

ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА

НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ ПО РАЗМЕЩЕНИЮ РЕКЛАМЫ НА СТЕНДАХ В ЛИФТОВЫХ КАБИНАХ

Изложенный ниже текст договора адресован неопределённому кругу лиц и является официальным публичным предложением Общества с ограниченной ответственностью Рекламное агентство «ИЗЮМ» о заключении договора на оказание услуг по размещению рекламы в форме рекламных модулей на листовых постерах, которые размещаются в закрытых стендах внутри лифтовых многоквартирных жилых домов на условиях и в сроки, установленные настоящим договором.

Договор считается заключённым и приобретает силу с момента совершения лицом (далее — Заказчик) действий, предусмотренных разделом 6 договора, означающих полное и безоговорочное принятие Заказчиком всех условий публичной оферты без каких-либо изъятий и/или ограничений.

Общество с ограниченной ответственностью Рекламное агентство «ИЗЮМ», именуемое в дальнейшем «Исполнитель», выражает намерение заключить договор на оказание услуг по организации размещения рекламы в форме рекламных модулей на листовых постерах, которые размещаются в закрытых стендах внутри лифтовых многоквартирных жилых домов на определённой Территории, по адресной программе Исполнителя; с «Заказчиками» на условиях настоящей Публичной оферты (далее – договор).

1. ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Заказчик – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, зарегистрированные и действующие в соответствии с законодательством РФ, совершившее акцепт в порядке, предусмотренном настоящей публичной офертой, в результате которого договор считается заключённым между данным лицом и Обществом с ограниченной ответственностью Рекламное агентство «ИЗЮМ» на условиях, изложенных в настоящем договоре;

Рекламные информационные материалы/Реклама – содержащие рекламу визуальные произведения в форме модулей, согласованных Сторонами.

Территория – территория г. Владимира и Владимирской области.

Закрытый стенд/стенд/конструкция - плоская конструкция, состоящая из профиля и прозрачного защитного экрана, внутрь которой размещается листовая постер с рекламными модулями Заказчиков, закреплённая внутри лифтовой кабины.

Адресная программ (АП) - перечень/список адресов, состоящий из названия улиц и номеров жилых многоквартирных домов лифтовые кабины которых оборудованы стендами, предназначенными для размещения рекламы, в пределах определённой Территории.

Листовой постер (постер) - листовая продукция изготовленная (произведённая, отпечатанная) офсетным, цифровым или широкоформатным способом, состоящая из рекламных модулей Заказчиков и предназначенная для размещения с стендах.

Модуль - продукция формата (размера) от А 5 до А 3 вертикальной или горизонтальной ориентации в составе листового постера состоящая из текстовых, растровых и графических элементов, содержащая информацию о товаре (в том числе работе, услуге), средствах его индивидуализации, изготовителе или продавце товара, результатах интеллектуальной деятельности либо мероприятия, в том числе спортивном соревновании, концерте, конкурсе, фестивале, основанных на риске играх, пари, которое предназначено для неопределённого круга лиц и призвано формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования и способствовать их реализации. Модуль в составе постера размещается без выбора Заказчиком позиции размещения на постере, то есть позиционирование модуля на постере производится на усмотрение Исполнителя.

Далее по тексту рекламный модуль может именоваться рекламными материалами, информационным материалом, рекламой, РИМ.

Рекламные материалы могут быть размещены также в иных формах (форматах),

дополнительно согласованных Сторонами в соответствующей заявке.

Размещение модуля - распространение Исполнителем РИМ в соответствии с графиком размещения и адресной программой внутри лифтовых кабин, путём размещения листового постера с модулями в стендах.

График размещения/ График/ Демонстрация - это дата начала и длительность (срок) распространения РИМ. Исполнитель обеспечивает монтаж материалов Заказчика в течение пяти рабочих дней с даты начала периода их демонстрации, при этом демонтаж материалов Заказчика производится по окончании периода демонстрации, указанного выше, также в течение пяти рабочих дней, тем самым Исполнитель гарантирует соблюдение срока демонстрации материала Заказчика согласно оплаченного периода демонстрации

Производство модуля - комплекс услуг, включающий дизайн по материалам Заказчика и/или техническую проверку уже готового дизайна Заказчика, печать листовых постеров на бумажном или самоклеящемся материале.

Фото отчёт /отчёт - фотографии стендов в лифтовых кабинках, подтверждающие размещение РИМ Заказчика в соответствии с адресной программой.

Заказ – совокупность последовательных действий Заказчика, а именно подача и согласование заявки, оплата сформированного Исполнителем счета.

Контрагент - владелец, собственник лифтовых кабин.

Акцепт оферты – оплата услуг Исполнителя по размещению рекламы в форме модуля на листовых постерах, размещаемых в лифтовых кабинках жилых многоквартирных домов в пределах определённой Территории, адресованной неопределённому кругу лиц и направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования в соответствии с условиями настоящего договора и в порядке, описанном в настоящем договоре.

2. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

2.1. По настоящему Договору Исполнитель, действуя на основании договоров с соответствующими контрагентами, обязуется по заявке Заказчика обеспечить оказание услуг по размещению рекламы в форме модуля на листовых постерах, размещаемых в лифтовых кабинках жилых многоквартирных домов, в пределах Территории направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования и, распространяемой в соответствии с условиями, настоящего Договора (далее «услуги по размещению рекламы»), а Заказчик обязуется принимать и оплачивать оказываемые ему услуги в размере и порядке, предусмотренных настоящим Договором.

2.2. В целях исполнения своих обязательств по настоящему Договору Исполнитель вправе привлекать третьих лиц, оставаясь ответственным перед Заказчиком за исполнение настоящего Договора.

2.3. Настоящий Договор не распространяется на политическую рекламу, в том числе агитационные материалы, спонсорскую рекламу, а также социальную рекламу.

Исполнитель не вправе принимать и предоставлять указанную рекламу для размещения в соответствии с условиями настоящего Договора.

3. ПОРЯДОК ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТОРОН

В целях исполнения своих обязательств по настоящему Договору Стороны руководствуются следующим порядком взаимодействия:

3.1. Для инициирования конкретных работ/услуг, предусмотренных п. 2.1. настоящего Договора, Заказчик направляет Исполнителю заявку, в которой отражаются пожелания и требования Заказчика к иницилируемым работам и/ или услугам, а также сроки выполнения работ/оказания услуг. Перед началом оказания услуг Исполнитель имеет право запросить у Заказчика посредством электронной почты копии документов Заказчика, которые могут позволить Исполнителю определить правоспособность, дееспособность Заказчика и иные правоустанавливающие документы. В случае несоответствия и/или недействительности предоставленных Заказчиком копий документов требованиям действующего законодательства РФ или отказа Заказчика предоставить запрошенные Исполнителем копии документов, Исполнитель имеет право отказать Заказчику в оказании услуг.

