельство о государственной регистрации ломбарда, в подтверждение, что размещается реклама ломбарда, а не кредитной организации (для ломбардов);  - если ломбард осуществляет операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, также необходимо представить копию свидетельства о постановке на специальный учет Центральной государственной инспекции пробирного надзора.      Рекламный материал, а также рекламируемый сайт или группа в социальной сети, должны содержать наименование юридического лица, адрес места нахождения, реквизиты ювелирного магазина, ломбарда, данные о свидетельстве Пробирной палаты России и иную существенную информацию. |      |  |  | | --- | --- | | **8.7.8.**Реклама цифровых финансовых активов  Реклама выпускаемых цифровых финансовых активов не допускается до опубликования в порядке, установленном Федеральным законом "О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации", решения о выпуске цифровых финансовых активов.    В соответствии с ч.1 ст.29.1 ФЗ «О рекламе», с 01.01.2021 г. в рекламе выпускаемых цифровых финансовых активов необходимо указывать наименование лица оказывающего услугу, включая его организационно-правовую форму, и иную обязательную информацию, в соответствии с положениями ст. 29.1 Закона о рекламе. | – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – документальное подтверждение включения обладателя цифровых финансовых активов в реестр пользователей информационной системы, в которой учитываются цифровые финансовые активы, ведение которого осуществляется в порядке, предусмотренном статьей 8 Федерального закона от 31.07.2020 N 259-ФЗ/ в реестр операторов информационных систем, в которых осуществляется выпуск цифровых финансовых активов ведение которого осуществляется в порядке, предусмотренном статьей 7 Федерального закона от 31.07.2020 N 259-ФЗ. |   8.7.9.        Реклама финансовых услуг, поименованных в п.8.7. настоящих Правил, не допускается при отсутствии соответствующей лицензии или иной разрешительной документации у Рекламодателя (указанное ограничение не распространяется не лизинговую деятельность, согласно ст. 7 Закона о рекламе).  8.7.10.        Зарегистрированные за рубежом страховые компании и кредитные организации, а также некредитные финансовые организации, в том числе имеющие аккредитованные представительства на территории Российской Федерации, не вправе размещать на территории Российской Федерации рекламу оказываемых им услуг, а также, не вправе предлагать неограниченному кругу лиц на территории Российской Федерации воспользоваться предоставляемыми на территории иностранного государства услугами вышеуказанных компаний и организаций.    **8.8. Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации**  a)         Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации, не прошедших обучения по дополнительной профессиональной программе в области медиации и не имеющих подтверждающих такое обучение документов, выданных соответствующей некоммерческой организацией, осуществляющей подготовку медиаторов, не допускается.  b)         Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации должна содержать сведения о документах, подтверждающих прохождение медиатором обучения по дополнительной профессиональной программе в области медиации, а реклама деятельности организации, осуществляющей деятельность по обеспечению проведения процедуры медиации, - источник информации об утвержденных этой организацией правилах проведения процедуры медиации, стандартах и правилах профессиональной деятельности медиаторов.  c)         Реклама деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации не должна содержать утверждение о том, что применение процедуры медиации как способа урегулирования спора имеет преимущества перед разрешением спора в суде, арбитражном суде или третейском суде.    **8.9.  Реклама в сфере арбитража (третейского разбирательства)**  a)         Требования к содержанию рекламных материалов, используемых для рекламы ценных бумаг, установлены статьей 30.2 Закона о рекламе.    **8.10.      Реклама товаров при дистанционном способе их продажи (интернет-магазины, заказ по каталогам и пр.)**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Реклама товаров при дистанционном способе их продажи, включая рекламу реализации товаров через интернет-магазины, должна соответствовать требованиям ч. 1 ст. 7, ст. 8 и гл. 3 Закона о рекламе, Постановления Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» и Указа Президента РФ от 22.02.1992 № 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена».    На основании п. 5 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 №612), не допускается продажа дистанционным способом (включая, дистанционного заказа, в т.ч. через интернет-магазин или по каталогу) алкогольной продукции, лекарственных препаратов, а также товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации, включая рекламу алкогольной продукции, лекарственных средств (согласно ст.55 Федерального закона от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», а также Указу Президента РФ от 17.03.2020 №187 «О розничной торговле лекарственными препаратами для медицинского применения», указанное ограничение не распространяется на аптечные организации, имеющие лицензию на осуществление фармацевтической деятельности и соответствующее разрешение Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения), медицинских изделий, БАД, ювелирных изделий (полный список см. в перечне утвержденном Указом Президента РФ от 22.02.1992 № 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена»). Запрещается дистанционная продажа биологически-активных добавок и реклама о такой продаже/ товарах, реализуемых в рамках такой продажи, а также продажа в месте нахождения покупателя вне стационарных торговых объектов (разносная торговля). | - сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица;    - фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.    