

## Общие требования к информации, размещаемой на телеканалах

1. Объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности размещаются телеканалах способом «бегущей строки». Пользователь имеет право подавать следующие объявления:
  - 1.1. О найме сотрудников или об открытии вакансии с допустимым упоминанием наименования вакансии и контактной информации без указания расы или национальности.
  - 1.2. О пропаже и находке утерянных вещей с допустимым указанием предмета пропажи, условий пропажи и контактной информацией.
  - 1.3. О бесплатном обучении информационного характера с допустимым указанием даты, контактной информации, характера образовательного учреждения (в случае общепотребительного нарицательного наименования возможно указание наименования учреждения). Упоминание торговой марки и/или наименования юридического лица, а также платных услуг воспрещается.
  - 1.4. О разовых сделках (в частности, о разовой купле-продаже имущества) с допустимым упоминанием предмета сделки и контактной информации.
  - 1.5. Иного информационного характера с допустимым упоминанием предмета, характера объявления, возможным указанием временных и географических координат и контактной информации. Упоминание торговой марки и/или наименования юридического лица воспрещается.
  - 1.6. Пользователь как лицо или от имени третьих лиц имеет право подавать объявления, если в них идет речь о покупке или продаже товаров (работ, услуг) только и исключительно для личных, бытовых нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью, преследующей своей целью систематическое получение прибыли.
2. Пользователь не имеет права подавать в «бегущую строку» объявления следующего характера от своего или от чьего-либо имени:
  - 2.1. Сообщения рекламного характера. В частности, к таким сообщениям относятся сообщения, направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
  - 2.2. Сообщения, связанные с размещением информации о деятельности, связанной с систематическим получением прибыли.
  - 2.3. Сообщения, содержащие в своем тексте наименования организаций и/или торговых марок.
  - 2.4. Сообщения о платных услугах.
  - 2.5. Прочие сообщения, содержание которых противоречит и/или не удовлетворяет действующему законодательству Российской Федерации.
3. Сообщения рекламного характера (к таким сообщениям относятся сообщения, направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке) размещаются на телеканалах в виде стационарной заставки («телетекст») в соответствии с Законом «О рекламе».
4. Реклама алкогольной продукции размещается в соответствии с законом «О рекламе».
5. При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

## Требования к размещению отдельных видов рекламы на телеканалах

Объект рекламирования	Требования к содержанию Рекламы	Документы для подтверждения соответствия рекламы требованиям закона
<p style="text-align: center;"><b>Стимулирующие мероприятия</b> (ст. 9, ч.5 ст.27 Закона «О Рекламе»)</p>	<p>Данная статья распространяется на следующие стимулирующие мероприятия, условием участия в которых является <b>приобретение определенного товара и которые проводятся на конкурсной основе с розыгрышем призов или получением выигрышей.</b></p> <p>Данная реклама должна содержать в себе:</p> <p>1) сроки проведения такого мероприятия (срок может быть определен указанием на конкретную дату, определенный период времени, а также указанием на событие, которое должно наступить неизбежно; <b>также необходимо предупреждать заказчиков о том, что региональные станции на основании практики УФАС требуют, указывая в ролике срок стимулирующего мероприятия обязательно указывать год.</b></p> <p>2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения (при указании источника достаточно указать информация по телефону/ на сайте).</p> <p>В рекламе стимулирующей лотереи также должны быть указаны сроки проведения розыгрыша проведения.</p>	<p>- правила участия в конкурсе, розыгрыше, лотерее;</p> <p>- для лотереи - уведомление налогового/ муниципального органа о проведении лотереи, выписка из реестра лотерей.</p>
<p><b>Реклама основанных на риске игр, пари</b> (ст.27 Закона «О рекламе»)</p>	<p>Азартная игра - основанное на риске соглашение о выигрыше, заключенное двумя или несколькими участниками такого соглашения между собой либо с организатором азартной игры по правилам, установленным организатором азартной игры;</p> <p>Пари - азартная игра, при которой исход основанного на риске соглашения о выигрыше, заключаемого двумя или несколькими участниками пари между собой либо с организатором данного вида азартной игры, зависит от события, относительно которого неизвестно, наступит оно или нет;</p> <p>К игорным заведениям относятся предприятия, в которых проводятся азартные игры и (или) принимаются ставки на пари: казино, тотализатор, букмекерская контора, зал игровых автоматов и иные игорные дома (места).</p> <p>1. Реклама основанных на риске игр, пари допускается радиопрограммах с 22 до 7 часов местного времени;</p> <p>2. Реклама основанных на риске игр, пари должна содержать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- указание на сроки розыгрышей призов в процессе проведения основанных на риске игр, пари;</li> <li>- источник информации об организаторе основанных на риске игр, пари, о</li> </ul>	<p>- разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорной зоне;</p> <p>- лицензию на деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах.</p>