Список документов:

1. Юридические лица:

Свидетельство о государственной регистрации общества (ОГРН);

Свидетельство о постановке на учёт в налоговом органе (ИНН);

Протокол собрания участников/акционеров общества (Решение), подтверждающий полномочия единоличного исполнительного органа общества;

Устав (все страницы);

Копия паспорта генерального директора (директора) (только страницы 3-4 с фотографией и подписью) или заверенная обслуживающим банком банковская карточка с образцом подписи.

2. Индивидуальные предприниматели:

Свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ОГРНИП);

Свидетельство о постановке на учёт в налоговом органе (ИНН);

Копия паспорта индивидуального предпринимателя (только страницы 3-4 с фотографией и подписью) или заверенная обслуживающим банком банковская карточка с образцом подписи.

3.2. После получения заявки Исполнитель направляет Заказчику посредством электронных средств: Счёт, указывает существенные условия размещения, стоимость работ и/или услуг, а также предоставляет Заказчику иную существенную информацию об условиях выполнения работ/оказания услуг.

3.3 Исполнитель вправе не принимать к исполнению заявки от Заказчика, которые не отвечают критериям достоверности и добросовестности в соответствии с требованиями статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», а также нормам законодательства Российской Федерации.

3.4. Стороны обязуются осуществлять согласование существенных условий выполнения работ/оказания услуг, указанных в заявке, в разумный срок, при этом каждая Сторона обязуется отвечать на электронные сообщения другой Стороны, предполагающие или запрашивающие ответ, в срок не более 2 (Двух) рабочих дней с момента отправки таких сообщений, если иной срок не указан в сообщении.

3.5. Стороны обязуются предоставлять по требованию другой Стороне копию электронного документа на бумажном носителе или соответствующий документ на бумажном носителе, заверенный оригинальной подписью и оттиском печати Стороны. Под электронным документом понимается любой документ, имеющий отношение к заявке, составленный и/или отсканированный любой из Сторон и направленный посредством электронной почты другой Стороне в рамках настоящего Договора.

3.7. Исполнитель вправе в одностороннем порядке корректировать график размещения РИМ в случае возникновения неблагоприятных погодных условиях (ливневый дождь, обильный снегопад и/или сильный порывистый ветер скоростью 23 м/с и более, к которым относится целая группа опасных ветровых явлений (ураганы, бури, шквалы, смерчи и другие), температура воздуха минус 20°C и ниже. Исполнитель вправе не начинать либо остановить размещение РИМ и начать (продолжить) работы по окончании неблагоприятных погодных условий, что не является нарушением обязательств Исполнителя.

Стороны также соглашаются, что изменение АП в сторону уменьшения или увеличения количества конструкций в пределах определённой Территории, связанное с заменой и/или ремонтом лифтовых кабин не является нарушением обязательств Исполнителя по размещению РИМ.

В случае изменения количества конструкций стоимость услуг подлежит перерасчёту в большую или меньшую сторону.

3.8. Исполнитель вправе не приступать к исполнению своих обязательств по Договору и не принимать к размещению или приостановить размещение рекламных материалов,

содержание и/или оформление которых, по мнению Исполнителя:

- не соответствует тематическим, этическим, эстетическим и политическим принципам Исполнителя/Контрагента;
- может нанести ущерб репутации Исполнителя/Контрагента;
- противоречит действующему законодательству, включая законодательство о рекламе, авторском праве и смежных правах;
- не соответствует требованиям Исполнителя/Контрагента;

Об отказе в размещении по перечисленным основаниям Исполнитель уведомляет Заказчика посредством электронных форм связи. Заказчик должен в течение одного рабочего дня заменить отклонённый материал либо привести его в соответствие с требованиями Исполнителя и/или законодательства РФ, а также предоставить недостающие документы и/или информацию. В случае если Заказчик отказывается выполнить вышеуказанные действия или осуществляет их с нарушением сроков, это расценивается как отказ Заказчика от размещения рекламных материалов (в целом или в части).

3.9. Приём заявок Заказчика осуществляется ежедневно, в рабочие дни и в рабочее время с 10.00 до 17.00 за исключением выходных и нерабочих праздничных дней. Заявки, принятые позже указанного времени или в выходной день (суббота, воскресенье, нерабочие праздничные дни) считаются поданными на следующий, за днём подачи, рабочий день. Обработка заявок Исполнителем осуществляется в течение двух рабочих дней с даты приёма поданного Заказчиком заказа.

Размещение рекламного материала Заказчика осуществляется согласно заявке Заказчика при условии поступления платежа за предоставление услуги на Расчётный счёт Исполнителя.

3.10. Заказчик предоставляет Исполнителю рекламные материалы, соответствующие требованиям законодательства РФ и техническим требованиям Исполнителя в готовой для их изготовления и распространения форме не позднее 10 (Десяти) рабочих дней до предполагаемой даты их размещения.

В случае нарушения Заказчиком сроков предоставления рекламных материалов, Исполнитель вправе не принимать их для работы либо перенести согласованные сроки оказания услуг на период задержки.

С основными требованиями к рекламным материалам можно ознакомиться в Приложении 1 к настоящей Публичной оферте. Дополнительно к основным требованиям по предоставлению рекламных материалов указанных в Приложении №1, исполнитель имеет право потребовать от Заказчика гарантийные письма подтверждающие достоверность информации указанной в предоставленных Заказчиком рекламных материалах.

3.11. Все действия Заказчика, описанные в пункте 3.9., 3.10 должны совершаться Заказчиком посредством адреса электронной почты, с которого была направлена заявка, и телефона, указанного Заказчиком в заявке.

3.12. Заказчик обязуется соблюдать требования законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе и законодательства о правах на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, в отношении передаваемых Исполнителю для размещения рекламных материалов.

3.13. Заказчик вправе отказаться или приостановить размещение рекламных материалов при условии предварительного письменного уведомления Исполнителя не позднее, чем за 10 (десять) рабочих дней до начала их размещения. В случае нарушения указанного срока Исполнитель вправе потребовать, а Заказчик по получении требования Исполнителя обязан выплатить штраф в размере 50% (пятидесяти процентов) от стоимости снимаемого (приостанавливаемого) размещения, указанной в соответствующем счёте. Исполнитель не несёт ответственности за невыполнение требования Заказчика об изменении графика и не возвращает ранее полученную оплату в случае, если уведомление о внесении изменений в график поступило позднее, чем за 10 (Десять) рабочих дней до начала распространения рекламы.

