

## Правила размещения рекламно - информационных материалов на сайте в сети Интернет Клик Маркет и ответственность сторон

Данные правила являются руководством для Пользователей сайта <http://kmarket52.ru/>, получивших доступ и имеющих возможность публиковать рекламные материалы на страницах сайта. Правила вступают в силу с момента его опубликования на портале [kmarket52.ru](http://kmarket52.ru/) и действуют до момента отзыва Администрацией портала.

### Общие положения:

Реклама некоторых товаров и услуг запрещается или ограничивается действующим законодательством. Запрещена реклама: \*

- \*товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации;
- \*наркотических веществ, психотропных вещества и их прекурсоров;
- \*взрывчатых веществ и материалов, кроме пиротехнических изделий;
- \*товаров и услуг, подлежащих сертификации / лицензированию, при отсутствии необходимых сертификатов / лицензий;
- \*органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи;
- \*о распространении (продаже) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ;
- \*табачных изделий и курительных принадлежностей; табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок;
- \*медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности. Запрещена реклама в интернете:\*
- \*оружия;
- \*основанных на риске игр и пари, а также их организаторов; \* алкогольной продукции.

Разрешена реклама с соблюдением особых требований:\*

- \*лотерей и стимулирующих мероприятия;
- \*лекарств, медицинской техники;
- \*медицинские услуги;
- \*БАДов;
- \*детского питания;
- \*финансовых услуг;
- \*ценных бумаг;
- \*товаров при дистанционном способе их продажи.
- \*информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Реклама о распространении (продаже) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством РФ:

К данным товарам, в частности, относятся:

- \*Драгоценные и редкоземельные металлы и изделия из них;
- \*Драгоценные камни и изделия из них;
- \*Рентгеновское оборудование, приборы и оборудование с использованием радиоактивных веществ и изотопов;
- \*Яды, наркотические средства и психотропные вещества;
- \*Спирт этиловый;
- \*Лекарственные средства, за исключением лекарственных трав;
- \*Лекарственное сырье, получаемое от северного оленеводства (панты и эндокринное сырье)

## **1. Реклама лотерей и стимулирующих мероприятий (лотереи, конкурса, игры и т.п.)**

Ст. 9 и ст. 27 ФЗ «О рекламе»

Реклама основанных на риске игр, пари 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) использовать образы людей и животных.

Проведение лотереи осуществляется оператором лотереи на основании распоряжения Правительства РФ о проведении данной лотереи и соответствующего контракта на ее проведение с организатором лотереи (ФЗ «О лотереях» от 11.11.2003 № 138). Копии распоряжения Правительства РФ и контракта должны быть предоставлены в службу размещения до момента начала размещения рекламы.

Для лотерей, зарегистрированных до 30.12.2013 г., необходимо предоставить разрешение на проведение лотереи, выданное уполномоченным органом (ФНС).

Под стимулирующим мероприятием понимается — проведение лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара или услуги.

В рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, 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.

Администрация портала вправе затребовать Правила проведения стимулирующих мероприятий (либо ссылку на правила).

В случае предоставления рекламных материалов стимулирующих мероприятий в юридический или рекламный отдел портала Правила (ссылка на правила) предоставляются вместе с рекламными материалами.

Сроки проведения стимулирующего мероприятия должны указываться в формате дд.мм.гг.

## **2. Реклама алкогольной продукции, в том числе пива и напитков, изготавливаемых на его основе.**

Ст. 21, п. 3, ч. 5, ст. 5 ФЗ «О рекламе»

Реклама алкогольной продукции ЗАПРЕЩЕНА.

## **3. Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей**

Ст. 7, п. 8 ФЗ «О Рекламе»

Реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок - ЗАПРЕЩЕНА

## **4. Реклама лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.**

Ст. 24 ФЗ «О рекламе»

Лекарственные препараты могут рекламироваться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы соответствующим уполномоченным федеральным органом исполнительной власти (ст. 13 Федерального Закона от 12.04.2010 № 61 «Об обращении лекарственных средств»). Реклама лекарственных средств не должна:

1. обращаться к несовершеннолетним;
2. содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;
3. содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;
4. создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;
5. содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
6. способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;
7. создавать впечатление ненужности обращения к врачу;
8. гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;
9. представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;
10. содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением.

