

**1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩАЕМОЙ В КАЧЕСТВЕ РЕКЛАМЫ.**

**1.1. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА.** (стр.2)

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ.** (стр.4-9)

**2.1. РЕКЛАМА ТОВАРОВ ПРИ ДИСТАНЦИОННОМ СПОСОБЕ ИХ ПРОДАЖИ** (стр.4)

**2.2. РЕКЛАМА О ПРОВЕДЕНИИ СТИМУЛИРУЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ.** (стр.5)

**2.3. РЕКЛАМА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ И МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ.** (стр.5-6)

**2.4. РЕКЛАМА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК И ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК, ПРОДУКТОВ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ.** (стр.6-7)

**2.5. РЕКЛАМА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ.** (стр.7-9)

2.5.1. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг. (стр.7)

2.5.2. Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами. (стр.7-8)

2.5.3. Реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья. (стр.8)

2.5.4. Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений. (стр.8)

2.5.5. Реклама ценных бумаг. (стр.8-9)

## 1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩАЕМОЙ В КАЧЕСТВЕ РЕКЛАМЫ.

### 1.1. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ РЕКЛАМА (Статья 5 Закона РФ «О рекламе»)

Недобросовестной признается реклама, которая:

- содержит **некорректные сравнения** рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, **в том числе о преимуществах** рекламируемого товара перед товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- содержит **не соответствующие действительности** сведения:
  - о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;
  - об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
  - о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;
  - об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;
  - о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;
  - об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара;
  - о правах на использование официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов) и символов международных организаций;
  - об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
  - о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами;
  - о результатах исследований и испытаний;
  - о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
  - о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар;
  - об объеме производства или продажи рекламируемого или иного товара;
  - о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии;
  - о правилах и сроках проведения основанных на риске игр, пари, в том числе о количестве призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей по результатам проведения основанных на риске игр, пари, об их организаторе, а также об источнике информации об основанных на риске играх, пари;



- об источнике информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными законами;
- о месте, в котором до заключения договора об оказании услуг заинтересованные лица могут ознакомиться с информацией, которая должна быть предоставлена таким лицам в соответствии с федеральными законами или иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;
- о лице, обязавшемся по ценной бумаге;
- об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

**Примечание:** Перечисленные в данном подабзаце требования должны учитываться при оформлении Технического задания или Оригинал-макета, получаемых от Заказчика, которые должны содержать письменное подтверждение Заказчиком содержащейся в них информации.

- **имеет сходство с дорожными знаками** или иным образом угрожает безопасности движения автомобильного, железнодорожного, водного, воздушного транспорта;
- **формирует негативное отношение** к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц;
- содержит информацию порнографического характера.
- содержит иностранные слова и выражения, которые могут привести к искажению смысла информации;
- **содержит указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти** или органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
- содержит демонстрацию процессов курения и потребления алкогольной продукции;
- **использует образ медицинских и фармацевтических работников**, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники;
- содержит указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека;
- содержит указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий;
- содержит 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) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия;
- не содержит полностью или частично существенную информацию о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы;
- **не содержит стоимостных показателей в рублях**, а указаны показатели только в иностранной валюте;



## 1.2. НЕ ДОПУСКАЕТСЯ РЕКЛАМА (Статья 7 Закона РФ «О рекламе»):

- товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
- 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; взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий;
- органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;
- товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации;
- товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия;
- товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений;
- основанных на риске игр, пари (Статья 27 Закона РФ «О рекламе»).

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТОВАРОВ И УСЛУГ.

### 2.1. РЕКЛАМА ТОВАРОВ ПРИ ДИСТАНЦИОННОМ СПОСОБЕ ИХ ПРОДАЖИ (Статья 8 Закона РФ «О рекламе»)

В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны 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.

### 2.2. РЕКЛАМА О ПРОВЕДЕНИИ СТИМУЛИРУЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ (Статья 9 Закона РФ «О рекламе»).

В рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара **должны быть указаны:**

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 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.