3.14. Заказчик согласен с тем, что Исполнитель может обрабатывать и использовать персональные данные Заказчика (когда применимо) согласно Федеральному закону от 27.07.2006 N 152-ФЗ "О персональных данных" различными способами, в том числе путём осуществления автоматизированного анализа персональных данных, а также согласен на их передачу третьим лицам с целью выполнения своих обязательств по настоящему Договору без ограничения срока действия. Настоящее согласие может быть отозвано Заказчиком только при условии письменного уведомления Исполнителя не менее чем за 30 (тридцать) дней до предполагаемой даты прекращения использования данных Исполнителем.

4. СТОИМОСТЬ УСЛУГ. ПОРЯДОК РАСЧЁТОВ

4.1. Стоимость услуг по размещению рекламы рассчитывается на основании Заявки Заказчика и указывается в соответствующем Счёте. Стоимость услуг НДС не облагается в связи с применением Исполнителем упрощённой системы налогообложения (на основании п. 2 ст. 346.11 НК РФ).

4.2. Оплата по настоящему Договору осуществляется Заказчиком в безналичном порядке на основании счета Исполнителя путём перечисления 100% стоимости услуг на расчётный счёт Исполнителя, не позднее чем за 7 (Семь) календарных дней до начала оказания услуг, либо в ином порядке, указанном в соответствующем Счёте.

4.3. Нарушение Заказчиком условий оплаты более чем на 5 (пять) дня даёт Исполнителю право приостановить согласованные Сторонами размещения, не заключать настоящий договор по новым заявкам Заказчика, при этом Исполнитель вправе взыскать с Заказчика сумму убытков, причинённых ему досрочным прекращением Договора, в соответствии с п. 3.13 настоящего Договора.

При осуществлении Заказчиком платежей Стороны исходят из того, что вначале погашается текущая задолженность Заказчика по оплате оказанных услуг (в случае, если таковая имеется); после полного погашения имеющейся задолженности поступающие денежные средства учитываются в качестве оплаты услуг, оказываемых в месяце, указанном в заявке.

4.4. Обязательства Заказчика по оплате услуг Исполнителя считаются исполненными с момента поступления денежных средств на расчётный счёт Исполнителя.

4.5. В течении 7 (семи) рабочих дней после размещения РИМ Исполнитель предоставляет Заказчику посредством электронной почты фото отчёт, подтверждающий размещение рекламных материалов Заказчика.

4.6. По дополнительному запросу Заказчика стороны могут подписать акт приема-сдачи работ (услуг).

Услуги считаются оказанными надлежащим образом и в полном объёме, если в течение 3 (трёх) рабочих дней со дня окончания месяца в котором были оказаны услуги (выполнены работы), Заказчиком не выставлена мотивированная письменная претензия. В случае отсутствия мотивированной претензии акт приёма-сдачи оказанных услуг считается подписанным, а услуги оказанными надлежащим образом. Претензия считается мотивированной, если в заявленный в Счёте период услуги не были оказаны и Заказчик предоставил доказательства подтверждающие, что Исполнителем услуги не были оказаны.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

5.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по настоящему Договору Стороны несут ответственность в соответствии с настоящим Договором и действующим законодательством Российской Федерации.

5.2. Заказчик несёт полную и безоговорочную ответственность за содержание и оформление направляемой в соответствии с настоящим Договором рекламы, за нарушение авторских и смежных прав в отношении произведений и исполнений, вошедших в Региональную рекламу. Все имущественные претензии, в том числе авторов и обладателей смежных прав, в отношении Региональной рекламы должны быть урегулированы Заказчиком своими силами и за свой счёт.

В случае возникновения у Исполнителя убытков, вызванных нарушением Заказчиком прав третьих лиц в отношении произведений и исполнений, вошедших в рекламу, а также требований законодательства в отношении содержания и оформления рекламы, Заказчик

возмещает Исполнителю все понесённые убытки, вызванные таким нарушением. Указанные убытки подтверждаются выставленными третьими лицами счетами и (или) претензиями.

5.3. В случае нарушения Заказчиком условий Договора и непредоставления сведений и/или документов, предоставление которых является ее обязанностью по Договору (копии лицензий, сертификатов и т.д.), Заказчик обязан возместить убытки в полной сумме в случае их возникновения у Исполнителя в связи с отсутствием необходимых сведений/документов. Указанные убытки подтверждаются выставленными третьими лицами счетами и (или) претензиями.

5.4. В случае, если по вине Исполнителя рекламные материалы не были размещены или были размещены с нарушениями графика размещения. Исполнитель за свой счёт и по согласованию с Заказчиком размещает не вышедшие (не своевременно вышедшие) рекламные материалы в тех же объёмах. В случае утраты актуальности рекламы (истечения даты рекламируемого события) Заказчик имеет право отказаться от размещения, Исполнитель возмещает стоимость оплаченных, но невыполненных работ.

6. ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ, ДЕЙСТВИЕ ДОГОВОРА, РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

Настоящий Договор не требует двухстороннего подписания и действителен в электронном виде.

6.1. Акцептом условий договора является осуществление Заказчиком действий, определённых п.6.2. договора. Акцепт условий договора означает полное и безоговорочное принятие Заказчиком всех условий договора без каких-либо изъятий и/или ограничений и равносителен заключению двухстороннего письменного договора (пункт 3 ст. 434 ГК РФ).

6.2. Заказчик производит Акцепт оферты путём совершения Платежа за услуги Исполнителя либо путём предоставления Заказчиком на электронный адрес Исполнителя письменной заявки в свободной форме, из текста которой ясно и однозначно можно трактовать Акцепт оферты Заказчиком.

6.3. Договор Сторон вступает в силу с момента осуществления Акцепта оферты и действует до полного исполнения Сторонами обязательств по нему.

6.4. Заказчик вправе обратиться к Исполнителю по любым вопросам, возникшим в связи с условиями, правами и обязанностями Договора, в том числе в части размещения Рекламного материала. Для этого Заказчик направляет письменное заявление соответствующего содержания по электронному адресу или мессенджерам Исполнителя, указанных на Сайте www.izum33.ru. Исполнитель после получения от Заказчика письменного заявления обязан в течение 3 (трёх) рабочих дней рассмотреть заявление и сообщить о результатах его рассмотрения Заказчику.

6.5. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения договора в результате событий чрезвычайного характера, которые Стороны не могли ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами (форс-мажор). В период действия обстоятельств непреодолимой силы выполнение Сторонами своих обязательств по Договору приостанавливается, и санкции за неисполнение обязательств в данный период не применяются.