Требования пункта 6 не распространяются на рекламу лекарственных средств, применяемых для профилактики заболеваний.

Требования пункта 1 распространяются также на рекламу медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности.

Требования пунктов 2 - 5 распространяются также на рекламу медицинских услуг, в том числе на рекламу методов лечения, диагностики, профилактики и реабилитации.

Требования пунктов 1 - 8 распространяются также на рекламу медицинской техники. РЕКЛАМА РЕЦЕПТУРНЫХ ПРЕПАРАТОВ - ЗАПРЕЩЕНА Реклама медицинских услуг:

Осуществление медицинской деятельности подлежит обязательному лицензированию (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 (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра «Сколково»).

Копия лицензии должна быть предоставлена в службу размещения до момента начала размещения рекламы (ст. 13 ФЗ «О рекламе»).

До размещения рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения, от клиента возможно затребовать:

- лицензию на осуществление медицинской деятельности и приложения к ней (в случае рекламы медицинских услуг);
- инструкцию по медицинскому применению;
- сертификат соответствия;
- декларацию о соответствии;
- Регистрационное удостоверение (в случае рекламы лекарственных средств);
- Сертификат соответствия и Свидетельство о регистрации (в случае рекламы медицинского оборудования).

Реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их

применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В рекламе, распространяемой посредством сети Интернет, предупреждение должно составлять не менее чем 5 (пять) процентов рекламной площади (рекламного пространства). Предупреждение должно указываться на каждом кадре баннера/странице статьи.

В случае, предоставления рекламных материалов лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения в юридический отдел, перечисленные выше документы, предоставляются вместе с рекламными материалами.

Все документы предоставляются в копиях.

## **5. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания**

Ст. 25 ФЗ «О рекламе».

Биологически активные добавки подлежат государственной регистрации (ФЗ от 02.01.2000 № 29 «О качестве и безопасности пищевых продуктов»).

Выданные до 15.08.2003 г. свидетельства о государственной регистрации на биологически активные добавки к пище действительны до истечения срока их действия (п. 3 Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 15.08.2003 № 146 «О санитарноэпидемиологической экспертизе биологически активных добавок»).

Не допускается реклама БАДа без свидетельства о государственной регистрации (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна:

1. создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
2. содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
3. содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;
4. побуждать к отказу от здорового питания;
5. 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.

До размещения рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, от клиента необходимо затребовать:

- Сертификат соответствия;
- Свидетельство о регистрации.

В случае, предоставления рекламных материалов биологически активных добавок и пищевых добавок, перечисленные выше документы, предоставляются вместе с рекламными материалами.

Детское питание подлежит обязательной сертификации согласно п. 2 Перечня пищевых продуктов, материалов и изделий, косметической продукции, средств и изделий для гигиены полости рта, подлежащих государственной регистрации (Приложение к Положению о государственной регистрации новых пищевых продуктов, материалов и изделий и ведении Государственного реестра пищевых продуктов, материалов и изделий, разрешенных для изготовления на территории Российской Федерации или ввоза на территорию Российской Федерации и оборота, утвержденному Постановлением Правительства РФ от 21.12.2000 № 988).

Не допускается реклама продуктов детского питания без свидетельства о государственной регистрации (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

Реклама 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.

## **6. Реклама информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями ФЗ от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»**

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 N 436-ФЗ допускается только при условии указания категории данной информационной продукции (часть 10.1 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). Рекламодатель обязан соблюдать указанные требования и несет ответственность за правильное определение категории вышеуказанной продукции, в случае если такая продукция является объектом рекламирования, а также указание в такой рекламе соответствующей категории рекламной продукции.