	<p>правилах их проведения, о призовом фонде таких игр, пари, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.</p>	
<p><b>Информационная продукция: продукция СМИ, концерты, фильмы, спектакли, печатная продукция, интернет-сайт, программы для ЭВМ, зрелищные мероприятия,</b> за исключением мероприятий, где отсутствует демонстрация информационной продукции. (ч.10.1 ст. 5 Закона «О Рекламе»)</p>	<p>Не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции.</p> <p>При рекламе информационной продукции такое указание может быть сделано любым способом, позволяющим обозначить категорию информационной продукции.</p>	<p>- прокатное удостоверение (для рекламы иностранных кинофильмов);</p> <p>- гарантийное письмо от рекламодателя с подтверждением возрастной категории, в случае возникновения у Рекламодателя сомнений в отношении достоверности заявленной в рекламе маркировки.</p> <p>- свидетельство о регистрации СМИ, если рекламируется сайт, являющийся СМИ.</p>
<p><b>Реклама лекарственных средств, медицинской техники,</b> (ст. 24 Закона «О Рекламе»)</p>	<p>Данная реклама должна сопровождаться предупреждением:</p> <p><b>- о наличии противопоказаний к их применению и использованию,</b></p> <p><b>- необходимости ознакомления с инструкцией по применению или</b></p> <p><b>- получения консультации специалистов.</b></p> <p>При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе.</p> <p>Понятие и перечень медицинских услуг определены Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н.</p> <p>При этом необходимо учитывать, что правила, установленные частью 7 статьи 24 Закона о рекламе, не распространяются на рекламу <b>медицинской деятельности</b> (медицинская деятельность - профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях), не связанной с оказанием медицинских услуг и лекарственными средствами, соответственно в рекламе больницы без упоминания конкретных медицинских услуг нет необходимости указывать предупреждение.</p> <p>Не допускается реклама рецептурных лекарственных препаратов и лекарственных средств, содержащих наркотические средства.</p>	<p>- свидетельство о государственной регистрации лекарственного препарата,</p> <p>- инструкцию препарата, зарегистрированную фармкомитетом,</p> <p>- лицензию (в зависимости от статуса рекламодателя).</p>
<p><b>Реклама долевого строительства: договоров участия в долевом строительстве, жилищных сертификатов, жилищных кооперативов.</b> (ч.1, ч.7 ст. 28 Закона «О Рекламе»)</p>	<p>Под долевым строительством понимается привлечение денежных средств граждан, связанное с возникающим у граждан права собственности на жилые помещения в многоквартирных домах, которые на момент привлечения таких денежных средств граждан не введены в эксплуатацию в порядке, установленном законодательством о градостроительной деятельности.</p> <p>Привлечение денежных средств граждан для строительства многоквартирного дома жилищно-строительным кооперативом является также одним из видов привлечения денежных средств граждан для долевого строительства многоквартирных домов (ч.2 ст.1 ФЗ от 17.06.2010 № 119-ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости</p>	<p>- выданное в установленном порядке разрешение на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости;</p> <p>- свидетельство о государственной регистрации права собственности или права аренды на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства;</p> <p>- подтверждение опубликования в средствах массовой</p>