6.6. К обстоятельствам непреодолимой силы в контексте настоящего Договора относятся: стихийные бедствия, война или военные действия, забастовка в отрасли или регионе, гражданская война или общественные беспорядки, запретительные меры и/или законодательные /нормативные акты, принятые соответствующими органами РФ, вводящие запрет либо существенные ограничения в размещении информации по объёму, количеству, форме, содержанию и т.д.

6.7. Обстоятельства непреодолимой силы признаются таковыми при наличии письменного подтверждения уполномоченных органов государственной власти и местного самоуправления.

6.8. Во всем, что прямо не предусмотрено Договором, Стороны руководствуются действующим законодательством РФ.

6.9. Все споры и разногласия, возникшие или могущие возникнуть из настоящего договора по инициативе Заказчика, подлежат разрешению с соблюдением претензионного порядка. В случае, если возникший спор не будет разрешён в течение 10 (десяти) рабочих дней с момента получения соответствующего заявления, любая из Сторон вправе обратиться за разрешением спора в суд по месту нахождения Исполнителя в соответствии с законодательством РФ.

6.10. Стороны признают и соглашаются, что основным способом коммуникации в рамках настоящего договора выбрана электронная переписка по электронной почте: e-mail и мессенджерам: messenger, которая ведётся по электронным адресам Сторон.

7. РЕКВИЗИТЫ ИСПОЛНИТЕЛЯ

Общество с ограниченной ответственностью Рекламное агентство «ИЗЮМ» (ООО РА «ИЗЮМ»)

Юридический адрес: 600026, г. Владимир, ул. Гастелло, д. 2, оф. 12

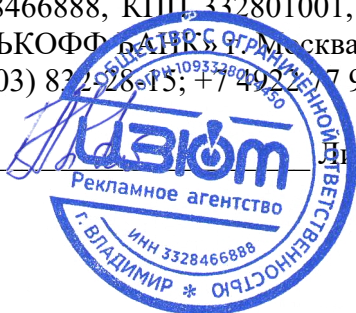
Фактический и почтовый адрес: 600024, г. Владимир, ул. Западная, д. 57, офис 3

ИНН 3328466888, КПП 332801001, ОГРН 1093328004450, р/счет 40702810810000483237 в

АО «ТИНЬКОФФ БАНК» с/счета к/счета 30101810145250000974 БИК 044525974

Тел. +7 (903) 82 2528-15; +7 492 25 7 99 06; E-mail: izum33@mail.ru

Директор _____ Дятковская Татьяна Анатольевна



Приложение №1 к Публичной оферте ООО РА «ИЗЮМ»

На оказание услуг по размещению рекламы. Требования к рекламным материалам

1.1. Требования к рекламе «зонтичных» брендов.

Реклама товаров, работ, услуг, а также реклама самих производителей/изготовителей или продавцов таких товаров, работ, услуг, реклама средств их индивидуализации (в том числе товарных знаков, логотипов, торговых марок и др.), которая представляет собой рекламу товара/работ/услуг, рекламирование которых запрещено полностью или в определённое время, но осуществляется под видом рекламы другого товара/работы/услуги, название, товарный знак или знак обслуживания которых тождествен или сходен до степени смешения с названием, товарным знаком или знаком обслуживания товара/работы/услуги, в отношении рекламы которых установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара/работы/услуги, не опускается ни в каком виде.

1.2. Требования к рекламе лекарственных препаратов.

При рекламе лекарственных препаратов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;
- инструкция по применению, утверждённая в установленном порядке (отпуск без рецепта врача, отсутствие в составе наркотических и психотропных веществ);
- документ, содержащий информацию о форме отпуска лекарственного препарата из аптек, если такая информация отсутствует в инструкции по применению;
- декларация о соответствии;
- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;
- письмо, подтверждающее и гарантирующее отсутствие дистанционных продаж лекарственных препаратов на сайте и/или по телефонам при наличии в ролике сайта и/или телефона;

- лицензия на осуществление деятельности по производству лекарственных препаратов (для иностранных компаний возможен иной разрешительный документ, предусмотренный законодательством соответствующей страны);

- письмо, подтверждающее отсутствие в составе рекламируемых лекарственных препаратов наркотических и психотропных веществ, включая подтверждение того, что лекарственный препарат не содержит кодеин или его солей.

- письмо от рекламодателя о том, что им не производятся/не реализуются рецептурные лекарственные средства с похожим наименованием, действующим веществом или с использованием упаковки, схожей до степени смешения с дизайном упаковки рекламируемого лекарственного средства.

Реклама лекарственных препаратов, реализуемых дистанционным способом, не допускается. Реклама лекарственных препаратов в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания: «Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра.

1.3. Требования к размещению рекламы медицинских изделий.

Реклама медицинских изделий в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра.

Любое упоминание наименования медицинского изделия должно быть идентично наименованию, указанному в регистрационном удостоверении.

При рекламе медицинских изделий необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- регистрационное удостоверение;

- инструкция по применению, утверждённая в установленном порядке (в инструкции для медицинских изделий должна содержаться информация о возможности их использования без специальной подготовки);

- декларация о соответствии (сертификат соответствия);

- образец продукции или изображение упаковки, используемой при реализации медицинского изделия;

- результаты исследований при наличии на них ссылки в рекламных роликах;- лицензия на осуществление деятельности по производству медицинской техники (в случае если объектом рекламирования является медицинская техника), для иностранных компаний возможен иной разрешительный документ, предусмотренный законодательством соответствующей страны.

1.4. Требования к рекламе медицинских услуг.

При рекламе медицинских услуг необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- лицензию на осуществление медицинской деятельности.

Реклама медицинских услуг в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением

следующего содержания:

«Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом». Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее, чем 5 (пять) секунд и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра.

1.5. Требования к рекламе биологически активных добавок (БАД).

Реклама биологически активных добавок (БАД), рекламируемая в эфире Телеканала 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.

В рекламных материалах не должно быть упоминаний о болезнях, лечебных свойствах, положительном влиянии на здоровье, как прямого их перечисления аудиорядом, так и с помощью видеоэффектов.

Реклама БАД в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания: «Не является лекарственным средством». Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: продолжительность не менее чем, 5 (пять) секунд и размер не менее, чем 7 (семь) процентов площади кадра.

Реклама БАД в случае, если в сопроводительной документации (свидетельство о государственной регистрации, инструкция, аннотация и/или иные документы) указаны противопоказания к применению рекламируемого БАД, должна сопровождаться предупреждением следующего содержания: «Имеются противопоказания». При этом размер и способ доведения предупреждения должен быть таким, чтобы информация воспринималась обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации).