### 2.3. РЕКЛАМА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, МЕДИЦИНСКИХ ИЗДЕЛИЙ И МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины (Статья 24 Закона РФ «О рекламе»)

#### 2.3.1. Реклама лекарственных средств **не должна:**

- обращаться к несовершеннолетним;
- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования (*распространяется также на: рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, рекламу методов народной медицины, рекламу медицинских изделий*);
- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования (*распространяется также на: рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, рекламу методов народной медицины, рекламу медицинских изделий*);



- создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования (*распространяется также на: рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, рекламу методов народной медицины, рекламу медицинских изделий*);
- содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья (*распространяется также на: рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, рекламу методов народной медицины, рекламу медицинских изделий*);
- способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования (*не распространяется на рекламу лекарственных препаратов, применяемых для профилактики заболеваний, рекламу медицинских изделий*);
- создавать впечатление ненужности обращения к врачу (*распространяется также на рекламу методов народной медицины, на рекламу медицинских изделий*);
- гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий (*распространяется также на рекламу медицинских изделий*);
- представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;
- содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением;
- содержать информацию о формах и дозировках, **отпускаемых по рецептам** лекарственных препаратов, лекарственных препаратов содержащих разрешенные к применению в медицинских целях наркотические средства или психотропные вещества, в том числе методах профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка.

2.3.2. Сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, лекарственных препаратов и медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования.

2.3.3. Реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

#### **2.4. РЕКЛАМА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК И ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК, ПРОДУКТОВ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ** (Статья 25 Закона РФ «О рекламе») **НЕ ДОЛЖНА:**

- создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
- содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;



- побуждать к отказу от здорового питания;
- создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

**2.4.1. Реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством.**

**2.4.2.** Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей. Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

## **2.5. РЕКЛАМА ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ** (Статья 28 Закона РФ «О рекламе»).

### **2.5.1. Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг:**

- **должна содержать** наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).
- **не должна:**
  - 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;
  - 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.
  - должна содержать все связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита условия, если реклама содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

**2.5.2. 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 пенсионных фондов, средствами пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих):

- **должна содержать:**
  - 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.
- **не должна содержать:**
  - документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами;



- информацию о результатах управления активами, в том числе об их изменении или о сравнении в прошлом и (или) в текущий момент, не основанную на расчетах доходности, определяемых в соответствии с нормативными актами Центрального банка Российской Федерации;
- информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями;
- информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности;
- заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных достигнутым результатам.

#### **2.5.3. Реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья:**

- **допускается** только в случаях:
  - если она связана 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.
- **должна содержать:**
  - сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом;
  - может размещаться только после выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, опубликования в средствах массовой информации и (или) размещения в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет") проектной декларации, 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.

#### **2.5.4. Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, должна содержать:**

- информацию 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.

В данной рекламе **не допускается гарантировать сроки приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений.**

#### **2.5.5. Реклама ценных бумаг** в том числе эмиссионных ценных бумаг **не допускается** до осуществления регистрации их проспекта и:

- **должна содержать** наименование эмитента;
- **должна содержать** источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах.
- **не должна** содержать обещание выплаты дивидендов по акциям, а также дохода по иным ценным бумагам, за исключением дохода, обязанность выплаты которого

предусмотрена решением о выпуске или дополнительном выпуске эмиссионных ценных бумаг, правилами доверительного управления паевыми инвестиционными фондами или правилами доверительного управления ипотечным покрытием либо зафиксирована в ценных бумагах;

- **не должна** содержать прогнозы роста курсовой стоимости ценных бумаг.

**Примечание:**

1. Данная Инструкция не является исчерпывающим перечнем случаев соответствия (не соответствия) информации, предлагаемой для размещения в качестве рекламы, требованиям действующего законодательства и является обобщением основных норм Закона РФ «О рекламе», перечисляющим наиболее актуальные объекты рекламы и предъявляемые к ним критерии.

2. При приеме Технического задания и/или Оригинал-макета рекламы и обнаружении информации, в отношении которой имеется сомнения в соответствии ее содержания вышеприведенным критериям, рекомендуется получение дополнительных расширенных разъяснений и толкований.