Реклама информационной продукции (ИП) должна сопровождаться соответствующей категорией ИП:

- категория ИП для детей, не достигших возраста шести лет, - в виде «0+»;
- категория ИП для детей, достигших возраста шести лет, - в виде «6+» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше шести лет»; категория ИП для детей, достигших возраста двенадцати лет, - в виде цифры «12+» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 12 лет»; категория ИП для детей, достигших возраста шестнадцати лет, - в виде «16+» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «для детей старше 16 лет»; категория ИП, запрещенной для детей, - в виде «18+» и (или) текстового предупреждения в виде словосочетания «запрещено для детей».

К информации, запрещенной для распространения среди детей, относится информация:

- 1) побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;
- 2) способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и(или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;
- 3) обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;
- 4) отрицающая семейные ценности, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;
- 5) оправдывающая противоправное поведение;
- 6) содержащая нецензурную брань;
- 7) содержащая информацию порнографического характера;
- 8) о несовершеннолетнем, пострадавшем в результате противоправных действий (бездействия), включая фамилии, имена, отчества, фото- и видеоизображения такого несовершеннолетнего, его родителей и иных законных представителей, дату рождения такого несовершеннолетнего, аудиозапись его голоса, место его жительства или место временного пребывания, место его учебы или работы, иную информацию, позволяющую прямо или косвенно установить личность такого несовершеннолетнего.

3. К информации, распространение которой среди детей определенных возрастных категорий ограничено, относится информация:

- 1) представляемая в виде изображения или описания жестокости, физического и (или) психического насилия, преступления или иного антиобщественного действия;
- 2) вызывающая у детей страх, ужас или панику, в том числе представляемая в виде изображения или описания в унижающей человеческое достоинство форме ненасильственной

смерти, заболевания, самоубийства, несчастного случая, аварии или катастрофы и (или) их последствий;

3) представляемая в виде изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной;

4) содержащая бранные слова и выражения, не относящиеся к нецензурной брани.

#### **7. Реклама продукции военного назначения и оружия Ст.**

26 ФЗ «О рекламе»

В соответствии со ст. 26 ФЗ «О рекламе» размещение в сети Интернет рекламных материалов продукции военного назначения и оружия - ЗАПРЕЩЕНО.

#### **8. Реклама основанных на риске игр, пари, а так же их организаторов**

Ст. 27 ФЗ «О рекламе»

В соответствии со ст. 27, п. 2 ФЗ «О рекламе» размещение в сети Интернет рекламных материалов игр, пари основанных на риске - ЗАПРЕЩЕНО.

#### **9. Реклама финансовых услуг**

Ст. 28 ФЗ «О рекламе» В том числе:

Страховых услуг;

Банковских услуг;

Услуг по предоставлению потребительских кредитов (займов);

Услуг на рынке ценных бумаг; Услуг по договору лизинга;

Услуг, оказываемые финансовыми организациями и связанные с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц;

Услуг по управлению, 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);

Услуг по привлечению денежных средств в доленое строительство.

Обязательному лицензированию подлежат:

Услуги по осуществлению банковских операций (ФЗ от 02.12.1990г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности»).

Услуги по страхованию (за исключением перестрахования и иных предусмотренных федеральными законами случаев) интересов юридических лиц, а также физических лиц - резидентов Российской Федерации (Закон РФ от 27.11.1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации»).

Деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг (брокерская деятельность; дилерская деятельность; деятельность по управлению ценными бумагами; депозитарная деятельность; деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг (ФЗ от 22.04.1996г. №39ФЗ «О рынке ценных бумаг»).

Деятельность акционерных инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, деятельность по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами (ФЗ «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156 и ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» от 07.05.1998 №75)

Реклама вышеуказанных видов деятельности не допускается при отсутствии соответствующей лицензии у рекламодателя, кроме лизинговой деятельности (ст. 7 ФЗ «О рекламе»).

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).

Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна:

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;

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.

Если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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 "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

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:

1) источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;

2) 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.

Реклама услуг, связанных с осуществлением управления, включая доверительное управление, активами, не должна содержать:

1) документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами;

2) 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;

3) информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями;

4) информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности;

5) заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных достигнутым результатам.