При рекламе БАД необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации;
- письмо, подтверждающее и гарантирующее отсутствие дистанционных продаж БАД на сайте и/или по телефонам при наличии в ролике сайта и/или телефона;
- упаковка и аннотация к БАД, которые используются при реализации БАД;
- письмо от рекламодателя о том, что им не производятся/не реализуются рецептурные лекарственные средства с похожим наименованием, действующим веществом или с использованием упаковки, схожей до степени смешения с дизайном упаковки рекламируемого БАД;
- заключение компетентного органа или организации, подтверждающее заявленные в рекламе свойства БАД.

Реклама БАД, реализуемых дистанционным способом, не допускается.

1.6. Требования к рекламе лотерей и стимулирующих мероприятий

1.6.1. Проведение и реклама региональных государственных лотерей, муниципальных лотерей, негосударственных лотерей не допускается.

При рекламе всероссийских и международных лотерей, организатором которых является федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный Правительством РФ, необходимо указывать:

информацию призовом фонде, о количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей, на сайте _____/по телефону _____»;

лотереи путём указания в рекламном материале конкретного количества призов (выигрышей) либо информации, что количество призов (выигрышей) ограничено. Данное положение не распространяется на случаи, когда Правила проведения лотереи не предусматривают ограничение количества призов (выигрышей).

1.6.2. В рекламе стимулирующего мероприятия, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в котором является приобретение определённого товара (стимулирующая акция) необходимо указывать:

предусмотрен Правилами проведения стимулирующей акции и не совпадает с общим сроком проведения стимулирующей акции или иного подобного мероприятия;

проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения на сайте _____/по телефону _____»;

акции путём указания в рекламном материале конкретного количества призов либо информации, что количество призов ограничено. Данное положение не распространяется на случаи, когда Правила проведения стимулирующей акции не предусматривают ограничение количества призов).

1.6.3. Реклама стимулирующего мероприятия, не являющегося конкурсом, игрой, стимулирующей акцией, т.е. реклама товара/услуги, когда любой (без исключения) приобретатель гарантированно получит подарок (причём момент получения подарка совпадает с моментом приобретения товара/услуги), а срок такой акции зависит от спроса покупателей на данный товар/услуги, т.е. акция длится в течение срока реализации такого товара/услуги (пример: специальная упаковка готовых завтраков с игрушкой внутри или стиральный порошок

с прикреплённой упаковкой кондиционера), должна сопровождаться упоминанием следующего содержания: «Сроки проведения акции совпадают со сроками реализации товара. Подробности об организаторе акции по телефону _____/на сайте _____» или упоминанием аналогичного содержания. Других сроков проведения данных стимулирующих мероприятий в подобной рекламе указывать не обязательно. Кроме того, при рекламе указанного в настоящем абзаце стимулирующего мероприятия Компания обязана предоставить письмо, гарантирующее получение подарка каждым приобретателем рекламируемого товара/услуги без проведения среди всех приобретателей товара/услуги какого-либо конкурса, розыгрыша, игры, лотереи и т.д., а также о совпадении сроков реализации товара со сроком проведения акции.

1.6.4. При рекламе лотереи / стимулирующей акции Компания обязана предоставлять (при необходимости предварительно запрашивая у непосредственных рекламодателей, их рекламных агентов, иных представителей и т.д.) следующие документы, а также надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

а) Для лотереи:

лотереи может выступать только федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный Правительством РФ).

б) Для стимулирующей акции:

стимулирующей акции, количеством подарков, определением подарков, гарантией получения подарков при соответствующих условиях, в случае, если указанная информация отсутствует в Правилах проведения стимулирующей акции.

1.7. Требования к рекламе услуг по заключению договоров ренты.

При рекламе услуг по заключению договоров ренты Заказчик обязан предоставлять гарантийное письмо, что он является непосредственным плательщиком ренты. В том случае, если плательщиком ренты является не рекламодатель, а иное лицо, то в гарантийном письме рекламодателя должен быть указан непосредственный плательщик ренты.

В рекламе должна содержаться информация об отчуждении имущества, за которое выплачивается рента, т.к. эта информация является существенной.

В рекламе должна содержаться информация о наименовании плательщика ренты, если рекламодатель является посредником.

1.8. Требования к рекламе услуг по предоставлению кредита.

При рекламе услуг по предоставлению кредита в эфире Телеканалов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов: стоимость кредита, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», выданное лицом, предоставляющим кредит (в случае указания в рекламе условий кредита).

Требования к информации, присутствующей в ролике:

- наименование лица, оказывающего услуги. При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением кредита, хотя бы одного условия, влияющего на стоимость кредита для заёмщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заёмщика), а именно:

определения);

за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата .

выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заёмщика в процессе исполнения кредитного договора (необходимость нотариального заверения документов, необходимость оценки закладываемого имущества и т.п.).

Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления кредита в рекламе должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость кредита, воспринимается потребителями указанным образом.

1.9. Требования к рекламе услуг по предоставлению займа.

Допускается реклама услуг по предоставлению потребительских займов, оказываемых только следующими организациями:

- микрофинансовыми организациями;

- кредитными кооперативами;

- ломбардами;

- иными лицами, для которых в Федеральном законе, специально регулирующем их деятельность, прямо предусмотрена возможность осуществления ими профессиональной деятельности по предоставлению займов.

Требования к информации, присутствующей в ролике:

- наименование лица, оказывающего услуги.

При наличии в рекламе услуг, связанных с предоставлением займа, хотя бы одного условия, влияющего на стоимость займа для заёмщика, а также влияющего на сумму его расходов, в такой рекламе должны быть указаны все остальные условия, определяющие фактическую стоимость займа для заёмщика и влияющие на нее, а также влияющие на сумму расходов потребителя соответствующей услуги (заёмщика), а именно:

- сумма потребительского займа;

- срок действия договора потребительского займа/срок возврата потребительского займа;

- валюта, в которой предоставляется потребительский заем;

- размер процентов по займу в годовых (при применении переменной процентной ставки – порядок ее определения);

- все иные платежи, взимаемые в рамках договора займа (платежи, обусловленные выдачей займа и процессом его возврата).

- дополнительные расходы, а именно страхование рисков, в том числе жизни, здоровья заёмщика, если выдача займа обусловлена необходимостью заключения договора страхования, а также иные расходы, возникающие у заёмщика в процессе исполнения договора займа (необходимость нотариального заверения документов и т.п.). Размер и способ доведения до потребителей сведений об условиях предоставления займа в рекламе

должен быть таким, чтобы условия воспринимались обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на стоимость займа, воспринимается потребителями указанным образом;

При рекламе услуг по предоставлению займа необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии документов, перечисленных в п.п. 1.9.1. – 1.9.3.