В соответствии с Законом РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», на рекламируемом сайте или группе в социальной сети должны быть указаны сведения о Продавце:  – для юридического лица – должны быть указаны наименование, адрес места нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица (ОГРН);  – для индивидуального предпринимателя – должны быть указаны фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП).    Иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     **8.11.       Реклама о проведении лотерей**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Требования к содержанию рекламных материалов о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие) поименованы в ст.9, а также в отношении лотерей дополнительно регламентируются иными специальными нормами ст.27 Закона о рекламе.    Понятие «лотереи», определено ст. 2 Федерального закона от 11.11.2003 № 138-ФЗ «О лотереях». В силу положений ч.4 ст.27 Закона о рекламе, т.к. требования пункта 8 части 1 и части 2 указанной статьи не распространяются на рекламу лотерей, то в Системе реклама лотерей допускается, при условии их соответствия требованиям действующего российского законодательства, включая требованиям Федерального закона от 11.11.2003 № 138-ФЗ «О лотереях».    Организаторами лотереи на основании решения Правительства Российской Федерации являются:  - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативному правовому регулированию в сфере физической культуры и спорта;  - федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативному правовому регулированию в сфере бюджетной деятельности (ст. 13 ФЗ от 11.11.2003 № 138-ФЗ «О лотереях»).    Оператор лотереи определяется федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации на организацию лотереи, по результатам открытого конкурса, проводимого в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, за исключением случая, если оператор лотереи определяется решением Правительства Российской Федерации. | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия устава рекламодателя;  - копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  - копия решения Правительства Российской Федерации о проведении лотереи;  - копия контракта организатора на проведение лотерей, подписанного Министерством финансов или Министерством спорта Российской Федерации;  - копия условий проведения лотереи, подписанных Министерством финансов или Министерством спорта Российской Федерации;  – копию свидетельства о постановке на учёт в Росфинмониторинге как организатора лотерей.    Если контракт и условия датированы ранее 2013 года, они могут быть подписаны другим государственным органом РФ.  Документы должны содержать название лотереи, срок ее проведения (не истекший на момент размещения рекламы), а также сведения об организаторе и операторе лотереи, совпадающие во всех документах.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    – сроки проведения такого мероприятия (в формате «чч.мм.сек дд.мм.гг.»);  - источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения;  - дополнительная обязательная оговорка о том, что выигрыши носят вероятностный характер и что лотерея не является способом заработка и источника дохода;    - если рекламируется средство индивидуализации организатора лотереи (а не конкретная лотерея), то обязателен к указанию в рекламе дополнительный дисклеймер ***«Подробности о рекламодателе, о правилах проведения организуемых им лотерей, количестве призов или выигрышей по результатам таких мероприятий, сроках, месте и порядке их получения на сайте (или по тел.). Выигрыши носят вероятностный характер. Лотерея не является способом заработка и источника дохода. Розыгрыши происходят****[еженедельно/ ежемесячно/ и т.п.]****»;***    - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства.    Реклама Лотерей не должна:  1) обращаться к несовершеннолетним;  2) создавать впечатление, что участие в основанных на риске играх, пари является способом заработка или получения иного дохода либо иным способом получения средств к существованию;  3) содержать утверждения, которые преувеличивают вероятность получения выигрыша или преуменьшают степень риска;  4) содержать свидетельства о получении выигрышей лицами, которые признаны выигравшими в соответствии с условиями основанных на риске игр, пари, но выигрыши не получили;  5) содержать утверждения о том, что участие в основанных на риске играх, пари имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха;  6) осуждать неучастие в основанных на риске играх, пари;  7) создавать впечатление, что получение выигрышей гарантировано. |       **8.12.      Реклама о проведении стимулирующих мероприятий**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Требования к содержанию рекламных материалов о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие) поименованы в ст.9 Закона о рекламе.      