Реклама, побуждающая к заключению сделок с форекс-дилерами, должна содержать следующее указание: "Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесенных денежных средств в полном объеме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны.". Публичное объявление цен (порядка определения цен), а также иных существенных условий договора не является рекламой, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами.

Не допускается 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.

Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, 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.

Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, не допускается 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 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации".

Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, не допускается 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.

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

- 1) информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных имущественных расходов;
- 2) сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов;
- 3) адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в сети "Интернет"), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом.

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.

Реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", не допускается.

Если оказание банковских, страховых и иных финансовых услуг или осуществление финансовой деятельности может осуществляться только лицами, имеющими соответствующие лицензии,

разрешения, аккредитации либо включенными в соответствующий реестр или являющимися членами соответствующих саморегулируемых организаций, реклама указанных услуг или деятельности, оказываемых либо осуществляемой лицами, не соответствующими таким требованиям, не допускается.

## **10. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи**

Ст. 8 ФЗ «О рекламе»

1. Продажа товаров дистанционным способом признается продажей товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 27.07.2007 года №612)

2. В рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование компании-продавца, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество руководителя, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Не допускается распространение (продажа) дистанционным способом товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством.

## **11. Случаи, при которых Администрация портала может запрашивать дополнительные документы.**

1. Если в рекламном материале (далее - «РМ») используется товарный знак, который не принадлежит прямому рекламодателю, Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих право использовать данный товарный знак. Такими документами могут являться: письменное разрешение от правообладателя товарного знака; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов - гарантийное письмо).

2. В случае использования в РМ слов в превосходной/сравнительной степени (например «лучший», «самый», «№ 1») Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих превосходную/сравнительную степень. Такими документами могут являться: проведенное исследование; сертификат, полученный в результате отбора продукции и другие. При наличии данных документов, в РМ (рядом со словом в превосходной/сравнительной степени) ставится звездочка (\*), ниже указываются данные представленного документа.

3. При использовании в РМ утверждений, вызывающих сомнения в их действительности (например «похудеете за 5 дней на 10 кг.»), Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих данные утверждения. Такими документами могут являться: проведенное исследование в определенной области и другие. При наличии данных документов, в РМ (рядом с «утверждением») ставится звездочка (\*), ниже указываются данные представленного документа.

4. В случае проведения лотереи, Администрация портала может запросить (в зависимости от вида лотереи) следующие документы:

\*копию документа, подтверждающего направление уведомления о проведении рекламируемой лотереи в соответствующий государственный орган и само уведомление; или \*копию разрешения на проведение рекламируемой лотереи.

5. В случаях рекламирования стимулирующего мероприятия (определение стимулирующего мероприятия указано в разделе 1 настоящих «Общих требований к рекламе»), Администрация портала может запросить правила стимулирующего мероприятия.

6. При использовании в РМ фотографий/изображений физических лиц, Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих право использовать данные фотографии/изображения в РМ. Такими документами могут являться:

\*при размещении фотографии (письмо-разрешение от правообладателя на использование фотографии; лицензионный договор на передачу прав использования фотографии (в случае

невозможности предоставления перечисленных документов - гарантийное письмо);

\*при использовании изображения физического лица (письмо-разрешение физического лица на использование его изображения в рекламном материале).

Согласие на использование изображения не требуется в случаях:

-использование изображения осуществляется в государственных, общественных или иных публичных интересах;

-изображение гражданина получено при съемке, которая проводится в местах, открытых для свободного посещения, или на публичных мероприятиях (собраниях, съездах, конференциях, концертах, представлениях, спортивных соревнованиях и подобных мероприятиях), за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования; -гражданин позировал за плату.

7. В случае использования в РМ персонажей (пример: использование в РФ образа Чебурашки из мультфильма), Администрация портала может запросить копии документов, подтверждающих право использования данных персонажей в РМ. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя персонажа; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов - гарантийное письмо).