1.9.1. Требования к рекламе микрофинансовых организаций, в том числе оказываемых ими услуг по предоставлению потребительских займов.

При рекламе услуг микрофинансовых организаций в эфире Телеканалов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

информация о рекламируемой микрофинансовой организации не исключена из государственного реестра микрофинансовых организаций;

организации;

полную стоимость, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», выданное лицом, предоставляющим микрозайм (в случае указания в рекламе условий микрозайма).

Не допускается умалчивать об иных условиях оказания услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

1.9.2. Требования к размещению рекламы кредитных кооперативов, в том числе оказываемых ими услуг по предоставлению потребительских займов.

При рекламе кредитных кооперативов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- Устав кооператива;

- положение о порядке и об условиях привлечения денежных средств членов кредитного кооператива, и об условиях предоставления займов членам кредитного кооператива, принятое общим собранием пайщиков;

- свидетельство о членстве кредитного кооператива в саморегулируемой организации;

- договор со страховой компанией или выписку (в случае упоминания в ролике о страховании сбережений);

- письменное подтверждение, что указанные в рекламном материале условия предоставления займа составляют его полную стоимость, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)»

(в случае указания в рекламе условий займа).

При рекламе кредитных кооперативов не допускается указание на то, что кооператив выполняет какие-либо финансовые операции или оказывает финансовые услуги, которые по закону отнесены к компетенции других компаний (банков, кредитных организаций и др.), в частности, принимает денежные средства во вклады. В рекламе кредитных кооперативов, помимо информации, указанной в п. 1.9., обязательно должна присутствовать следующая информация:

- информация о том, что рекламируемые услуги (предоставление займов и привлечение денежных средств по договору передачи личных сбережений) предоставляются только членам кредитного кооператива;

- информация о расходах потребителя, связанных с членством в кооперативе (либо указание в ролике конкретного размера этих расходов, либо указание информации примерно следующего содержания «Членство в кооперативе повлечет дополнительные расходы. С условиями членства можно ознакомиться на сайте _____»).

1.9.3. Требования к размещению рекламы ломбардов, в том числе оказываемых ими услуг по предоставлению потребительских займов.

При рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг в эфире Телеканалов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

информация о рекламируемом ломбарде не исключена из государственного реестра ломбардов;

ломбарда;

стоимость, рассчитанную в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», выданное лицом, предоставляющим заем (в случае указания в рекламе условий займа).

Требования к информации, присутствующей в рекламе ломбардов и оказываемых ими услуг, перечислены в п. 1.9. Не допускается умалчивать об иных условиях оказания услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

1.10. Требования к размещению рекламы, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами.

Реклама форекс-дилеров обязательно должна сопровождаться наличием наименования или имя лица, оказывающего данные услуги, а так же надписью следующего содержания: «Предлагаемые к заключению договоры или финансовые инструменты являются высокорискованными и могут привести к потере внесённых денежных средств в полном объёме. До совершения сделок следует ознакомиться с рисками, с которыми они связаны».

При рекламе, побуждающей к заключению сделок с форекс-дилерами, в эфире Телеканалов необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

-свидетельство о членстве в саморегулируемой организации форекс-дилеров;

-лицензию профессионального участника рынка ценных бумаг на осуществление деятельности форекс-дилера.

1.11. Требования к размещению рекламных материалов, содержащих объекты интеллектуальной собственности.

Для подтверждения прав на использование в ролике объектов интеллектуальной собственности, в том числе, но не ограничиваясь: музыкальных, аудиовизуальных, литературных произведений, а также их фрагментов необходимо предоставить следующие документы:

1.11.1.выписку из лицензионного соглашения, заключённого между рекламодателем и правообладателем,

подписанную рекламодателем и содержащую следующую информацию:

- дата составления выписки;

- стороны лицензионного соглашения, дата, место подписания и срок действия лицензионного соглашения;

- предмет лицензионного соглашения, включая пункт, в котором прямо предусмотрено предоставление права на использование объекта интеллектуальной собственности (его фрагмента) (определить объект) в рекламе определённого товара (либо в рекламных целях);

- срок предоставления прав;

- территория использования прав,

и копию последней страницы указанного лицензионного соглашения, содержащей подписи сторон лицензионного соглашения, либо

1.11.2.оригинал письма правообладателя, в котором указывается, что правообладателем рекламодателю на определённый срок (указать срок) предоставлены права на использование объекта интеллектуальной собственности (или его фрагмента) (определить объект) в рекламе определённого товара (либо в рекламных целях) на определённой территории (указать территорию).

В случае использования в рекламе фотографии, кадров с изображением известного, публичного лица, необходимо предоставить (лицензионное соглашение или письменное согласие физического лица), подтверждающие правомерность такого использования, с указанием срока и территории использования, а также определения рекламных материалов, в которых допускается такое использование. Указанные в настоящем пункте документы не предоставляются, когда фотографии, кадры с изображением известного, публичного лица были сделаны специально для размещения в данном рекламном материале.

1.12. Требования к размещению рекламы ювелирных магазинов.

При рекламе ювелирных магазинов необходимо предоставить:

- Карту специального учета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями.
- Уведомление о постановке на специальный учет юридического лица или индивидуального предпринимателя, осуществляющего операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями, и присвоении ему учётного номера.

Дистанционная продажа ювелирных и других изделий из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней запрещена, за исключением случаев, когда в Свидетельстве пробирного надзора (Карте постановки на специальный учёт) прямо указано, что продавец имеет право реализовывать указанные товары, в том числе через Интернет/посредством телемагазинов (т.е. дистанционным способом).

1.14. Требования к размещению рекламы печатного СМИ.

В случае рекламы печатного СМИ (либо наличия упоминания печатного СМИ) необходимо предоставить свидетельство о регистрации такого СМИ. В случае если печатное СМИ является зарубежным печатным изданием (зарегистрировано на территории иного государства, и предоставлено в соответствии с законодательством такого государства свидетельство о регистрации печатного СМИ), необходимо предоставить разрешение на распространение продукции зарубежных периодических печатных изданий на территории Российской Федерации.

К рекламе печатных СМИ применяются также Требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.18.

1.15. Требования к размещению рекламы туроператора.

В случае рекламы туроператора необходимо предоставить выписку из единого федерального реестра туроператоров.

1.16. Требования к размещению рекламы детского питания.

При рекламе детского питания в эфире необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации;
- инструкция по применению либо упаковка и аннотация к объекту рекламирования, которые используются при его реализации.

Требования к обязательной надписи:

Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включённых в рацион ребёнка в течение его первого года жизни, должна в обязательном порядке содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

1.17. Требования к размещению рекламы товаров (в том числе услуг) при дистанционном способе их продажи.