Не допускается реклама о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной или табачной продукции (в том значении, как «табак, табачная продукция и пр.» поименованы п.6(h) настоящих Правил), сопровождающихся раздачей образцов лекарственных средств, содержащих наркотические средства и психотропные вещества. | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – гарантийное письмо, что стимулирующее мероприятие не является лотереей/ либо, отказное письмо выданное ФНС РФ;  – официальные правила проведения стимулирующего мероприятия (либо ссылку на официально опубликованные Правила).    **ИНФОРМАЦИЯ:**    – сроки проведения такого мероприятия (в формате «чч.мм.сек дд.мм.гг.»);  - источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения; - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     a)         На основании ст. 9 Закона о рекламе, в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:    **8.13.      Социальная реклама**    a)         Рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.  b)         Если заказчиком работ, услуг на производство и распространение социальной рекламы являются:  - органы государственной власти, иные государственные органы,  - органы местного самоуправления,  - муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления,  то до размещения такой социальной рекламы, Рекламодатель обязан предоставить Компании заверенную копию государственного контракта в рамках которого Рекламодатель выступает организацией, осуществляющей выполнение работ, услуг по производству и распространению социальной рекламы в соответствии с законодательством Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.    c)         В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением:  **с.1.** упоминаний об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления,  **с.2.** о социально ориентированных некоммерческих организациях (в случаях, если содержание этой рекламы непосредственно связано с информацией о деятельности таких некоммерческих организаций, направленной на достижение благотворительных или иных общественно полезных целей),  **с.3.** о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи,  **с.4.** о спонсорах (при этом в радиопрограммах, продолжительность упоминания о спонсорах не может превышать 3 (три) секунды; в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - 3 (три) секунды и не более чем 7% (семь процентов) площади кадра; распространяемой другими способами, - не более чем 5% (пять процентов) рекламной площади (пространства)), ограничения, установленные настоящим пунктом, не распространяются на упоминания в социальной рекламе о лицах, указанных в пунктах (с.1)–(с.3) п.6.16(с) настоящих Правил.    **8.14.    Реклама объектов интеллектуальной собственности**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Реклама сайтов и/ или страниц в социальных сетях, на которых размещены результаты интеллектуальной деятельности, например, музыкальные композиции, кинофильмы, электронные книги и сборники стихотворений, разрешена только при наличии документов, подтверждающих права на их коммерческое использование. | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копии лицензионных договоров;  – копии договоров авторского заказа;  – копии договоров об отчуждении исключительных прав;  – копии договоров с РАО (Российским авторским обществом) и ВОИС (Всероссийской организацией по интеллектуальной собственности);  – копия гарантийного письма, в котором подтверждается факт принадлежности исключительных прав на произведение лицу, размещающему рекламный материал.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    - сведения о правообладателе;  - знак охраны авторского права, который помещается на каждом экземпляре произведения и состоит из следующих элементов: латинской буквы "C" в окружности; имени или наименования правообладателя; года первого опубликования произведения;  - сведения о правоустанавливающих документах, если рекламодатель и правообладатель в одном лице не совпадают;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. | | **8.14.1.  Реклама товаров/ услуг, содержащих товарные знаки и средства индивидуализации, в том числе международные и общеизвестные торговые марки** | - документы, подтверждающие оригинальность товаров/ услуг (копия договора о статусе официального дистрибьютора или любую другую официальную документацию, подтверждающую законность ввода продукции в гражданский оборот на территории государства, на которую планируется показ рекламы, а также подтверждающую наличие разрешения со стороны правообладателя об использовании товарного знака или иного средства индивидуализации). | | **8.14.2. Использование в рекламе спортивной символики (наименование спортивных мероприятий, спортивных клубов)**    Согласно ч.11.1 ст.2 Федерального закона от 04.12.2007 №329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», под символикой физкультурного мероприятия или спортивного мероприятия понимается:  - флаг, логотип, гимн, девиз организатора физкультурного мероприятия или спортивного мероприятия, официальное наименование физкультурного мероприятия или спортивного мероприятия и обозначения, связанные с таким организатором, образованные на их основе слова и словосочетания и сходные с ними обозначения при упоминании с наименованиями соответствующих видов спорта и (или) указанных мероприятий;  - зарегистрированные