	<p>и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации»).</p> <p>Согласно части 7 статьи 28 Закона о рекламе реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации.</p> <p><b>Реклама должна содержать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- указание на конкретный источник необходимой информации, соответственно в данной рекламе должен быть указан конкретный адрес Интернет-сайта (или иной источник информации), на котором размещена проектная декларация;</li> <li>- наименование юридического лица (застройщика, ЖСК), заключающего договоры с физ. лицом - участником долевого строительства;</li> <li>- информацию о необходимости вступления в ЖСК и уплаты взносов (в рекламе ЖСК).</li> </ul>	<p>информации и (или) размещения в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет") проектной декларации, (достаточно распечатки с сайта, заверенной печатью организации и подписью руководителя, или СМИ в котором это опубликовано);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- копию свидетельства об участии в СРО;</li> <li>- типовую форму договора («рыбу»), заключаемого с физ. лицом - участником долевого строительства.</li> </ul>
<p><b>Реклама финансовых услуг</b> (ст. 28 Закона «О Рекламе»)</p>	<p>Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование с указанием организационно-правовой формы – ООО, ЗАО, ОАО и т.д., для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).</p> <p><b>Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;</li> <li>2) умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.</li> </ol> <p>Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, использованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.</p> <p><b>Необходимо обратить внимание, что упоминание в рекламном ролике предоставления товара в рассрочку/кредит, предоставления страховки автоматически влечет за собой указание кредитной/страховой организации.</b></p> <p>Исключение из правила: положения ст. 28 Закона не применяются к случаям, когда кредит предоставляется не финансовой организацией.</p> <p>Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами (в том числе ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных</p>	<p>- лицензию (в зависимости от статуса рекламодателя).</p>

	<p>пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих), должна содержать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>источник информации</b>, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;</li> <li>- <b>сведения о месте или об адресе (номер телефона)</b>, 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.</li> </ul>	
<b>Реклама деятельности, подлежащей лицензированию</b>	<p>К деятельности подлежащей лицензированию, в частности относится следующая деятельность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оказание услуг связи,</li> <li>- частная детективная (сыскная) деятельность и частная охранная деятельность;</li> <li>- образовательная деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой негосударственными образовательными учреждениями, находящимися на территории инновационного центра "Сколково")</li> <li>- деятельность кредитных организаций;</li> <li>- деятельность по проведению организованных торгов;</li> <li>видов профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг;</li> <li>- деятельности специализированных депозитариев инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов;</li> <li>- деятельности негосударственных пенсионных фондов по пенсионному обеспечению и пенсионному страхованию;</li> <li>- страховая деятельность.</li> <li>- деятельность по осуществлению перевозок, если она подлежит лицензированию.</li> </ul>	- Лицензия на осуществление соответствующей деятельности
<b>Реклама кадастровой деятельности</b>		- правоустанавливающий документ/выписку из учред. документов, например/, подтверждающий право Рекламодателя на выполнения работ по территориальному землеустройству
<b>Реклама продажи товаров дистанционным способом (ст. 8 Закона «О Рекламе»)</b>	<p>В соответствии со ст.8 ФЗ «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование (включая его организационно-правовую форму), место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица.</p>	- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе юридического лица (форма свидетельства включает в себя все те данные, какие необходимо сообщить в рекламе, и соответственно данный документ подтвердит достоверность сведений о ЮЛ, сообщаемом в ролике).

В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры).

Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

В телепрограммах не допускается распространение рекламы в дни траура, объявленные в Российской Федерации.

Несоблюдение установленных специальных требований к рекламе является основанием для отказа в размещении рекламного материала.