Требования к документам:

Письмо от рекламодателя с подтверждением информации об условиях дистанционной продажи с приложением:

- заверенной копии свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ (для индивидуального предпринимателя - в ЕГРИП) и выписки из устава, подтверждающей адрес места нахождения продавца;
- либо выписки из ЕГРЮЛ о продавце

Требования к обязательной надписи:
для юридического лица: наименование продавца, адрес его места нахождения и ОГРН;
для индивидуального предпринимателя: фамилия, имя, отчество продавца, ОГРНИП.

Дистанционный способ продажи запрещён для товаров, свободная реализация которых запрещена или ограничена законодательством Российской Федерации.

1.18. Требования к размещению рекламы информационной продукции.

В рекламе информационной продукции указывается знак присвоенной ей возрастной категории и/или текстовое предупреждение о возрастном ограничении (согласно

документам от производителя или распространителя (владельца)), полученные в результате классификации данной информационной продукции в соответствии с требованиями ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Указанная информация должна быть хорошо читаема и ее продолжительность не должна быть менее 3 (Трех) секунд.

При предоставлении для размещения рекламы информационной продукции необходимо предоставить сопроводительные документы на рекламируемую продукцию, полученные им от производителя или распространителя (владельца) данной информационной продукции, содержащие сведения, полученные в результате классификации соответствующей информационной продукции, или письмо от производителя или распространителя информационной продукции, подтверждающее заявленную в ролике возрастную категорию.

1.19. Требования к рекламе основанных на риске игр, пари (игорные заведения, букмекерские конторы,

тотализаторы, в том числе казино, залы игровых автоматов, а также реклама организатора основанных на риске игр, пари, являющегося игорным заведением, и рекламе мест проведения подобных мероприятий, если ими являются игорные заведения).

При рекламе игорных заведений (букмекерские конторы, тотализаторы) в эфире Телеканала необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо с указанием информации о юридическом лице, осуществляющем данный вид деятельности, источника подробной информации (сайт в Интернете, номер телефона, адрес и т. п.) с приложением копии Свидетельства ОГРН и ИНН, заверенные надлежащим образом;

- разрешение на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорных зонах;

- лицензия на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах;

- документы, подтверждающие, что организатор азартных игр в букмекерской конторе является членом саморегулируемой организации азартных игр в букмекерских конторах;

- подтверждение наличия банковской гарантии исполнения обязательств перед участниками азартных игр;

- документальное подтверждение, что организатор азартных игр использует для приема интерактивных ставок и выплаты выигрышей физическим лицам - участникам азартных игр, от которых приняты интерактивные ставки, банковский счет, открытый в центре учета переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов (далее – «ЦУПИС»), учредителем (участником) которого является саморегулируемая организация организаторов азартных игр в букмекерских конторах и (или) саморегулируемая организация организаторов азартных игр в тотализаторах, членом которой является такой организатор азартных игр;

- официальное письмо от рекламодателя, о том, что в букмекерской конторе, тотализаторе, и их пунктах приема ставок, не осуществляется деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием игровых автоматов и игровых столов;

- официальное письмо от рекламодателя, о том, что в букмекерской конторе, тотализаторе, и их пунктах приема ставок, не осуществляется деятельность по организации и проведению азартных игр с использованием

игровых автоматов и игровых столов, а также гарантирующее, что деятельность осуществляется строго по месту нахождения и месту осуществления лицензируемой деятельности, указанному в лицензии;

- подтверждение наличия банковской гарантии исполнения обязательств перед участниками азартных игр;

- подтверждение того, что сайт (доменное имя) зарегистрирован в установленном порядке на имя организатора азартных игр или организатору азартных игр переданы права администрирования (права управления доменным именем) сайтом;

подтверждение того, что только данный сайт (доменное имя) используется организатором азартных игр для деятельности по приему интерактивных ставок, переданных путем перевода денежных средств, в том числе

электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов), центром учёта переводов интерактивных ставок букмекерских контор или тотализаторов с использованием электронных средств платежа по поручениям участников азартных игр;

- правила организатора, регулирующие прием интерактивных ставок и выплаты выигрышей (посредством взаимодействия с ЦУПИС)

Рекламные материалы, объектом рекламирования которых являются букмекерские конторы и тотализаторы допустимы к эфиру с 22 часов 00 минут местного времени до 07 часов 00 минут местного времени. Реклама игорных заведений, находящихся вне "игровых зон", за исключением букмекерских контор, тотализаторов, их пунктов приёма ставок, запрещена.

Реклама азартных игр также должна сопровождаться обязательной информацией:

- о сроках розыгрышей в процессе азартной игры;- об источнике информации об организаторе, правилах проведения, призовом фонде, количестве призов или выигрышей, о сроках, месте и порядке получения призов или выигрышей.

1.20. Требования к рекламе безалкогольного пива.

При рекламе безалкогольного пива необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- декларация соответствия;

- выписка из технической инструкции, подтверждающая объем алкоголя не более 0,5%;

- скан этикетки/изображение бутылки с подтверждением того, что именно в таком виде реализуется продукция;

- письмо с подтверждением объемов производства и поставки в городах РФ безалкогольной и алкогольной продукции на актуальную дату (с подробным указанием информации по поставкам в города РФ) за последний календарный год, включая данные об объемах производства и о территории распространения алкогольной и безалкогольной продукции, с указанием процентного соотношения;

- свидетельства о регистрации товарного знака со всеми приложениями;

- закрытый перечень продукции, производимый рекламодателем под товарным знаком продвигаемого товара.

Реклама безалкогольного пива в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания: «Не является алкогольной продукцией» или знаком (пиктограммой) обозначения безалкогольного пива.

Данное предупреждение / знак (пиктограмма) обозначения безалкогольного пива должно размещаться на протяжении всего рекламного материала, быть контрастным и хорошо читаемым.

К рекламе безалкогольного пива также предъявляются следующие требования:

- Чёткое определение объекта рекламирования.

- Однозначное восприятие объекта рекламирования, т.е. не должно быть двоякости или намёков на иной товар.

- Отсутствие иных средств, позволяющих индивидуализировать запрещённый к рекламе товар.

1.21. Требования к рекламе вин, произведённых в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда:

При рекламе вин, произведённых в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- федеральной специальной марки (для подтверждения территории производства);

- сертификатов/деклараций на продукцию, подтверждающих место происхождения винограда;

- свидетельства о государственной регистрации продукции;

- лицензии на реализацию и (или) производство алкогольной продукции;

Реклама вин, произведённых в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда в обязательном порядке должна сопровождаться письменным предупреждением следующего содержания:

«Чрезмерное потребление алкоголя вредит вашему здоровью».