в качестве товарных знаков такого организатора обозначения; охраняемые в качестве промышленных образцов и (или) объектов авторских прав такого организатора талисманы указанных мероприятий, плакаты, опознавательная символика, предметы дизайна указанных мероприятий, кубки и медали участников спортивных соревнований;  - охраняемые в качестве объектов авторских прав такого организатора произведения науки, литературы и искусства, а также объекты смежных прав такого организатора, содержащие обозначения, которые предназначены для индивидуализации указанных мероприятий;  - любые иные обозначения и объекты, разработанные организатором мероприятия для официального использования на указанных мероприятиях и принадлежащие ему. | - гарантийное письмо о наличии прав на использование символики, подписанное/ заверенное уполномоченным лицом Рекламодателя;  - выписка из лицензионного соглашения на передачу прав на использование символики. |     **8.15.       Реклама товаров подлежащих обязательной маркировке**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Основной целью создания системы маркировки являются обеспечение законного оборота товаров в рамках ЕАЭС.    Маркированные товары - это товары, на которые нанесены средства идентификации с соблюдением установленных требований и достоверные сведения о которых (в том числе сведения о нанесенных на них средствах идентификации и (или) материальных носителях, содержащих средства идентификации) содержатся в национальном компоненте информационной системы маркировки товаров.    Перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, утвержден Распоряжением Правительства РФ от 28.04.2018 №792-р «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации». При этом, в рамках настоящих Правил, к товарам подлежащим обязательной маркировке и которые реклама которых может быть размещена в Системе, относятся, любые товары, кроме табачной (и если применимо, алкогольной продукции), а также товаров, свободная реализация которых запрещена в соответствии с Указом Президента РФ от 22.02.1992 № 179. | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия документов на рекламируемые и реализуемые изделия (маркировки);  – гарантийное письмо, подтверждающее, что вся продукция, подлежащая маркировке, маркирована в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    - информация о том, что продукция, подлежащая маркировке, маркирована в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     **8.16.      Реклама образовательных услуг**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Реклама образовательных учреждений  (включая, автошколы)      Не допускается реклама образовательного учреждения, которое находятся на территории иностранного государства, но оказывают свои услуги потребителям, находящимся на территории Российской Федерации, в том числе дистанционно, посредством сети Интернет, если такие образовательное учреждение не имеет соответствующих разрешительных документов для осуществления деятельности в Российской Федерации.    Реклама образовательного учреждения, находящегося на территории иностранного государства и оказывающего свои услуги потребителям, находящимся на территории иностранного государства (но не оказывающих такие услуги на территории Российской Федерации), допускается, если в рекламе четко указывается, что услуги оказываются именно за пределами Российской Федерации. | **ДОКУМЕНТЫ:**    – копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица или свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;  – копия лицензии на осуществление образовательной деятельности (с приложениями);  – копия свидетельства о государственной аккредитации (с приложениями);  – копия устава образовательной организации;    *ДЛЯ АВТОШКОЛ:*  *– копия лицензии автошколы;*  *– гарантийное письмо о наличии в автошколе компьютеров для проведения тестов на знание ПДД, площадки (автодрома) и собственных автомобилей с видеорегистраторами, а также о соответствии автошколы требованиям, предъявляемым в соответствии с приказами МВД (№ 32 и № 33 от 31.01.2017 г.).*    Рекламируемый Интернет-сайт должен содержать копии указанных выше документов, а также копии плана финансово-хозяйственной деятельности и/или бюджетной сметы, копии локальных нормативных актов (включая правила внутреннего распорядка обучающихся, правила внутреннего трудового распорядка, коллективный договор), информацию о руководителе образовательного учреждения, контактные данные.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    - сведения о лицензии на осуществление образовательной деятельности;  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     **8.17.       Реклама услуг, оказываемых/ товаров, производимых и реализуемых - лицами, применяющими специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» («самозанятые граждане»)**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | Реклама товаров или услуг, производимых и реализуемых/ оказываемых лицами, применяющими специальный налоговый режим «налог на профессиональный доход» («самозанятые граждане»), в соответствии со ст. 83 НК РФ и Федеральным законом от 27.11.2018 г. № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» в городе федерального значения Москве, Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)». | **ДОКУМЕНТЫ:**    - гарантийное письмо (распечатанное, заполненное и подписанное), подтверждающее приобретение гражданином статуса «самозанятого», отсутствие у такого лица наемных работников и оказание услуг или производство и реализацию товаров на территории, включенной в эксперимент;  - копия свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, если в отношении рекламы товаров или услуг, для производства и реализации/оказания которых требуется наличие государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    - указание на то, что рекламируемые товары или услуги, производятся и реализуются/ оказываются лицами, применяющими специальный налоговый режим «налог на профессиональный доход» («самозанятые граждане»);  - иная обязательная информация предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |     **8.18.      