8. При использовании в РМ олимпийской и паралимпийской символики, Администрация портала может запросить копию разрешения на использование данной символики, выданного Международным олимпийским комитетом.

9. При указании в РМ на эксклюзивность, Администрация портала может запрашивать документы, подтверждающие эксклюзивность. Такими документами могут являться: договор или соглашение, предоставляющее конкретному лицу право на эксклюзивное представление товара/объекта на определенной территории и другое.

10. Если РМ является видеороликом, Администрация портала может запросить документы, подтверждающие право на использование видеоролика. Такими документами могут являться: письменное разрешение от правообладателя на использование видеоролика; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов - гарантийное письмо).

11. В случае использования музыкального сопровождения (фонограммы) РМ Администрация портала может запросить документы, подтверждающие право на использование фонограммы. Такими документами могут являться: письмо-разрешение от правообладателя на использование фонограммы; лицензионный договор (в случае невозможности предоставления перечисленных документов - гарантийное письмо).

В случае, если Администрация портала сделав запрос на одни из выше приведенных документов, не получила эти документы, она вправе отказать в публикации соответствующего материала на портале.

## **12. Ответственность Сторон**

1. Стороны пришли к соглашению, что Пользователь несет материальную и любую иную ответственность как перед Администрацией портала так и перед третьими лицами, за соответствие рекламно-информационных материалов, размещенных Пользователем требованиям ФЗ «О рекламе», а также другим законодательным и нормативно-правовым актам, действующим на территории РФ, в полном объеме.

2. Пользователь несет ответственность за соблюдение особенностей рекламы отдельных видов товаров (работ, услуг) в полном объеме, в соответствии с ФЗ «О рекламе», в том числе: если рекламно-информационные материалы о товарах (работах, услугах), подлежат сертификации либо на осуществление их реализации требуется лицензия - ответственность за наличие сертификата и лицензии, а также за указание в рекламно-информационных материалах необходимых реквизитов соответствующих сертификатов и лицензий, несет Пользователь в полном объеме.

3. Пользователь несет ответственность за добросовестность и достоверность рекламноинформационных материалов, в соответствии со статьей 5 ФЗ «О рекламе», в полном объеме.

4. Пользователь несет ответственность за размещение рекламно-информационных материалов о физических и юридических лицах, деятельность которых является незаконной и запрещенной действующим законодательством РФ, в полном объеме.
5. Администрация портала не несет ответственности за фактическое качество рекламируемых товаров (работ, услуг).
6. Пользователь обязан незамедлительно в кратчайшие сроки уведомить Исполнителя о любых нарушениях действующего законодательства РФ, возникших в результате размещения рекламноинформационных материалов.
7. Настоящим Пользователь заверяет и гарантирует то, что он будет возмещать в полном объеме любые убытки, ущерб и/или издержки Администрации портала, возникшие по вине Пользователя, в том числе в связи с уплатой штрафов (взысканий, санкций и т.п.), при этом обязуясь возместить все расходы, связанные с защитой интересов Администрации портала перед контролирующими (налоговыми, антимонопольными и др.) и судебными органами в связи с проведением проверки, возбуждением и (или) рассмотрением административного, гражданского, уголовного судебного дела по фактам нарушения действующего законодательства РФ.
8. Пользователь подтверждает свое согласие на использование Администрацией портала интеллектуальной собственности Пользователя в пределах, необходимых для осуществления Администрацией портала услуг по безвозмездному и возмездному размещению материалов об организации, ее товарах и услугах, предоставленных организацией или опубликованных самой организацией из личного кабинета на сайте с целью информирования Пользователей и продвижения в сети Интернет, а также необходимых для исполнения Администрацией портала своих обязанностей перед Пользователем по публичному договору - оферте на оказание рекламноинформационных услуг и по пользовательскому соглашению.
9. Во всем ином, что не предусмотрено текстом данных Правил, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.
10. В случае изменения положений законодательства Российской Федерации, Администрация портала вправе применять новые требования к рекламе, в том числе остановить или ограничить размещение данной рекламы не более, чем за 5 (пять) рабочих дней до вступления указанных изменений в силу.