Данное предупреждение должно соответствовать следующим требованиям: на протяжении всего рекламного материала и размером не менее чем 10 (десять) процентов площади кадра. Рекламные материалы, данного объекта рекламирования допустимы к эфиру с 23 часов 00 минут местного времени до 07 часов 00 минут местного времени.

1.22. Требования к рекламе недвижимости (договор уступки прав требования по договору участия в долевом строительстве).

При рекламе недвижимости (договор уступки прав требования по договору участия в долевом строительстве) необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- разрешение на строительство дома или иного объекта;
- проектная декларация;
- свидетельство о регистрации права собственности на земельный участок под объектом или документы на право аренды этого участка;
- свидетельство о допуске к работам (которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства) со всеми приложениями;
- гарантийное письмо, подтверждающее информацию, содержащуюся в набивке, а также, что деятельность застройщика не приостановлена,
- письмо с указанием закрытого перечня объектов недвижимости, входящих в рекламируемый комплекс объектов недвижимости.
- письмо о соотношении коммерческого обозначения и ТЗ, если в ролике используется ТЗ застройщика.
- письмо о том, что выполнены требования законодательства о раскрытии информации в единой информационной системе жилищного строительства;
- выписку из государственного реестра застройщиков

1.22.1. По объектам, документы (разрешение на строительство) на которые получены до 01 января 2017 г.- при предоставлении заказчиком проектной декларации на объект, строительство которого осуществляется в несколько этапов в рамках одной проектной декларации (а именно, 1 этап – корпус № 5, 2 этап – корпус №4 и т.д.), запрашиваем подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома на любой из таких корпусов.

- При предоставлении заказчиком отдельной проектной декларации на каждый корпус многоквартирного дома, необходимо запросить подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома на каждый такой корпус (объект).

1.22.2. По объектам, документы (разрешение на строительство) на которые получены после 01 января 2017 г.

- Заключение 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.

- Письмо о том, что клиент обязуется предоставить подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома до истечения 60 дней со дня выдачи Заключения, либо (в случае наличия) подтверждение государственной регистрации первого договора участия в долевом строительстве многоквартирного дома.

Реклама в обязательном порядке должна содержать:

- сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, а также иной подробной информации (например: С проектной документацией можно ознакомиться на сайте (_____));

- наименование застройщика, либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение.

Коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект строительства, может быть указано в рекламном материале только в случае если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Для объектов, документы (разрешение на строительство) на которые получены до 01 января 2017 г., в случае отсутствия данного наименования в проектной декларации, необходимо вносить изменения в проектную декларацию.

1.23. Требования к рекламе анонса кинопоказа.

При рекламе анонса кинопоказа необходимо предоставить надлежащим образом заверенные копии следующих документов:

- официальное письмо от рекламодателя с подтверждение факта начала проведения кинопоказа, с указанием дат проведения, источника подробной информации;

- прокатное удостоверение;

- официальное письмо от рекламодателя по классификации кинопродукции (с указанием информации по возрастному ограничению).

В рекламе обязательно должны быть указаны:

- сроки проведения акции или срок действия цен (в случае гарантии действительности предложения в течение всей рекламной кампании, а так же - 2-х месяцев со дня её окончания, данная набивка необязательна).

К рекламе анонса кинопоказа применяются также требования к размещению рекламы информационной продукции, сформулированные в п. 1.18 настоящего Приложения.

1.24. Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов.

Реклама вэйпов, электронных "сигарет", электронных кальянов запрещена.

1.25. Общие требования к рекламе.

В случае указания в рекламе адреса места нахождения объекта рекламирования или места его приобретения в адресе необходимо обязательно указывать город, а в случае указания номеров телефонов обязательно указывать код города. В рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла рекламы. В случае использования в рекламе иностранного языка, тексты на иностранном языке должны быть идентично представлены по содержанию и техническому оформлению и на русском языке. Указанные требования не распространяются на фирменные наименования на иностранном языке, полученные при регистрации юридического лица и на зарегистрированные Товарные знаки. В случае использования в рекламе олимпийской и/или параолимпийской символики, включая символ, флаг, девиз, обозначения, знаки, эмблемы, огонь и факелы, а также использование других знаков или конфигураций, которые включают ассоциацию с вышеназванными играми (например, использование терминов «Олимпиада», «Олимпийские Игры» или «Олимпийский»), необходимо предоставить надлежащее подтверждение наличия у рекламодателя прав на использование вышеназванной символики, предоставленных Международным олимпийским комитетом и (или) Международным параолимпийским комитетом или уполномоченной ими организацией.

Способ доведения до потребителей информации в рекламе должен быть таким, чтобы информация воспринималась обычным человеком обычным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации). Помимо всех вышеперечисленных требований к рекламе предъявляются все требования, установленные действующим законодательством, в том числе общие требования к рекламе и специальные требования к рекламе отдельных видов товаров.

1.26. Реклама SMS-услуг.

1.26.1. Не допускается распространение рекламы SMS-услуг, связанных с:

- службами знакомств;
- оказанием интим-услуг;
- «горячими (эротическими) линиями»;
- эротическими сайтами;
- заказом картинок/фотографий эротического характера;
- заказом видеороликов/мультфильмов эротического характера.

1.26.2. При распространении рекламы иных SMS-услуг необходимо руководствоваться следующим:

- если в рекламном материале присутствует вся существенная информация, должна сопровождать подобную рекламу, то ссылка на интернет-сайт является необязательной;
- если в рекламном материале присутствует только часть существенной информации, которая должна сопровождать подобную рекламу, то необходимо требовать дополнения рассматриваемого рекламного материала недостающей информацией;
- если в рекламном материале присутствует ссылка на интернет-сайт, содержание которого не совпадает с рекламируемым сервисом и/или не соответствует требованиям действующего законодательства РФ, то рекламный материал не принимается к распространению. При этом в случае указания в рекламном материале на сайт Компания/рекламодатель должен гарантировать, что на таком сайте не содержится информация о товарах, работах, услугах, реклама которых запрещена или к рекламе которых предъявляются специальные требования, а также информация, размещение которой в эфире Телеканалов противоречит действующему законодательству о средствах массовой информации.

1.27. Реклама рингтонов и сервисов для мобильных телефонов.

Не допускается размещение рекламы сервисов для мобильных телефонов, связанных с интим-услугами, шутками и анекдотами, содержащие эротические картинки/фото/видео или эротическую информацию в каком-либо ином виде.

Директор _____ Дитковская Татьяна Анатольевна