Реклама услуг мест общественного питания (бары, спортбары, кафе, рестораны и пр.)**     |  |  | | --- | --- | | **ОПИСАНИЕ** | **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ/ ИНФОРМАЦИЯ** | | В рекламных материалах мест общественного питания (а также на странице Интернет-сайта, страницы в социальной сети, на которые осуществляется переход), не допускается размещение изображения и/или текста:  – содержащих алкогольную и любую иную спиртную (в том числе, пиво) продукцию, табачную продукцию;  – содержащих соответствующие слова и словосочетания;  – демонстрирующих употребление такой продукции.    5.11.2. Рекламный материал, а также рекламируемый сайт или группа в Социальной сети, должны содержать наименование юридического лица и адрес места нахождения кафе, ресторана, бара и т.д., которые являются объектом рекламирования. | **ДОКУМЕНТЫ:**    - копия свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, если в отношении рекламы товаров или услуг, для производства и реализации/оказания которых требуется наличие государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.    **ИНФОРМАЦИЯ:**    – для юридического лица – должны быть указаны наименование, адрес места нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица (ОГРН);  – для индивидуального предпринимателя – должны быть указаны фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП).    Иная обязательная информация, предусмотренная текстом настоящих Правил, и нормами действующего законодательства. |       **8.19.      ПРОЧИЕ ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ**  a)         на территории Российской Федерации для Рекламных материалов в отношении лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в т.ч. методов лечения, народной медицины, парфюмерных изделий; в отношении сервисов знакомств; в отношении стимулирующих мероприятий, лотерей, обязателен таргетинг от 18 лет;  b)         Реклама в отношении результатов интеллектуальной деятельности разрешена только при наличии соответствующих документов, подтверждающих права на использование результатов интеллектуальной деятельности;  c)         использование изображений физических лиц (изображений людей из открытых источников, например, фотобанков, изображений родственников, друзей или знакомых, и т.п.), а также персональных данных физических лиц в Рекламных материалах допустимо только при наличии документов, подтверждающих согласие таких лиц(а).  При этом использование изображений публично известных личностей (знаменитостей) не допустимо без получения Рекламодателем письменного согласия или иных разрешающих документов от таких лиц.  d)        в информации содержащейся в рекламных материалах должна быть учтена интеллектуальная и эмоциональная зрелость аудитории, для которых они предназначены;  e)         если в рекламных материалах размещается реклама мобильных приложений, то в качестве изображения используемого в рекламе должна являться в том числе графика рекламируемого мобильного приложения;  f)          в Рекламных материалах запрещается делать прямые указания на имя, возраст или иные личностные характеристики потребителей рекламы, а также сведения о сексуальной ориентации, финансовом состоянии, убеждениях, здоровье и других персональных данных.  g)         Текст рекламного материала должен быть составлен грамматически правильно и не содержать ошибок и опечаток, должен соответствовать нормам пунктуации и использования специальных знаков. Слова, состоящие полностью или частично из заглавных букв, допускаются для общеизвестных аббревиатур или зарегистрированных товарных знаков (в отношении товарных знаков, необходимо представить копию свидетельства о регистрации товарного знака, подтверждающего написание соответствующих слов).      **8.20.     Компания оставляет за собой право отклонить любой рекламный материал без объяснения причин**    **8.21.      Изменения в законодательстве РФ**  В случае изменения положений законодательства Российской Федерации, Компания оставляет за собой право применить новые требования к рекламе, в том числе остановить или ограничить размещение рекламы не позднее, чем за 3 (три) рабочих дня до вступления таких законодательных изменений в силу.    При толковании любого термина, используемого в настоящих Правилах, в случае отсутствия единообразного толкования такого термина в тексте Правил, необходимо руководствоваться толкованием такого термина, определенным: в первую очередь – законодательством РФ, во вторую очередь - в тексте Внутренних политик Компании, в третью очередь – в Системе/ на Сайте, затем - сложившимся (общеупотребимым) в сети Интернет. |
| Текущая редакция Правил: от «28» июля 2022 г. |